

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO (FAC)

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

ELIANA DA MOTTA DOS SANTOS

A revista *Veja* e a construção da realidade dos evangélicos no Brasil: uma análise do discurso.

São Bernardo do Campo-SP/2011

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO (FAC)

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

ELIANA DA MOTTA DOS SANTOS

A revista *Veja* e a construção da realidade dos evangélicos no Brasil: uma análise do discurso.

Dissertação apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), para obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Professora Doutora Magali do Nascimento Cunha.

São Bernardo do Campo-SP/2011

FOLHA DE APROVAÇÃO

A dissertação de mestrado sob o título “A revista *Veja* e a construção da realidade dos evangélicos no Brasil: uma análise do discurso”, elaborada por Eliana da Motta dos Santos foi defendida e aprovada em 17 de outubro de 2011, perante a banca examinadora composta por: Professor Doutor José Luiz Aidar Prado, Professora Doutora Elizabeth Moraes Gonçalves e Professora Doutora Magali do Nascimento Cunha.

Assinatura do orientador: _____

Nome do orientador: Professora Doutora Magali do Nascimento Cunha

Data: São Bernardo do Campo, _____ de _____ de 2011.

Visto do Coordenador do Programa de Pós-Graduação:

Área de concentração: Processos Comunicacionais

Linha de Pesquisa: Processos Comunicacionais Midiáticos

Dedico essa pesquisa

Aos meus pais

Benedito dos Santos e

Maria da Motta dos Santos

“Parece haver um universo mágico que perpassa a sociedade em que espíritos benéficos e maléficos são exorcizados por heróis construídos pela mídia nas classes privilegiadas e por lideranças religiosas nas camadas periféricas da sociedade. O sucesso desta ou daquela religião repousa nos ajustes feitos entre a mensagem e a prática religiosa e os desejos individuais que se opõem às forças do imaginário”

Antônio G. de Mendonça

Agradeço,
em primeiro lugar a Deus por concluir esta fase da pesquisa;
à minha amiga, orientadora Professora Magali Nascimento Cunha, pela dedicação,
empenho em diversos momentos desse trabalho;
à minha mãe por ser minha amiga e cúmplice e
poder dividir minhas alegrias, conquistas, e apreensões.

Aos meus irmãos:

Eduardo da Motta dos Santos,

Valéria da Motta dos Santos

Teresa Cristina P. Motta Santos e

esposo Luiz Carlos Pereira dos Santos

meu sobrinho Luiz Carlos Pereira dos Santos Júnior

À FAPESP Fundação de Amparo e Pesquisa do Estado de São Paulo.

Aos professores da POSCOM – Pós-Graduação em Comunicação Social da UMESP –
Universidade Metodista do Estado de São Paulo.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1.....	53
Tabela 2.....	57
Tabela 3.....	57
Tabela 4.....	61
Tabela 5.....	64
Tabela 6.....	65
Tabela 7.....	68
Tabela 8.....	73
Tabela 9.....	74
Tabela 10.....	77
Tabela 11.....	77
Tabela 12.....	88
Tabela 13.....	89
Tabela 14.....	97
Tabela 15.....	98
Tabela 16.....	99
Tabela 17.....	100
Tabela 18.....	113
Tabela 19.....	114

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	66
Gráfico 2.....	67
Gráfico 3.....	68

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.....	111
Figura 2.....	111
Figura 3.....	111
Figura 4.....	111
Figura 5.....	111
Figura 6	112
Figura 7.....	112
Figura 8.....	113
Figura 9.....	113
Figura 10	113
Figura 11.....	113
Figura 12.....	113
Figura 13.....	114
Figura 14.....	114
Figura 15.....	114
Figura 16.....	114
Figura 17.....	114
Figura 18.....	114

SUMÁRIO

Introdução.....	15
Capítulo I – Referencial das Correntes Teóricas da Comunicação	19
Introdução.....	19
Parte I – Teoria da Produção da Notícia.....	20
1. Mitos como princípios jornalísticos: imparcialidade, neutralidade e objetividade.....	20
2. Os jornalistas e seus critérios de noticiabilidade	22
3. Ética e o <i>ethos</i> como critério jornalístico	26
3.1 Ética jornalística: um lugar social do consumidor.....	27
3.2 Ética do discurso.....	29
Parte II – Conceitos da Teoria do Imaginário	32
1. Imaginário jornalístico e a construção da realidade.....	32
Parte III – Teoria da Linguagem e a Análise do Discurso.....	35
1. Jornalismo: gênero discursivo	35
1.1 Subgênero discursivo informativo.....	36
1.2 Subgênero discursivo opinativo	37
2. Análise da representação verbal: estudo de vozes.....	38
3. Análise da representação verbal: estudo dos sentidos.....	40
4. Comunidade interpretativa e contrato de comunicação.....	42
5. Intencionalidades no discurso: a ironia	44
6. Intencionalidades na produção do texto: manipulação cognitiva.....	45
7. Instância midiática e sua representatividade	47
Capítulo II – Referencial dos Estudos da Religião.....	49
Introdução.....	49
1. Breve contexto histórico do protestantismo no mundo: Lutero e Calvino	50
2. Breve histórico das igrejas evangélicas no Brasil	51
3. Origens e expansão do Pentecostalismo.....	55

4. Presença dos evangélicos na política brasileira.....	59
5. Ética evangélica abalada: escândalos financeiros e corrupção.....	63
6. Quadro atual da presença dos evangélicos no Brasil.....	65
7. Presença evangélica na mídia.....	69
Capítulo III – Análise do discurso da revista <i>Veja</i> em relação aos evangélicos	72
Introdução.....	72
1. Revista <i>Veja</i> e o gênero “revista semanal”	75
2. Histórico do perfil da revista <i>Veja</i>	76
3. Análise do discurso de <i>Veja</i> _ Juízo de valor: Seitas, não igrejas – fiéis ignorantes e líderes desclassificados	78
4. Adjetivos Opinativos: Igrejas evangélicas e Igreja Católica.....	87
5. Elementos figurativos.....	94
a) Elementos figurativos sobre Igrejas e líderes evangélicos.....	97
b) Elementos figurativos sobre fiéis evangélicos.....	98
c) Elementos figurativos sobre Igrejas Católica e seus líderes.....	99
d) Elementos figurativos sobre fiéis católicos	100
6. Figuras do pensamento a cerca dos evangélicos e católicos: alusão, eufemismo, hipérbole e ironia	100
a) Alusão.....	101
b) Eufemismo.....	103
c) Hipérbole	104
d) Ironia.....	105
7. Representação infográficas nas capas de <i>Veja</i> sobre evangélicos e Católicos	109
Conclusão	116
Referências	120
Anexos.....	130

RESUMO

A dissertação de mestrado “A revista *Veja* e a construção da realidade dos evangélicos no Brasil: uma análise do discurso”, não objetiva “julgar” como certo ou errado o procedimento das diferentes correntes religiosas do segmento cristão brasileiro ou mesmo do jornalismo que as reporta, mas sim, avaliar como um dos periódicos mais conceituados e lidos no país destaca fatos e temas referentes ao segmento cristão evangélico, em sua cobertura jornalística, participando do processo social de construção da realidade.

Para compreender este processo, utilizou-se a técnica de Análise do Discurso, com base no método qualitativo, visando explorar, entender e descobrir a forma como a revista *Veja* reporta o segmento religioso. O *corpus* definido são as nove matérias de capa que destacam os evangélicos durante 42 anos de circulação do periódico (1968-2010) que totalizam 2197 edições da revista *Veja*. Para se estabelecer um comparativo quanto à abordagem sobre outros segmentos cristãos, um mesmo número de edições que destacaram o Catolicismo Romano, foram igualmente analisadas.

A pesquisa é orientada pela hipótese de que o discurso contido nas reportagens constrói uma imagem negativa dos evangélicos por meio do recurso a um “tom” irônico e dá ênfase em situações que envolvem escândalos e questões financeiras. Esta hipótese também se assenta na compreensão de que jornalistas não são profissionais técnicos desprovidos de imaginação e visões de mundo, neste caso, de um imaginário em torno da religião, que faz parte da construção noticiosa da qual participam. As Teorias do Imaginário, juntamente com as Teorias do Discurso e as Teorias do Jornalismo (Produção da Notícia) servirão de base para a compreensão do fenômeno e para a análise do objeto, que será conduzida por meio do método da Análise do Discurso.

Espera-se que esta pesquisa contribua na indicação de caminhos para facilitar o diálogo entre a sociedade, entidades religiosas e profissionais envolvidos na produção de mensagem midiáticas, contribuindo para uma cultura de paz e de respeito à diversidade religiosa e à pluralidade de idéias presentes na sociedade brasileira, enfatizando, neste sentido, os valores éticos do profissional de comunicação.

Palavras-chave: Imprensa, Religião, Comunicação, Análise do Discurso e Revista *Veja*.

RESUMEN

La tesis de “la revista *Veja* y la construcción de la realidad los evangélicos en Brasil: un análisis del discurso”, no objetivo “juez” como un procedimiento correcto o incorrecto de las diferentes corrientes religiosas del segmento o del periodismo cristiano, incluso de Brasil que en los informes, pero, como una medida de las revistas más respetadas en el país y leer los acontecimientos destacados y los temas relacionados con el segmento de cristianos evangélicos, em su cobertura, que participan en el proceso de construcción social de la realidad. Para entender este proceso, se utilizo la técnica del análisis del discurso basado en métodos cualitativos para explorar, entender y descubrir la forma de los informes de la revista *Veja* el segmento religioso. El conjunto de *corpus* son nueve historias de portada que destacan el Evangelio durante 42 años de circulación de la revista (1968 hasta 2010) por un total de 2.197 ediciones de la revista *Veja*. Para establecer una comparación sobre el enfoque cristiano a otros segmentos, el mismo número de cuestiones pendientes que el enfoque cristiano a otros segmentos, el mismo número de cuestiones pendientes que el catolicismo romano, también fueron examinados.

La investigación está guiada por la hipótesis de que el discurso contenido en los informes de construir una imagen negativa de los evangélicos a través del uso de un “tono” y hace hincapié en la ironía en situaciones de escándalos y asuntos financieros. Esta hipótesis también se basa en el entendimiento de que los periodistas profesionales no están desprovistas de imaginación y punto de vista técnico, en este caso, un imaginario en torno a la religión, parte del cual participan de la construcción de la noticia. Las teorías de la imaginación, junto con la teoría del discurso y las teorías de Periodismo (Noticias de decisiones) servirá como base para la comprensión del fenómeno y de analizar el objeto, que se llevará a cabo por el método de análisis del discurso.

Se espera que esta investigación ayudará en lo que indica la manera de facilitar el diálogo entre la sociedad civil, organizaciones religiosas y profesionales involucrados em La producción de los mensajes de los medios de comunicación, contribuyendo a una cultura de paz y el respeto de la diversidad religiosa y la pluralidad de ideas presentes em La sociedad Brasil, haciendo hincapié, en este sentido, los valores éticos de la comunicación profesional.

Palabras clave: Medios de Comunicación, Religión, Análisis del discurso y la revista *Veja*.

ABSTRACT

The master's degree dissertation. "The *Veja* magazine and the construction of reality about evangelic people in Brazil: An analysis of speech", it's not about "judging" as right or wrong the procedure of different religious chains of the Christian segment in Brazil or journalism that reports them, but also estimating how one of the most highly regarded periodical and read in the country mention facts and themes regarding to evangelic Christian segment, in its journalistic covering, participating in the social process of reality construction.

In order to comprehend this process, the technique of analysis of speech was used, based on the qualitative method, in order to exploit, comprehend and find out the way that *Veja* magazine reports the religious segment. The *corpus* defined are the nine matters from the cover that show evangelic people throughout the 42 years of turnover (from 1968 to 2010) that's 2197 issues of the *Veja* magazine. In order to establish a comparison to other Christian segments, the same issues that highlight the Roman Catholicism, were analyzed as well.

The research is orientated by hypothesis that the speech contained in the reports builds a negative image of the evangelic people as an ironic "tune" and emphasizes situations implicate scandals and financial issues. This hypothesis also comprehends that journalists are not technical professionals devoid of imagination and vision about the world, in this case, an imaginary world towards religion, which is part of the news-construction that they partake. The theories of the imaginary world, especially with the theories of speech and the theories of journalism (production of news) are the base for the comprehension of the phenomenon and analysis of speech.

We hope that this research contributes to make dialogue between religious society and professionals a bit easier, this way, contributing to a culture of peace and respect to the religious diversity and ideas in the Brazilian society, emphasizing ethical values of the professional of communication.

Keywords: Media, Religion, Communication, Discourse Analysis and *Veja* magazine.

INTRODUÇÃO

A dissertação de mestrado “A revista *Veja* e a construção da realidade dos evangélicos no Brasil: uma análise do discurso” foi gestada a partir dos estudos de graduação em Jornalismo da autora por meio do Trabalho de Conclusão de Curso, cujo resultado foi divulgado, numa crônica assinada pelo professor doutor Adeldo Gonçalves, no site da revista semanal de crítica à mídia *Observatório da Imprensa*¹. A crônica esta que também foi publicada no jornal russo *Pravda*, em 03 de março de 2008, pautando mais 49 sites nacionais com conteúdo religiosos e seculares.

Com base nestas premissas, esta pesquisa busca entender como o jornalismo praticado na revista *Veja* participa do processo social de construção da realidade, por meio do tratamento às notícias referentes ao tema “Religião”, mais especificamente, como o periódico destaca fatos e temas referentes ao segmento cristão evangélico. Espera-se incluir nas considerações que a cobertura ao tema resulta do imaginário e da visão de mundo sobre religião dos próprios editores e jornalistas, o que faz parte da construção noticiosa da qual participam.

O estudo não objetiva “julgar” como certo ou errado o procedimento das diferentes correntes religiosas do segmento cristão brasileiro ou mesmo do jornalismo que as reporta, mas sim, avaliar como tem sido realizada a cobertura jornalística de um tema caro à cultura brasileira que é a religião por um periódico dos mais conceituados e lidos no país. Por isso, para se estabelecer um comparativo, e verificar se há um tratamento diferenciado ao noticiário de outros segmentos religiosos as abordagens sobre o cristianismo católico-romano serão igualmente analisadas.

Importa destacar que o Brasil é um país marcado pela religiosidade. Desde as origens indígenas, passando pela colonização portuguesa e pela inserção das religiões dos escravos africanos e dos povos imigrantes, o Brasil se tornou um país plural do ponto de vista religioso. O predomínio é cristão e católico romano, dado o passado da colonização, porém o crescimento do segmento evangélico em larga escala nacional nas últimas duas décadas, nunca visto no país, obrigou os meios de comunicação, em

¹ Site Observatório da Imprensa – Edição 474 de 26 fevereiro 2008 - http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/igrejas_evangelicas_e_a_midia_no_brasil

especial os jornalísticos, a abrirem cada vez mais espaço para a cobertura desse fenômeno social.

A transformação sócio-político-cultural expressa pelo crescimento evangélico passa a consolidar sua presença na sociedade brasileira por meio das mais diferentes vertentes, entre elas a pentecostal que apresenta mais força social nas últimas décadas, o que pode ser constatado, por exemplo, pelo censo do IBGE em 2000, pelo crescente número de parlamentares pentecostais que passaram a formar uma “bancada evangélica” no Congresso Nacional e pela ampliação da presença deste grupo em veículos e espaços de mídia religiosa.

Os objetivos mais específicos resultantes desta elaboração, buscam:

- a) estabelecer bases teóricas para orientar ao percurso da pesquisa no campo da Comunicação, particularmente nos estudos sobre o Discurso e o Jornalismo;
- b) dialogar com outras correntes teóricas, particularmente os estudos sobre o Imaginário e as Ciências da Religião, para compreensão do fenômeno religioso e sua dimensão social;
- c) compreender como o periódico revela, mostra e introduz para o leitor o segmento cristão evangélico e católico, bem como o critério de relevância da revista na seleção de temas quando a abordagem refere-se a religião;
- d) observar como se dá a construção de sentidos sobre a identidade social dos evangélicos e católicos e como o imaginário desses jornalistas a determina.

Com base nestes objetivos, a hipótese que orienta esta pesquisa é a de que a construção do material noticioso de *Veja* pelos jornalistas (desde a editoria até os repórteres) é parte de um processo amplo no qual estão inseridas formações culturais e imaginárias sobre a religião. Esta formação e os juízos de valor por ela criados geram nos indivíduos jornalistas, e, conseqüentemente no coletivo editorial, uma compreensão de “religião certa” e “religião errada”, “religião séria” e “religião falsa” o que gera, na cobertura de fatos sobre segmentos religiosos que se enquadrariam nas características negativizadas, nesse caso os evangélicos, levam à critérios de noticiabilidade fundados em destaques a escândalos e situações bizarras e à elaboração de um discurso noticioso fundado em “tom” irônico.

O percurso metodológico toma por base um estudo interdisciplinar (as Teorias do Imaginário, do Discurso e do Jornalismo e referências das Ciências da Religião) que darão suporte teórico para compreender como se dá a construção de notícias sobre religião no Brasil por um veículo da grande imprensa.

A revista *Veja* foi escolhida como objeto dessa análise por ser atualmente a revista semanal mais antiga no Brasil e por ser a quarta maior publicação do gênero “revista semanal de informação” em maior circulação no mundo (atrás de *Time*, *Newsweek* e *U.S News*) e a maior do Brasil com tiragem superior a 1,2 milhão de exemplares e 812.000 milhões de leitores brasileiros, sendo 86% de assinantes².

A partir disto foi aplicada a técnica de Análise do Discurso, com base no método qualitativo, visando explorar, entender e descobrir a forma como a revista *Veja* reporta as igrejas evangélicas. O *corpus* definido são as nove matérias de capa que destacam o segmento evangélico durante 42 anos de circulação do periódico (1968-2010)³ que totalizam 2197 edições da revista *Veja*. O *corpus* é composto pelas edições: 683, 1130, 1415, 1421, 1502, 1555, 1758, 1964 e 2126.

Para se estabelecer um comparativo quanto à abordagem sobre outros segmentos cristãos, um mesmo número de edições que destacaram o Catolicismo Romano foram analisadas: 663, 772, 1214, 1515, 1541, 1571, 1748, 1890 e 2008. Vale ressaltar que este número nove, foi definido para se estabelecer paridade com o número de matérias referentes aos evangélicos, pois a quantidade de matérias de capa relacionadas aos católicos-romanos totalizam em 19 edições desde o lançamento do periódico.

Este trabalho, que resulta desta trajetória de pesquisa, fica, então, composto por três capítulos assim elaborados:

Capítulo I – Referencial das correntes teóricas da comunicação

O primeiro capítulo será pautado na Teoria da Produção da Notícia, nos conceitos da Teoria do Imaginário e na Teoria da Linguagem e a Análise do Discurso que são correntes teóricas da comunicação que deverão contribuir com a compreensão da análise dos textos.

² Fonte de Pesquisa: Site *Veja* Midia Kit – Circulação e Cobertura
http://veja.abril.com.br/idade/publiabril/midiakit/veja_circulacao_cobertura.shtml

³ Fonte de Pesquisa: <http://veja.abril.com.br/arquivo.shtml>

Capítulo II – Referencial dos Estudos da Religião

O segundo capítulo descreverá o campo evangélico brasileiro, traçando um panorama histórico e contemporâneo em suas variações tipológicas, observando a sua evolução social, econômica e política que a academia por meio de sociólogos, antropólogos e teólogos distinguem como fenômeno que é o objeto desta pesquisa.

Capítulo III – Análise do discurso da revista *Veja* em relação aos evangélicos

O terceiro capítulo, por meio de método qualitativo, analisará as nove matérias de capa de *Veja* que abordam os evangélicos e nove matérias sobre católicos ao longo dos quarenta e dois anos de circulação do periódico (1968 a 2010), conforme *clipping* em anexo. A análise do discurso será o método para analisar o *corpus* selecionado e atingir o objetivo-chave da pesquisa.

* * *

Espera-se, com o trabalho aqui apresentado, contribuir com os estudos de Comunicação, e indicar caminhos para facilitar o diálogo entre a sociedade, entidades religiosas e profissionais envolvidos na produção de mensagens midiáticas, contribuindo para uma cultura de paz e de respeito à diversidade religiosa e à pluralidade de idéias presentes na sociedade brasileira, enfatizando, nesse sentido, os valores éticos do profissional de comunicação.

CAPÍTULO I

REFERENCIAL DAS CORRENTES TEÓRICAS DA COMUNICAÇÃO

Introdução

Esta dissertação busca compreender como um veículo da imprensa jornalística, a revista *Veja* dá tratamento à temática da Religião, em sua cobertura jornalística, particularmente ao segmento cristão. Para fundamentar a análise, se faz necessário primeiramente estruturá-la nas teorias da Produção da Notícia, da Linguagem e do Imaginário.

A Teoria da Produção da Notícia é base para a análise a que este trabalho se propõe. Este campo de estudo torna possível o entendimento de como o produto jornalístico da revista *Veja* apresenta o segmento religioso cristão evangélico. Autores como Nelson Traquina, Márcia Benetti Machado, Nilton Hernandez, Miguel Rodrigo Alsina e Mauro Wolf são aqui considerados.

Para compreender o processo discursivo dos jornalistas da revista *Veja* e confrontá-lo com os mitos da objetividade e da neutralidade jornalística, esta pesquisa fundamenta-se no pensamento da escola estruturalista francesa em relação à Linguagem e o Discurso com Dominique Maingueneau e Patrick Charaudeau e outros pensadores como Eni P. Orlandi, Maria Aparecida Baccega, José Luiz Fiorin, entre outros.

De acordo com estes pensadores, os produtos noticiosos midiáticos levam o público a incluir ou excluir dos seus conhecimentos aquilo que a mídia inclui ou exclui do seu próprio conteúdo. Como consequência dessa seleção das notícias, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descobre, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. Wolf (1995) atribui a esse conteúdo uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pela mídia aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas.

Importa reconhecer que o jornalismo é um lugar de circulação e produção de sentidos, com diversas interpretações, pois, a fala dos indivíduos inseridos no texto tem o poder de enaltecer, destruir, consagrar ou ocultar sujeitos, políticas, instituições. Baccega (1998) diz que a linguagem é reveladora dos fatores socioculturais e ideológicos, e que os produtos culturais, os discursos, os textos que circulam na sociedade são e estão carregados de intencionalidade e de sentidos.

A Teoria do Imaginário enfatizada aqui será baseada no pensamento de Cornelius Castoriadis e Michel Maffesoli que afirma a existência de um imaginário coletivo, e que “o imaginário é algo que ultrapassa o indivíduo, que impregna o coletivo ou, ao menos, parte do coletivo”. (SILVA, 2006)

PARTE I – TEORIA DA PRODUÇÃO DA NOTÍCIA

1. Mitos como princípios jornalísticos: imparcialidade, neutralidade e objetividade.

O conceito de objetividade jornalística surge em 1920, seguindo padrões da imprensa norte-americana, onde passam a ser prioritários os fatos noticiosos e não as opiniões. Esse método tem origem num contexto histórico em que os fatos precisavam adquirir credibilidade e a democracia estava ameaçada, em consequência de governos fascistas que dominavam vários países no início do século XX, e as notícias tendenciosas não mereciam confiança. (TRAQUINA: 2005 p. 135-136)

Segundo Walter Lippmann (1922 apud TRAQUINA: 2005) era necessário metodizar cientificamente o jornalismo e fazer da imprensa um veículo profissional. Então surge o conceito de objetividade, que segundo Traquina não é a negação da subjetividade, mas sim, uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma ideologia de objetividade, para que tenham sua credibilidade assegurada e dessa forma estarem protegidos de críticas ao seu trabalho.

Mesmo os proponentes do movimento de renovação do jornalismo norte-americano, o “jornalismo cívico”, que encara o valor de objetividade como um inimigo a abater, não encontram uma forma de o substituir e reconhecem que uma noção de equidistância é vital para a credibilidade do jornalismo (TRAQUINA, 2005)

De acordo com Perseu Abramo (2009), há diferenças entre objetividade e conceitos como imparcialidade, neutralidade. A imparcialidade e a neutralidade estão situadas no campo da ação (fazer, agir, ser). Porém, o conceito de objetividade permeia o campo do conhecimento e está diretamente ligado com a relação do sujeito observador (jornalista) e o objeto observável (no caso aqui estudado, as igrejas evangélicas e a Igreja Católica), ou seja, a realidade externa ao sujeito ou por ele externalizada, em função de seu conhecimento.

O jornalista com toda sua experiência profissional, seus valores pessoais e seus conhecimentos e sua visão de mundo constroem a notícia com sua subjetividade. Benetti (2007) afirma que o jornalismo, ao se apresentar como objetivo e neutro posiciona-se como uma instituição que estaria autorizada a retratar a realidade, porém, relata alguns mitos e falácias que são constantes na definição do segmento: o jornalismo retrata a realidade como ela é; tudo o que é de interesse público assim é tratado pelo jornalismo; o compromisso com a verdade não se subordina a outros interesses; o jornalismo ouve as melhores fontes e as fontes oficiais costumam ser as mais confiáveis; os melhores especialistas são aqueles que falam na mídia; todos que tem algo de relevante a dizer tem espaço no jornalismo dito sério ou de referência; jornalismo e propaganda não se confundem.

Todos esses fatores denotam uma utopia jornalística e podem ser associados a uma "doutrina da imparcialidade jornalística", que são normas instituídas pela imprensa americana, no início do século XX, e adotada por diversos manuais de redação e estilo de grandes veículos de comunicação no Brasil, para combater o sensacionalismo, resultando numa ilusão de imparcialidade, para conquista a credibilidade da opinião pública.

2. Os jornalistas e seus critérios de noticiabilidade

Entende-se por noticiabilidade, um conjunto de critérios relevantes que definem a possibilidade de um fato tornar-se notícia e despertar interesse a um grande número de pessoas e aliado aos valores-notícia o jornalista definirá se o fato a ser noticiado é significativo, interessante, relevante.

Ao definir o que é notícia⁴ e como se dá a sua produção na elaboração de uma matéria, o jornalista estabelece uma rotina profissional do ponto de vista técnico e segue metodologias profissionais, embasado na qualidade e vocação profissional. Wolf diz que o “faro” jornalístico, é uma capacidade de rotina, que é praticada sob parâmetros identificáveis (os valores-notícias, por exemplo). (RODRIGO ALSINA, 2009: 225)

Márcia Benetti (2007) classifica duas grandes categorias de valores-notícia, em: 1) categorias substantivas e 2) categorias relativas ao produto.

A *categoria substantiva* é ligada ao fato em si e seus personagens. Essa categoria é subdividida em dois valores-notícia: importância e interesse. A importância de um fato a ser noticiado, segue características a serem observadas como: quanto maior a posição social do indivíduo, maior será a possibilidade de tornar-se notícia, (personalidades famosas). Outra característica é a relevância nacional do fato, ao atingir o imaginário do leitor, onde os fatos que apresentam conseqüências a se desdobrarem futuramente são jornalisticamente mais noticiáveis do que os que se esgotam em si mesmos.

O valor-notícia caracteriza-se pela noticiabilidade: histórias de pessoas comuns em situação insólita e de pessoas públicas com sua privacidade devassada. Histórias de interesse humano, como superação, solidariedade e feitos excepcionais, heróicos.

O valor-notícia tem outras características num *produto noticioso* como a *brevidade* que refere-se aos limites físicos impostos pelo veículo de comunicação, aqui em questão revista semanal. Porém, esta pesquisa aborda as matérias de capa de *Veja*, tendo maior espaço e destaque no tratamento da notícia. Outra característica é a

⁴ Notícia é considerada núcleo básico do jornalismo, a notícia consiste no relato curto de um fato, buscando responder as indagações colocadas pelo *lead*. Fontes (apenas uma, ou mais) também são ouvidas para a constituição das notícias. (Mello,2003)

atualidade, esta diretamente ligada a continuidade, a *suíte*, ou seja, a capacidade de desdobramento da notícia. Já a *atualidade interna* das redações refere-se ao “furo” de reportagem.

Na produção jornalística, os valores-notícia são utilizados para organizar os diversos fatos a serem noticiados, contextualizá-los e aparentar *bom senso* fazendo com que a notícia tenha uma aparência verídica. Vale lembrar que o jornalista recorre com frequência à *trama da fatalidade*⁵ (BENETTI, 2007) “construída no processo de produção da notícia com a finalidade de criar uma ilusão de credibilidade”.

Segundo Böckelmann (1983: 65 apud RODRIGO ALSINA, 2009:154), há regras na seleção dos acontecimentos para serem noticiados:

- A seleção ao pessoal, ao privado e ao íntimo, onde pode haver uma identificação com os protagonistas;
- A novidade, a “modernidade” dos fenômenos, as últimas tendências que surgem na sociedade;
- Os sintomas do exercício de poder e sua representação por meio do exercício do poder político, econômico, entre outros, sendo objeto de especial atenção da imprensa;
- Diferenciação entre normalidade e anormalidade, em relação à conduta individual e sua valorização. Valores sociais são colocados para assinalar os valores não aceitos socialmente e polemizar sobre sua aceitação;
- A violência, a agressividade e a dor. Os delitos, os acidentes e as catástrofes recebem importante atenção da imprensa;
- Referências ao aumento da posse na questão das receitas e bens pessoais e do enriquecimento individual;
- Observações do que é extraordinário, do singular e do exótico. Os meios de comunicação tendem a prestar atenção no que é chocante, na diversidade cultural.

Os profissionais envolvidos com a produção da notícia, em especial os repórteres que captam as informações, os fotógrafos e os editores, são esses que, com

⁵ A *trama da fatalidade* é um procedimento em que os jornalistas definem e avaliam uma notícia. Esses profissionais em muitas situações “produzem fatos fundamentado por determinadas fontes, mas não por outras, trabalhando com as *fontes legitimadas* (autoridades, empresários, etc) deixando de lado o cidadão comum”. (BENETTI, 2007)

sensibilidade apurada, observam atentamente os fatos que ocorrem na sociedade, e constroem uma realidade do mundo.

As revistas possuem características próprias para tratamento e construção da notícia, com maior liberdade em relação ao estilo, uma vez que possuem maior disponibilidade de tempo e espaço físico para informar, analisar e interpretar os fatos, do que os demais meios de comunicação

Dessa forma cabe aos jornalistas selecionar e distribuir as notícias por ordem de importância, obedecendo a critérios como a escolha do material que será publicado, organizando internamente, editando e apresentando às materiais de forma padronizada.

Segundo Johan Galtung (apud LOBO, 1970) para compreender como se dá a seleção das notícias, ou seja, o critério de noticiabilidade no qual os jornalistas selecionam a notícia, o pesquisador contribui ao elencar algumas tipologias que podem ser classificadas de acordo com a intensidade ou força do impacto, analisando *amplitude, frequência, negatividade, caráter inesperado, clareza*. Outros critérios para um fato tornar-se notícia é a empatia com a audiência por meio da *personalização, significado, referência a países de elite, referência a pessoas que integram a elite, consonância, continuidade*. São esses critérios que mais tendem a conquistar espaço nas capas das revistas.

Para que um fato transforme-se em notícia leva-se em conta a *amplitude*, ou seja, um maior número de pessoas envolvidas, que aliado ao fator *significado*, a cerca dos acontecimentos, pessoas e interesses, geográfica e culturalmente, estarão mais próximos do leitor e terão um maior significado para ele.

Essa proximidade, aliada ao critério *frequência* com que uma notícia é veiculada, ou seja, quanto menor for o tempo de duração de um fato menor a possibilidade de ser noticiado. Para ilustrar esse critério com relação à temática de estudo desta dissertação, um exemplo de longa duração de uma notícia e com grande repercussão foi a atitude do bispo Von Helde da Igreja Universal do Reino de Deus ao chutar a estátua de uma santa, num programa da Rede Record na madrugada do dia 12 de outubro, quando católicos comemoram o dia de Nossa Senhora da Aparecida. Já os acontecimentos rotineiros podem tornar-se notícia se forem relevantes para muitas pessoas, na avaliação dos jornalistas.

De acordo com Márcia Franz Amaral, a *proximidade*, é um dos critérios de noticiabilidade mais valorizados na imprensa sensacionalista. O sensacionalismo é identificado na imprensa por meio das disposições das imagens (sensacionalismo gráfico), ao escolher as palavras (sensacionalismo lingüístico) e fazendo uso da emoção nas matérias (sensacionalismo temático). No sensacionalismo *gráfico* há uma desproporcionalidade entre a importância do fato e a ênfase dada nos recursos visuais; por fim o sensacionalismo *lingüístico* pode ser identificado, quando são empregadas palavras para chamar a atenção do leitor, e por último e o *temático* caracteriza-se pela procura de emoções e sensações, não considerando a responsabilidade social da matéria jornalística. A linguagem sensacionalista tende a abordar o ponto de vista particular e individual de algo ou alguém. (AMARAL, 2006, p.57).

O critério da *negatividade* faz com que escândalos, corrupção, entre outros fatores negativos atraiam mais leitores do que boas notícias. As mortes por assassinato são as que mais comovem, outros crimes, os atentados, as guerras e conflitos diversos, acidentes por qualquer meio de transporte, tragédias naturais, a morte de celebridades também exerce poder de atração da audiência por parte dos meios de comunicação.

Um evento inesperado terá mais impacto, do que um evento agendado e previsto, e o fator que caracteriza esse critério é o *caráter inesperado*. A *clareza* é outro critério de noticiabilidade, onde as informações são precisas sem a necessidade de mais do que uma interpretação, ou que para o seu entendimento sejam exigidos conhecimentos acerca dos antecedentes ou contexto desse mesmo evento.

Ações de indivíduos atraem um maior interesse humano pela história relatada pelos jornalistas caracterizando-se num critério de *personalização* da notícia. Esse critério pode se referir às *pessoas que integram a elite*, com histórias de pessoas ricas, poderosas, influentes e famosas que acabam por receber maior cobertura noticiosa. Esses critérios podem estar relacionados com *países de elite* mais poderosos que tenham maior destaque do que notícias relativas a países de menor expressão política e econômica.

A *consonância* é um critério em que o jornalista tem facilidade de inserir a novidade em um fato que já foi dado. Seus esquemas mentais preveem que um determinado acontecimento pode vir a ocorrer. Esta previsão tem a ver com a experiência e rotina do jornalista que escolhe o que é noticiável em consonância com aquilo que tinha antevisto. Assim se uma ocorrência corresponder às expectativas do jornalista terá maiores probabilidades de ser publicada.

3. Ética e o *ethos* como critério jornalístico

Aristóteles, desde a antiguidade, identificou um duplo sentido na ética: por um lado, atribuiu virtudes morais que garantem credibilidade ao orador, tais quais a prudência, a virtude e a benevolência e por outro, de acordo com Eggs (1999: 32 apud CHARAUDEAU, 2008 p.220), abrange uma dimensão social, na medida em que o orador convence ao se exprimir de modo apropriado a seu caráter e a seu tipo social. Nos dois casos trata-se da imagem de si que o orador produz em seu discurso, e não de sua pessoa real.

Aristóteles, que categorizou os meios discursivos em três, sendo o *logos* que compreende a razão, o convencer; o *ethos* que se insere o orador e o *pathos* que se refere ao público, ambos pertencem a emoção, sendo esses “demonstrações psicológicas”. O filósofo afirma que no *ethos* discursivo, o orador deve mostrar seus traços de personalidade ao público, pouco importando sua sinceridade, para causar boa impressão.

Charaudeau (2008:220) reforça esse pensamento ao afirmar a noção de “tom”, que também foi proposta por Barthes a partir de Aristóteles, onde atribui ao *ethos*, que ele chama de “fiador”, de “caráter”, e de “corporalidade” subjetiva numa representação social, sendo que essa sociedade detém imaginários coletivos construídos para si. Pode-se dizer que o *ethos* do jornalista apóia-se em um imaginário corporal e moral. Portanto, o jornalista imprime no texto “o modo de dizer que está associado a uma maneira de ser desse sujeito“. Faz-se necessário analisar a forma de dizer e como é associada a sua forma ser.

O imaginário desses profissionais pode ser identificado, observando-se seus signos verbais, para então, identificar como se dá o processo de construção de notícias, identificando o *ethos* dos jornalistas e suas significações onde são produzidos os sentidos. “O jornalista, deixa marcas de ideologia, convicções políticas-religiosas em sua produção e cria seus textos a partir de dados extraídos de seu *ethos* e de seu *pathos*. Essas convicções vão encontrar um eco, uma ressonância ou uma similitude entre os colegas da redação”. (MACHADO, 1998)

Para Maingueneau, o jornalista demonstra seu *ethos*, no texto que produz, ou seja, ele não fala de si explicitamente, porém, seu *ethos* aparece na imagem que ele

constrói ao reportar um fato ou uma situação. “O dizer sem ter dito, possibilita a eficácia do *ethos*, seu poder de despertar a crença, a adesão: o leitor é levado a identificar-se com a fala do jornalista, a incorporar um modo de ver o mundo; é levado a habitar o mesmo mundo ético” (CAVALCANTI, 2008 p.173)

A imagem construída do jornalismo, vale-se de orientações profissionais onde Benetti (2010) define crenças sobre o jornalismo como sendo regido pelo interesse público e não pelos interesses da instituição em que o jornalista identifica um fato como relevante e suas fontes são confiáveis. Essas e outras representações jornalísticas tem espaço e oportunidade para afirmar que o papel que julga desempenhar ou que o outro acredite que ele desempenha.

As representações coercivamente constroem o *ethos* jornalístico, Lago (2002, p. 2 apud BENETTI, 2010) define como “um conjunto de disposições, percepções e valorações jornalísticas tem de si e do mundo, uma dimensão do habitus que contém a auto-imagem, e nesse sentido orienta as representações”.

O *ethos* pode ser pré-discursivo ou discursivo (MAINGUENEAU, 2008). O pré-discursivo constrói histórica e socialmente a imagem do profissional, e sua ideologia na enunciação é marcante, possibilitando reconhecer quem fala, e Charaudeau chama esse elemento do contrato de comunicação como “condição de identidade”. No *ethos* discursivo o enunciador utiliza estratégias para evidenciar qualidades e modelar a interpretação do receptor.

3.1 Ética Jornalística: um lugar social do comunicador

Freqüentemente ocorrem discussões sobre ética jornalista na sociedade, por veículos de comunicação, por profissionais de comunicação e por estudantes de Comunicação Social na academia com questões que são fundamentais para o exercício da cidadania e um tópico que pode ser considerado polêmico é a questão da ética jornalística onde é possível constatar que o jornalista, tem deixado para segundo plano o compromisso com o público. Eugênio Bucci (2000) define essa atitude como uma síndrome da auto-suficiência ética.

Antes do século XIX não havia a preocupação com ética nas redações. Os códigos deontológicos surgem no final desse século, porém ganham força no século XX. O primeiro artigo crítico à imprensa que usou a palavra ética no título, datado de 1889 e o primeiro “código de conduta” para jornalistas surge em 1890. (TRAQUINA, 2005: 88)

No século XIX, o jornalismo era uma profissão com pouco prestígio, mal remunerada e pode-se evidenciar esse fator negativo, com o comentário de Max Weber, que diz que o jornalista “pertence a uma espécie de casta de párias, que é sempre vista pela sociedade em termos dos seus representantes mais baixos eticamente”. (TRAQUINA, 2005)

Balzac em 1843, criticou ferrenhamente os jornalistas da época, identificando dois gêneros jornalísticos: os *publicistas*, como sendo “todos os escrivinhadores que fazem política” e os *críticos*, “são os autores impotentes tornados especialistas da literatura dos outros”. Outro escritor contemporâneo a Balzac que criticou o jornalismo foi Pierre Larousse, em 1875, diz “o repórter é em geral mal visto pelo público sério, que lamenta ver a novidade tomar uma importância exagerada e expulsar do jornal o artigo sério, histórico ou crítico” (TRAQUINA, 2005, p.77)

A ética não é constituída por leis, como a ética kantiana que é regida por deveres e obrigações, porém, seus preceitos tem grande influência no jornalismo. Os códigos de ética se assemelham às normas jurídicas, por preverem sanções, e transmitirem, mesmo que utopicamente, autoridade. Porém, normas legais e ética jornalística não podem ser confundidas. As normas legais tem a sua validade e a sua legitimidade assegurada pelo Estado, enquanto a ética jornalística são manifestações da consciência desse profissional, da empresa ou da organização. (BUCCI, 2000: 206)

Os manuais de redação da grande imprensa nacional propõem uma ética interna, que são regras de condutas escolhidos pela imprensa, limitando, neste sentido, os fatos noticiados. Cabe ao periódico a capacidade e a autoridade de definir seus valores em relação às notícias publicadas.

Luiz Garcia, autor do *Manual de redação e estilo de O Globo* diz que “ética não é uma mordaza - a atividade tem critérios éticos próprios, e a imprensa é quem escolhe suas regras de conduta. Quando estas vêm de fora da redação, caracteriza-se censura”.

De acordo com o manual, o jornalista deve-se respeitar os personagens e sua privacidade, não colher manifestações de preconceito, ficar atento em relação às denúncias, pois estas podem conter interesses pessoais do denunciante considerar o direito de resposta caso alguém se considere ofendido ou atingido por referência ao seu nome ou a algum familiar.

Em casos de cobertura jornalística abusiva, Carlos Brickmann⁶, lembra que pouco adianta à Justiça dar direito de resposta à vítima. “O resultado do direito de resposta pode sair daqui a dez anos”, diz. “Quanto ao direito de resposta, não é possível reparar o estrago, o dano causado pela palavra é permanente”, garante. “Primeiro, não se tem garantia de que as mesmas pessoas que leram a acusação vão ler a defesa: segundo, as pessoas lêem o título, mas, de qualquer forma, é melhor do que não fazer nada e, normalmente, a vítima opta por não fazer nada”. (SANTOS, 2007)

Outro agravante do direito de resposta, de acordo com Brickmann, é que a vítima vai brigar por muito tempo e, quando sai a decisão da Justiça, a população não lembra mais do caso. “Além disso, a sentença é publicada na íntegra, com toda a formalidade, sem título e, dessa forma, não há quem leia”, afirma.

3.2 Ética do Discurso

A ética jornalística está diretamente relacionada à questão da ética do discurso ou comunicativa, difundida por Apel⁷ e Habermas, que é basicamente a fundamentação racional da moral, sendo discutida mundialmente por ensaios produzidos por Habermas como: *Teorias da Verdade e Ética do Discurso*.

Na concepção de Habermas, as “*Teorias da Verdade*”, dizem que o critério de verdade é o consenso dos que argumentam, pois, defende a idéia de que argumentar é

⁶ Carlos Brickmann, jornalista há cinquenta e cinco anos, atualmente, é colunista do site *Observatório da Imprensa*.

⁷ Apel, segundo Ernst Tugendhat, foi o pioneiro à Ética do Discurso com o ensaio *O a priori da comunidade de comunicação e os ensaios fundamentais da ética* (1967), porém seus ensaios eram sobrecarregados de conceitos transcendentais e Habermas se opôs, e segundo Tugendhat, por análises mais claras e de contornos mais definidos. (TUGENDHAT, 2003: p. 162)

uma tarefa eminentemente comunicativa e que o discurso intersubjetivo é, para ele, o lugar próprio para argumentação. Porém, o consenso não pode ser considerado como um critério de verdade, mas sim, um consenso qualificado, com regras semânticas que constituem essa qualificação que são determinadas pelo significado, sendo regras de caráter pragmático. (TUGENDHAT, 2003)

O critério de verdade só pode ser aceito como consenso que se estabelece sob condições ideais, e Habermas designa essas condições como “situação ideal de fala”. A razão é, então, defendida pragmaticamente de tal modo que um consenso é considerado racional, quando é estabelecido numa situação ideal de fala. A situação ideal de fala é definida por Habermas através de uma série de regras básicas cuja observação é condição para que se possa falar de um autêntico discurso. (TUGENDHAT, 2003: 163)

A autenticidade do discurso se dá quando todos os participantes do discurso têm as mesmas chances de participar do diálogo, tendo chance igual para a crítica. Sendo esses critérios autênticas regras do discurso, pois o fato de uma argumentação ter lugar entre várias pessoas ela em si é discursiva (comunicativa).

Charaudeau contribui com esta compreensão ao dizer que, o *efeito de verdade* está diretamente ligado no “*acreditar ser verdadeiro*” e surge da subjetividade do sujeito em sua relação com o mundo, criando uma adesão ao que pode ser julgado verdadeiro pelo fato de que é compatível com outras pessoas, e se inscreve nas normas de conhecimento do mundo.

O *efeito de verdade* baseia-se na convicção e participa de um movimento que se prende a um *saber de opinião*, a qual só pode ser aprendida empiricamente, através dos textos de portadores de julgamentos. (...) O que está em causa aqui não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de “*credibilidade*”, isto é, aquilo que determina o “*direito da palavra*” dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida. (CHARAUDEAU, 2007: 49)

No jornalismo, a notícia pode ser considerada democrática e ética, quando os múltiplos lados da notícia são contemplados, e podem ser identificados no estudo das vozes. Dar voz aos dois lados de uma mesma notícia, quando há dois lados que nela divergem é uma exigência técnica que resulta num princípio ético no jornalismo. O fato narrado ou os fatos jornalísticos tem que ser interpretados por afirmações e negações, é o critério dos “dois lados” de uma notícia. Porém, um terceiro lado da notícia, mediado

pelo jornalista, pode vir impregnado de ideologia, que Roland Barthes (1980) considera esse fato como um “roubo da fala”, que posteriormente é restituída com um acréscimo interessado de fala, “restituindo a fala roubada”, porém essa restituição trai o leitor, pois essa restituição é acrescida de valores ideológicos. Portanto, a narrativa apresenta os "dois lados" interpretativos, mas o terceiro lado da notícia pode ser apresentado por diferentes maneiras de manifestações como:

- uma conclusão própria, a síntese deduzida do jornalista;
- síntese a ser formulada a cargo de um terceiro ponto de vista, registrado pelo jornalista;
- o terceiro lado dedutivo ficará a cargo do enunciatário (leitor, ouvinte, telespectador etc.);
- tornando implícito que a organização (empresa / redação) tem uma visão própria sobre o fato, expressa no contexto na matéria ou em editorial;
- realçando explicitamente a preferência por um deles;
- deixando marcas (conotadores) de preferência por um deles;
- limitando-se a enunciá-lo, em sua natureza fenomênica, tal e qual aconteceu, sem nenhum dado de interpretação e/ou análise.

Considerar os elementos teóricos tal como indicado nos itens anteriores, contribui na compreensão da forma como a realidade é apresentada sob a ótica do jornalismo. Importa ainda destacar que os jornalistas ao produzirem uma notícia, imprimem suas subjetividades com julgamentos pessoais, já na escolha de qual informação que seu público receberá. Outros fatores que tem que ser considerados são a cultura profissional da categoria, a política e linha editorial da empresa de mídia; o prazo de fechamento das reportagens; os fatores políticos, econômicos e sociais; a relação dos repórteres com as fontes e com o público, elementos que oferecem indícios de seu imaginário e posicionamento ideológico.

PARTE II – CONCEITOS DA TEORIA DO IMAGINÁRIO

1. Imaginário jornalístico e a construção da realidade

Todo texto tem uma carga de intencionalidade e se faz necessário conhecer os mecanismos que as sustentam, para tanto a Teoria do Imaginário será uma das ferramentas que favorecerá essa descoberta, pautada por pensadores como o filósofo grego Cornelius Castoriadis e o professor de Sociologia na Sorbonne, em Paris, e diretor do Centro de Estudo sobre o *Imaginário* Michel Maffesoli, estudioso do pensamento do ser humano contemporâneo.

Grossi (1985, 384) define o profissional de jornalismo como um especialista na construção da realidade social com rotinas cognitivas, esquemas interpretativos e de significados. Esse profissional especializado detém relativa autonomia na produção de textos criando estilos, ideologias normativas, que o legitimam. Maffesoli (1996 apud BARROS, 2008), diz que o sujeito cede lugar à pessoa, pois, uma pessoa conforme a raiz etimológica da palavra, veste máscaras ou apresenta diversas facetas que, apesar de distintas, são incorporadas por uma mesma individualidade.

A ideologia constitui-se nessas facetas, num conjunto de idéias, que não se distanciam do imaginário. Porém, para compreender o imaginário, que agrega imagens, sentimentos, lembranças e experiências, que os indivíduos (jornalistas) e grupos sociais (comunidade discursiva) tem do mundo, dos seres que o compõem, da imagem que fazem de si mesmos e dos seus valores, depende de como “o outro” (leitor) aceita, admite e acredita na auto-imagem construída. Essa via de mão dupla, na construção da identidade, pode ser associada ao contrato de comunicação onde o leitor, “aceita” a produção do jornalista.

Compreender qual é o imaginário do jornalista, revela-se um desafio tanto quanto o de responder “Quem somos?”, “O que queremos”. Cornelius Castoriadis (CUNHA, 1997) diz que respostas a esses questionamentos identificam como os indivíduos e os grupos sociais são constituídos e quais as imagens que eles têm do mundo, das sociedades e a imagem que fazem de si mesmos e ao responder esses questionamentos é estabelecida a idéia de identidade.

É nesse contexto que um dos questionamentos dessa pesquisa busca resposta em como se dá a construção de sentidos sobre a identidade social dos evangélicos e se o imaginário desses jornalistas determina a construção desses sentidos. Castoriadis diz que a construção da identidade é compreendida e produzida com referência no “outro”, em como aceitam e acreditam na auto-imagem construída, bem como a imagem que os outros constroem sobre o indivíduo. (CUNHA, 1997)

Castoriadis diz que todo segmento social tem uma representação de si, ou seja, um imaginário. Os jornalistas tem uma imagem sobre si, seu papel social e sua identidade como formador de opinião, e é cercado de mitos acerca de sua profissão como: “Quarto Poder⁸”. Além disso, trazem consigo suas próprias concepções do outro e do mundo que o cerca.

Michel Maffesoli afirma que o imaginário é uma realidade em entrevista concedida a uma revista acadêmica e afirma que “o imaginário é uma aura, uma atmosfera, um estado de espírito que caracteriza um povo, um grupo social, uma comunidade e só existe imaginário coletivo (como um inconsciente social)”. (SILVA, 2001)

Maffesoli afirma que imaginário de um indivíduo corresponde ao imaginário do grupo no qual está inserido, bem como o estado de espírito de um país etc. O sociólogo afirma que “a imagem não produz o imaginário, mas ao contrário, a existência de um imaginário é que determina um conjunto de imagens”. O imaginário é racional, mas pode ser potencializado por elementos lúdicos, afetivos, imaginativos, irracionais e por fantasias que constroem as imagens, trabalhando a argumentação, persuadindo e seduzindo. Portanto o imaginário imprime emoção por meio de mecanismos como recursos infográficos que ilustrem um fato noticioso, datas comemorativas, os heróis e mitos a serem noticiados e os ritos atualizados. (SILVA, 2001)

Em resumo, o imaginário pode ser identificado de forma abrangente, que vai além da afirmação de Maffesoli sobre um conjunto de imagens construídas a partir dele. O autor traça outras características do imaginário como:

⁸ Segundo Traquina (2005: 46) a expressão é empregada pela primeira vez em 1828 por um “deputado do Parlamento inglês, McCaulay, que um dia apontou para a galeria onde se sentavam os jornalistas e os apelidou o “Quarto Poder” (Tradução do termo inglês *Fourth Estate*).

- Uma força social, uma construção mental perceptível, porém não quantificável;
- Um estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado-nação, de uma comunidade;
- Como promotor de vínculo, cimento social;
- Como detentor de um elemento racional (assim como a ideologia), mas de também outros parâmetros como o onírico, o lúdico, fantasia, o imaginativo, o afetivo, o não-racional, os sonhos;
- O imaginário não seria de direita nem de esquerda, pois estaria aquém ou além desta perspectiva moderna;
- O imaginário atravessaria todos os domínios da vida e concilia o que aparentemente é inconciliável, por isso mesmo os campos mais racionais, como as esferas política, ideológica e econômica, seriam recortados pelo imaginário, que tudo contamina.

Alguns mitos cercam a Teoria do Jornalismo como objetividade, imparcialidade, neutralidade e caem por terra quando confrontadas com a Teoria do Imaginário que proporciona uma ampla análise sobre a subjetividade do jornalista. Gisele Silva (2010) afirma que as manifestações simbólicas, emocionais presentes no imaginário, contribuem para uma investigação mais aberta às coberturas jornalísticas.

Pensadores como Castoriadis e Mafessoli compartilham um olhar positivo sobre o imaginário, quebrando possíveis resistências quanto ao estudo deste aspecto, em investigações sobre fenômenos sociais, na ciência da comunicação.

Vale lembrar que essa pesquisa não objetiva julgar o direcionamento político das emoções a cerca do imaginário dos jornalistas, mas se faz necessário investigar a imprensa e descobrir marcas que identifiquem esse imaginário religioso dos jornalistas e como se dá a construção da realidade social sobre esse segmento religioso.

São duas as formas de interpretar a realidade dos evangélicos, que os jornalistas da revista *Veja* utilizam na construção das notícias que chegam ao público. O primeiro compreende que a mídia tende a construir uma realidade aparente, uma ilusão e o segundo é que a mídia manipula e distorce a realidade objetiva (DOELKER, 1982; ENZENSBERGER, 1972 apud RODRIGO ALSINA, 2009).

Segundo Baudrillard (1979 apud RODRIGO ALSINA, 2009) a imprensa produz uma simulação da realidade social e nessa perspectiva pode-se entender que a realidade transmitida pela mídia é uma construção, um produto de uma atividade especializada. Portanto a mídia é quem cria a realidade social.

Alsina alerta que a “construção social da realidade” se dá no cotidiano das práticas institucionais e essa construção legitima o jornalista como um porta-voz de realidades que determinam sua relevância.

PARTE III – TEORIA DA LINGUAGEM E A ANÁLISE DO DISCURSO

1. Jornalismo: Gênero Discursivo

Na Grécia antiga Aristóteles preocupou-se em classificar os textos criando tipologias específicas para distinguir três formas genéricas: a lírica, a épica e a dramática, fundamentando-se na representação da realidade.

A questão é antiga, mas no século XX, Bakhtin (2006) enfatiza os gêneros textuais nos estudos lingüísticos. Negando a teoria estruturalista de Saussure que concebe a língua como um sistema, Bakhtin defende a natureza social e ideológica da linguagem, para ele, a linguagem é atividade interativa, dialógica que, permeia toda a vida social, exerce papel central nos sistemas ideológicos.

Bakhtin (2006) conceitua os gêneros (do discurso) como "tipos relativamente estáveis de enunciados". O autor reconhece a diversidade de gêneros e, por isso considera a estabilidade e a variabilidade como características dos gêneros discursivos. A prática social faz surgir novos gêneros que, embora tenham por base um gênero já existente, dele se diferencia pela linguagem, pela finalidade e pelos meios, surgindo, assim, um novo gênero.

Um gênero é constituído pelo conjunto de características de um objeto e constitui uma classe à qual o objeto pertence, os objetos são os textos, que são tratados por Charaudeau (2008: p.204) de *classe textual* ou *gênero textual*. Portanto, o texto é

muito complexo para ser definido por regras de formação e de forma mais ampla tem que ser pensado e formulado de acordo com seu gênero discursivo que está relacionado às práticas sociodiscursivas, ou seja, ao seu contexto.

Ao falar em gêneros discursivos Mikhail Bakhtin (1992) diz que são divididos em dois: o gênero primário (da comunicação cotidiana) e o secundário (romances, subgêneros jornalísticos, ensaios etc). Dessa forma trabalharei com dois gêneros secundários do jornalismo: subgênero informativo e o subgênero opinativo, assim classificados por Beltrão (1980)

1.1 Subgênero Discursivo - Informativo

O jornalista inglês, Samuel Buckley editor do jornal *Daily Courant*, no início do século XVII, padronizou a informação diferenciando notícias de comentários, ao usar a narração em relatos e a argumentação em comentários, criou “uma ilusão de que os leitores, longe dos artigos, das notícias recebem uma informação purificada, livre dos pontos de vista, resguardada apenas pela objetividade⁹”. (CHAPARRO, 2001, p.138)

A partir da segunda metade do século XX, os teóricos passaram a se dedicar à sistematização dos gêneros jornalísticos. A maioria deles se ocupou em classificar por categorias, como Mello e Beltrão¹⁰ (apud BONINI, 2003) classificam a notícia, a reportagem e a entrevista como jornalismo informativo, porém adotaram critérios diferentes.

Na concepção de Beltrão, os gêneros jornalísticos, adotam o critério funcional, considerando as funções que os enunciados exercem junto ao público: de informar, explicar ou orientar. Como a notícia e a reportagem teriam a função de informar ao público, Beltrão considerou esses gêneros como pertencentes ao jornalismo informativo.

⁹ Uma das técnicas para alcançar a objetividade no jornalismo informativo, impresso, é o emprego de textos curtos, de ordem direta, conhecido no jornalismo como *Lead*, que responde a seis perguntas básicas: Que? Quem? Quando? Como? Onde? Por que? (BAHIA, 1990)

¹⁰ Luiz Beltrão (BONINI, 2003).

Mello (apud BONINI, 2003) adotou os critérios da intencionalidade e o da reprodução da realidade, classificando os textos em jornalismo opinativo e informativo, incluindo a notícia, a reportagem e a entrevista nesse último.

Para Charaudeau (2007, p.63) o discurso informativo, reflete a relação dos jornalistas com seus imaginários, onde um conjunto de valores, idéias e concepções expressão sua visão de mundo social, onde o autor diz que informar é possuir um saber que o outro ignora (“saber”), ter a aptidão que permite transmiti-lo a esse outro, essa transmissão de um saber pressupõe que algo seja desconhecido por parte dos leitores; (“poder dizer”), ser legitimado nessa atividade de transmissão, o jornalista, que leva o leitor a agir no sentido desejado pelo jornalista, não implicando necessariamente no tom explícito e imperativo do discurso, mas na sua posição de credibilidade.

O (“poder de dizer”) refere-se alguém ou algum veículo de informação tiver a posse de um saber para que se crie um dever de saber, nos tornaremos dependentes dessa fonte de informação. Toda instância de informação, querendo ou não, exerce um poder sobre o outro. Charaudeau (2007) destaca outras intenções que um jornalista pode imprimir na produção da notícia, como:

O “fazer crer” onde o leitor é persuadido por meio de sua racionalidade e do rigor lógico por ele imputado aos fatos, através de uma suposta “neutralidade”, portanto “influenciar seu leitor” com práticas argumentativas dentro de uma estrutura formal orientada pelo jornalista.

O “fazer-prazer” objetiva despertar no leitor emoções, como “seduzir” e “fragilizar” e Baudrillard (apud MACHADO, 1998) diz que a intencionalidade do ato comunicativo é atingir a sensibilidade do sujeito interpretante através da satisfação emocional e/ou através do lúdico.

1.2 Subgênero Discursivo - Opinativo

As revistas semanais tem como característica editorial o subgênero opinativo em suas reportagens, que José Marques de Mello (2003) define em oito categorias: o

editorial, o comentário, o artigo, a resenha crítica, a coluna, a caricatura, a crônica e a carta do leitor.

A editoria é o espaço em que é expressa a ideologia dos proprietários da revista, e Mello atribui um editorial voltado a empresa e aos financiadores. Em geral nas revistas o editorial é assinado.

Quando há por parte da empresa uma liberdade de expressão, a categoria comentário flui com um caráter observador privilegiado da realidade, a qual é submetida pelos jornalistas.

Quanto ao artigo, esse texto produzido por jornalista ou não, tem como característica geral a defesa de uma idéia e a sustentação de uma opinião. A resenha crítica versa sobre produtos culturais e suas reflexões de cunho teórico.

Coluna é composta por texto curto publicado com regularidade em espaço definido no periódico, em geral é assinada e com liberdade na redação podendo abordar diversas editorias como economia, política, religião entre outras.

A caricatura, a charge ou qualquer outra ilustração tem como finalidade retratar personalidades públicas ou situações por elas vividas, com humor ou ironia. A crônica se aproxima da literatura, tem presença marcada em jornais e em revista, tratando de assuntos da atualidade e de maneira breve.

Por fim, a carta do leitor legitima o caráter opinativo a quem é destinada a informação jornalística, podendo expressar sua satisfação ou não quanto ao conteúdo produzido por esses profissionais. Mello (2003) diz que as revistas costumam recorrer às cartas aos leitores numa estratégia de *merchandising* jornalístico.

Esta concepção contribui com esta pesquisa na medida em que este estudo do jornalismo como gênero discursivo expõe que os jornalistas utilizam critérios discursivos, que precisam ser compreendidos, na construção das notícias, que mediam o ser humano e a realidade social em que está inserido.

2. Análise da representação verbal: Estudo de Vozes

Às reportagens de *Veja* compreendem textos polifônicos, em que os diálogos entre discursos se mostram e deixam-se ver, em muitas vozes, ao contrário dos textos

monofônicos, um discurso de uma única voz, onde os diálogos são escondidos, as demais vozes são abafadas, produzindo uma verdade única e um discurso autoritário. (BARROS, 2001)

As notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da comunidade discursiva, dentro e fora das suas organizações. Por sua vez, a interação entre jornalistas e fontes de informação faz das notícias uma ferramenta importante.

Bakhtin (1981 apud CHARAUDEAU, 2008) diz que todo texto é dialógico e jornalisticamente esse dialogismo é visto em dois planos: a relação entre discursos e entre sujeitos. A *interdiscursividade* é a identificação dos sentidos e a *intersubjetividade* é o pensar do discurso como algo que só existe num espaço entre sujeitos.

Dessa forma não podemos incorrer na ingenuidade de que o discurso tenha uma verdade ou uma literalidade¹¹. A literalidade se estabelece com o apagamento de uma ideologia, pois, quanto mais ela é naturalizada, mais é o sentimento literal, de obviedade incorrendo num discurso opaco, não-transparente passível de várias interpretações. (BENETTI, 2007)

A intersubjetividade jornalística caracteriza-se pela polifonia, por fazer circular diversas vozes que fundamentam a matéria. No estudo das vozes neste tipo de texto, por meio da Análise do Discurso, Brandão (1998 apud CHARAUDEAU, 2008) define dois níveis: no primeiro identificam-se três tipos de sujeito: o *locutor*, o *alocutário* e o *delocutário*. O *locutor* é aquele que assina o texto ou é o jornalista-instituição quando o texto não é assinado. O locutor é aquele “que fala”, não apenas o falante, mas os sujeitos que falam por meio dele; o *alocutário* é o leitor também chamado de interlocutor: é aquele “para quem o textos se dirige. O sujeito *delocutário* é aquele “de quem se fala”, o que se pode chamar de referente, ainda assim um sujeito, nesta pesquisa, os evangélicos e os católicos. Portanto o contrato atende a dois elementos num discurso “quem diz e para quem diz”.

¹¹ Literalidade é a impressão de algo que “natural, obvia e evidentemente só poderia significar isto”, como se seu sentido existisse de forma independente e pudesse ser acessado ou não. (BENETTI, 2007: 108).

3. Análise da representação verbal: Estudo dos Sentidos

De acordo com a Análise do Discurso da linha francesa o sentido não está na palavra, e sim na ação dos jornalistas. A formação dos sentidos se constitui no imaginário, na ideologia, no posicionamento e formação sócio-cultural dos jornalistas.

Portanto, o discurso não é neutro e a língua não é o espelho da realidade, mas sim sua representação, Baccega (1998) afirma que todo texto apresenta, uma carga de produção do sentido (informações subentendidas), que na construção da notícia provoca efeitos de sentidos, que nem sempre estão explícitos no texto, porém, estão sempre em curso, entre os locutores, movendo-se e produzindo-se por meio de determinações históricas e sociais. Esses sentidos refletem situações exteriores e anteriores ao fato noticiado e estão diretamente ligados ao discurso produzido pelos jornalistas, com origens na sociedade, na cultura, na ideologia e no imaginário social desses profissionais.

Charaudeau (2008: 180) distingue dois efeitos de sentidos: o *pretendido* e o efeito *produzido*. Os sujeitos comunicantes ou locutores (jornalistas) *pretendem* e buscam produzir efeitos junto aos sujeitos destinatários ou alocutários (leitores). Por sua vez, os sujeitos interpretantes (leitores) reconhecem os efeitos *produzidos*, construindo-os e reconstruindo-os a sua maneira. Porém, os efeitos produzidos não coincidem necessariamente com os efeitos pretendidos.

Analisar o discurso de *Veja* é uma forma de explicar como a linguagem e as ideologias são articuladas, e como a ideologia evidencia os sentidos e os sujeitos que produzem os textos. Segundo Orlandi (1998 apud CHARAUDEAU, 2008), sempre estamos interpretando os sentidos e as ideologias expressas nas matérias jornalísticas. Por isso, Authier-Revuz (1982 apud CHARAUDEAU, 2008)) afirma que um discurso nunca é homogêneo e podem ser encontrados no texto, fatores heterogêneos que promovem a presença de outros discursos e que se distinguem em *heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva*.

Authier diz que a heterogeneidade *mostrada* é visível nas citações, no discurso relatado, no uso das aspas, enfim, nos mecanismos capazes de gerar uma polifonia linguageira. A forma mostrada caracteriza-se pelo discurso indireto com citação sob as

condições da situação de oralidade, não pela leitura das fontes, mas pela força da memória que introduz na sintaxe do texto falado as palavras de outros e o discurso direto fazendo uso de “aspas”, glosas (explicar, comentar, criticar, entre outras formas); por meio de figuras de pensamento como: Alusão¹², Eufemismo¹³, Hipérbole¹⁴, Ironia¹⁵.

As figuras do pensamento, são uma subdivisão das figuras de linguagem, são recursos estilísticos para tornar nossa expressão mais contundente e impactar o leitor. O efeito que essas figuras provocam, tem origem no pensamento do jornalista.

A heterogeneidade *constitutiva*, por sua vez, não é marcada em superfície, porém, é definida na Análise do Discurso por meio da formulação de hipóteses, através do interdiscurso, ou seja, trocas efetuadas entre universos, espaços, e campos discursivos diversos, por meio do estudo das vozes. Nesta pesquisa, por exemplo, a identificação das vozes contidas nas reportagens de *Veja*, ajuda a avaliar a forma como os evangélicos são apresentados aos leitores do periódico. Já a análise do sentido se dá a partir de duas camadas: a *discursiva e a ideológica*:

As camadas discursivas são as formações discursivas como define Orlandi (2005); as regionalizações do interdiscurso (a memória, o saber discursivo, a possibilidade histórica do dizer), ou seja, representam no discurso, a formação ideológica que pode ser identificada nos textos que remetem a uma mesma formação ideológica.

A camada ideológica caracteriza-se pela fixação da ideologia de um conteúdo, pela impressão do sentido literal. O que se espera no discurso jornalístico, é a sua pluralidade de abordagens. Aqui residem os silêncios e o esquecimento, segundo Orlandi (2001: p.22) em consequência da subjetividade, da ideologia e do imaginário do jornalista, que apaga fatos que compõe a materialidade da linguagem e da história.

¹² Alusão - Referência explícita ou implícita a uma obra de arte, um fato histórico ou um autor, para servir de termo de comparação, e que apela à capacidade de associação de idéias do leitor

¹³ Eufemismo – É o emprego de palavras ou expressões agradáveis, em substituição às que têm sentido grosseiro ou desagradável.

¹⁴ Hipérbole – É o exagero na afirmação.

¹⁵ Ironia – É sugerir, pela entonação e contexto, o contrário do que as palavras ou as frases exprimem, por intenção sarcástica. As reticências são a pontuação que mais evidencia um pensamento irônico ou sarcástico.

4. Comunidade interpretativa e Contrato de Comunicação

O termo *comunidade interpretativa* refere-se a um sistema ou contexto que produz consenso em torno da escolha da interpretação quando atribuída a um enunciado ou conjunto de enunciados. Maingueneau (1997) afirma que a comunidade interpretativa é caracterizada pelo posicionamento dos jornalistas, mesmo quando são concorrentes em um mesmo campo discursivo. Essa noção é extensiva à toda comunidade de fala restrita, organizada em torno da produção de discursos que pode ser de qualquer natureza: jornalística, científica e outras.

Os jornalistas que compõem essa comunidade tem sua identidade marcada pelo reconhecimento de seus membros, por meio de um contrato de comunicação, por eles implicitamente compartilhados. Ao produzirem conhecimentos, opiniões, valores, crenças, e pela maneira de dizer ou não dizer algo, jornalistas portam julgamentos e formam opinião junto à sociedade, porém, divergências são postas em segundo plano.

Ao relacionar estas dimensões que a Análise do Discurso traz para o estudo dos textos jornalísticos, Maingueneau (2008) diz que “a organização de homens e seus discursos são indissociáveis; as doutrinas são inseparáveis das instituições que a fazem emergir e que as mantêm, e que essa hipótese refere-se aos grupos de produtores de textos.

Por isso é possível afirmar que na construção da informação há uma ligação entre quem produz e quem consome. Esse efeito de realidade se dá com um “horizonte social cognitivo”, existindo um convênio social onde os jornalistas encontram legitimidade ao informar, esse público consumidor, que tende a acreditar que o informado, é a verdade dos fatos. (RODRIGO ALSINA, 2009)

O contrato de comunicação, denominado por Alsina como convênio social onde se pressupõe que as publicações jornalísticas e o seu interlocutor (leitor, ouvinte, telespectador, usuário, participante) tenham “cláusulas” de um “contrato” e que não é fundado num acordo explícito, porém revela uma série de expectativas mutuamente compartilhadas que influenciam a produção e o consumo do discurso jornalístico. (HERNANDES, 2006)

Segundo Charaudeau, o contrato de comunicação é um conjunto de condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação (qualquer que seja sua forma, oral ou

escrita), que permite aos parceiros de uma troca linguageira reconhecer um ao outro com os traços identitários que os definem como sujeito desse ato (identidade), reconhecerem o objetivo do ato que os sobre determina (finalidade), entenderem-se sobre o que constitui o objeto temático da troca (propósito) e considerarem a relevância das coerções materiais que determinam esse ato (circunstâncias). (CHARAUDEAU, 2008)

O Contrato Social, também denominado por Greimas e Courtés (1979: 146 apud RODRIGO ALSINA, 2009), como “contrato pragmático fiduciário”, faz com que o enunciador tenha como pretensão fazer o destinatário crer que o meio de comunicação diz a verdade. Esse contrato pressupõe um fazer persuasivo e o (fato de dizer a verdade) por parte do destinador, resulta na adesão do leitor, acreditar na verdade do jornalista. O contrato fiduciário torna-se um contrato enunciativo (ou contrato da verdade), que garante o discurso-enunciado.

O contrato pragmático fiduciário da mídia é um produto de institucionalização e de legitimação do papel do jornalista. Da mesma forma que se estabelece um contrato social entre o jornalista e o leitor, pressupõe-se que há um contrato entre a comunidade interpretativa jornalística, estabelecendo uma relação entre si, onde se justifica a similitude quanto à forma de interpretar a realidade, e produzir as notícias, pois se essa comunidade compartilha um imaginário coletivo, esse por sua vez será recebido como verdadeiro. (RODRIGO ALSINA, 2009: 230)

O jornalismo enquanto gênero discursivo traz características que são reconhecidas pelos diversos atores sociais, que diferenciam o discurso jornalístico de outros discursos midiáticos. Márcia Benetti (2008) descreve as singularidades jornalísticas.

- Um discurso só existe na relação entre sujeitos;
- O jornalismo se estabelece em um contrato de comunicação, entre os elementos fundamentais desse contrato está a resposta à questão “quem diz e para quem”;
- Construção do leitor virtual ou imaginário;

5. Intencionalidades no discurso: a ironia

Identifica-se uma informação com opinião irônica, quando, o jornalista faz uso dessa figura do pensamento, imprimindo posições pessoais e utilizando fontes que legitimam seu discurso.

A ironia diz o contrário do que se quer fazer o leitor compreender, o jornalista ao utilizar esse recurso de linguagem, semelhante a antífrase, desqualifica uma pessoa, algo, algum lugar ou uma prática qualquer. A ironia pode ser identificada no texto por meio de hipérboles, por palavras empregadas no texto, pelo contexto, pela entonação e por vezes pelo uso de pontuações que evidenciam o pensamento irônico do comunicador como as reticências, o uso do itálico.

Alguns tipos de ironia são facilmente identificáveis no texto jornalístico, opinativo, que Pires (1981) identifica um tipo, o *asteísmo*, quando louva. Outros quatro tipos de ironia¹⁶ são identificados: (1) o *sarcasmo* que é um deboche explícito que objetiva imputar características desprezíveis a algo ou alguém; (2) a *antífrase* quando enaltece idéias funestas, erradas ou quando se faz uso em tom carinhoso de termos ofensivos; (3) A *parêmia* que é um recurso que repete de modo debochado, um ditado popular que encerre em si mesmo o caráter irônico (4) o *eufemismo* que é a modalidade pela qual se abranda, substituindo um termo, que originalmente poderia ser tomado como grosseiro ou chocante. Charaudeau (2008) diz que a ironia por *menção* é um tipo de citação que o jornalista mencionaria o ponto de vista de uma personagem desqualificada que diria qualquer coisa fora de contexto.

Ducrot (1984 apud CHARAUDEAU, 2008, p.291) defende a concepção de polifonia da ironia, que é uma característica das reportagens, que geralmente são citações em discurso direto, e são reproduzidas exatamente as palavras do enunciador citado. Por muitas vezes é possível identificar o jornalista empregando a ironia nos textos, por outras vezes, a polifonia é agregada à ironia e dessa forma o jornalista se “isenta” de assumir o enunciado.

¹⁶ Tipos de ironia (CHERUBIM, 1989 apud BENETTI, 2007)

A ironia é um tipo de enunciação em que o jornalista, ao empregá-la, supõe que seu interlocutor a domina, sendo uma espécie de compartilhamento de saberes, que “devem estar” disponíveis na memória desses dois sujeitos de uma comunidade discursiva, o jornalista e o leitor, ou seja, uma cumplicidade entre esses sujeitos. (BENETTI, 2007: p.41)

Esse compartilhamento de saberes nos remete ao contrato social, onde o jornalista, com suas formações imaginárias, ao produzir um enunciado imagina seu interlocutor e pensa que esse leitor o imagina quando o lê (PÊCHEUX, 1990 apud BENETTI, 2007)

6. Intencionalidades na produção do texto: manipulação cognitiva

Segundo Benetti (2007) na análise do discurso jornalístico, temos que observar o “contrato cognitivo” que está implícito entre jornalistas (narrador) e leitores (audiência) em seu contexto, onde a máxima da objetividade e sua estratégia textual de “relatar a verdade” é compactuada e validada pela comunidade de leitores, que acreditam estar lendo a verdade dos fatos, pois, convencionou-se que o jornalismo é o lugar natural da verdade, do texto isento.

Como visto anteriormente, o contrato de comunicação é um pacto gera uma estabilidade entre os interlocutores, tornando eficiente a comunicação jornalística sendo possível identificar por meio da análise do discurso as transgressões éticas, as ironias e outros efeitos de sentido implícitos e explícitos no texto.

Teun van Dijk, pesquisador holandês, desenvolveu a análise cognitiva¹⁷ em textos comunicacionais, mostrando caminhos para entender a forma como os jornalistas atuam em sua rotina profissional, na natureza da instituição, e nas características grupais, as suas representações imaginárias socialmente partilhadas no processo de produção de escrita dos textos jornalísticos.

¹⁷ A cognição é um conceito amplo e abrangente que se refere às atividades mentais envolvidas na aquisição, processamento, organização e uso do conhecimento. Os processos principais envolvidos no termo cognição incluem detectar, interpretar, classificar e recordar informação; avaliar idéias, inferir princípios e deduzir regras; imaginar possibilidades; gerar estratégias; fantasiar e sonhar (MUSSEN ET AL., 1988, p.210)

Van Dijk, ao definir ideologia e sua aplicabilidade em correntes cognitivas, diz que “a ideologia faz parte dos sistemas sociocognitivo das representações mentais, como as atividades dos grupos sociais (aí compreendidos os preconceitos) e os modelos mentais. (CHARAUDEAU, 2008 p. 269)

Os processos dialógicos e situacionais da produção textual fazem parte de um quadro sociocognitivo, que possibilita o entendimento da notícia. Há, na concepção de Van Dijk (1993 apud CHARAUDEAU, 2008) dois modelos cognitivo-sociais, que definem a natureza estratégica da produção e da compreensão do discurso noticioso.

O primeiro modelo enfatiza a produção e a compreensão do discurso por meio de duas memórias: a episódica e a social. A memória episódica decodifica, processa e interpreta a parte da memória que reúne crenças sobre experiências concretas (fatos, eventos, situações) que participamos, testemunhamos ou recebemos de outros discursos. Por outro lado está a memória social, também denominada memória semântica onde são armazenadas as atitudes, as ideologias, normas e valores que são partilhadas pelos jornalistas.

Van Dijk cria um modelo para compreender o discurso jornalístico que abrange as duas memórias, dessa forma dá sentido para um texto, num fluxo recíproco entre texto e contexto, entre memória episódica e a memória social, definindo o modelo situacional. Van Dijk enfatiza que esse modelo armazena experiências sobre fatos anteriores e propõe analisar ideologicamente as categorias cognitivas de grupos de identidade (*nós e os outros*).

A compreensão do discurso está ligada a modelos, a objetivos pessoais, a objetivos estruturais, argumentos ou ideologias socialmente partilhadas. Na interação cognitiva entre memória episódica e a memória social é possível compreender muito mais do que está explícito no texto e a análise do não-dito pode ser tão reveladora como a do dito (VAN DIJK, 1993 apud CHARAUDEAU, 2008).

Tende-se a apresentar de forma favorável o grupo a que pertença, enfatizando os seus traços positivos ofuscando os seus traços negativos; por outro lado, tende-se a apresentar o grupo de não-pertença de forma desfavorável, enfatizando os seus traços negativos e ofuscando os positivos. Essas apresentações operam-se por processos de vinculação semântica, de sugestão e de associação a que se juntam implicações ideológicas: interessa não só a quantidade do que se diz mas também a relevância ou irrelevância do que é dito.

Van Dijk diz que recursos de desqualificação do *outro* se dão num discurso pela natureza identitária dos jornalistas com um *nós* diferenciado das minorias abordadas e que pode ser caracterizado como um modo de manipular a informação produzida.

Esse discurso desqualificador, com origem no imaginário coletivo, onde "os jornalistas estão unidos, enquanto comunidade interpretativa, pelas interpretações coletivas de determinados acontecimentos-chave. O discurso compartilhado que produzem é assim um indicador de como se vêem a si próprios como jornalistas" (ZELIER, 2000, p. 33-61).

7. Instância midiática e sua representatividade no discurso

A representação verbal compreende vários atores que dão certa homogeneidade ao processar a notícia e ao representar a ideologia do veículo de informação. Os atores que compõem um veículo de imprensa são: a direção do veículo de informação, os da programação, os da redação da notícia e os operadores técnicos. Charaudeau denomina esses atores como "instância midiática¹⁸". Portanto, em qualquer área dessa instância em que atue o jornalista, esse não é o único ator, porém é o mais importante nessa engrenagem.

Charaudeau (2009, 151) diz que o fato noticioso, jamais é transmitido em seu estado bruto e que a multiplicidade de atores que compõem a instância midiática racionaliza essas informações com critérios jornalísticos. Assim, a instância midiática impõe ao cidadão uma visão de mundo, e essa visão produz um sentido, como se essa fosse a natural.

Esse processo da instância midiática explica a dificuldade em encontrar o responsável pela informação divulgada. Em algumas edições da revista *Veja* as reportagens não são assinadas, porém a dificuldade persiste mesmo quando é assinada por um jornalista.

¹⁸ Termo que segundo Charaudeau (2009) refere-se a instância global de produção que integra os diferentes atores que compõem a instância de enunciação discursiva.

Instâncias intermediárias, são as fontes que fundamentam uma matéria, e são constituídas por organismos corporativos como: agência de informação, outras mídias, por especialistas de diferentes áreas do conhecimento (uma personalidade, um especialista, um político).

Diariamente os jornalistas lidam com conflitos de interesses econômicos, políticos, comerciais, por parte da empresa em que trabalham e por outro lado lidam com suas fontes, com suas subjetividades e com a sociedade a quem é destinada a informação que produz. Normas básicas como ouvir múltiplas fontes na obtenção de vários fatos reportados, definem a responsabilidade social do que é publicado.

Charaudeau (2009, p. 148) identifica as fontes numa matéria pela sua relação com a instância midiática. Segundo o autor são duas as identificações: fontes internas e fontes externas. As *fontes internas* aos organismos de informação são: os correspondentes, os enviados especiais e arquivos próprios. Já as *fontes externas* ao organismo de informação são as agências e indústrias de serviço e outras mídias. Porém as fontes externas compreendem uma instituição ou não. As institucionais são: Estado-Governo, Administrações, Organizações sociais (partidos, sindicais) e Políticos (representantes sociais); os não institucionais são as testemunhas, os especialistas, os representantes (corpos profissionais).

* * *

Neste capítulo buscou-se fundamentar as teorias que proporcionarão maior entendimento do capítulo 3, que correspondente à análise das reportagens sobre os evangélicos e católicos e entender imaginário do jornalista e até que ponto esse interfere em questões éticas e técnicas da profissão. No capítulo a seguir, com base nos objetivos deste trabalho, será apresentado o segmento evangélico em um contexto sócio-político-histórico numa abordagem sintética, pois, a pesquisa não se destina a estudar a religião, mas sim entender como a revista *Veja* aborda o tema da religião, particularmente o segmento evangélico.

CAPÍTULO II

REFERENCIAL DOS ESTUDOS DA RELIGIÃO

Introdução

A religiosidade brasileira é marcada pela diversidade, em que, de forma hegemônica, o catolicismo se impôs às demais religiões indígenas, africanas, asiáticas e às de ruptura como o protestantismo, em suas diversas vertentes tipológicas que podem ser encontradas nos variados estudos sobre religião.

Este capítulo é destinado a situar os evangélicos, protagonistas do objeto desta pesquisa, num contexto histórico e contemporâneo da sociedade brasileira em suas transformações sócio-político-culturais. Teóricos da religião como Leonildo Silveira Campos, Ricardo Mariano, Carlos Tadeu Siepierski, Paul Freston, entre outros contribuirão com o estudo.

Magali do Nascimento Cunha também contribui, na classificação dos evangélicos por tipologias e os definirá, num breve quadro cronológico, com suas características de atuação, desde a vinda dos primeiros missionários europeus aos líderes religiosos da atualidade.

Será necessário um destaque à vertente do Pentecostalismo. Oriundo do protestantismo histórico, o pentecostalismo é um movimento religioso com raízes nos Estados Unidos na década de 1910 e chega ao Brasil por meio de missionários. A partir da década de 1950 surge uma complexa teia de organizações sociais distintas como parte deste segmento. Bittencourt Filho (2003) descreve este fenômeno e o avanço do pentecostalismo na política e na mídia, a partir segunda metade do século XX no Brasil.

É nesse quadro social que a revista *Veja* evidencia o crescente fenômeno religioso pentecostal que é o foco de cobertura jornalística nas nove edições em análise no capítulo 3, daí o necessário destaque acima indicado.

1. Breve contexto histórico do protestantismo no mundo: Lutero e Calvino

Como fenômeno social religioso, o protestantismo foi resultado de um longo processo de inserção de novas significações no cristianismo, que desde seus primórdios, foi experimentado com conflitos e cisões. Essa revolução religiosa teve início com Martinho Lutero, teólogo e reformador alemão, que viveu de 1493 a 1546. Monge agostiniano, sacerdote, doutor em Teologia opôs-se às lideranças da Igreja Católica Apostólica Romana, por venderem indulgências, ou seja, perdão em troca de remissão dos pecados.

Essa ruptura proporcionou uma transformação sociocultural na Europa, motivada por elementos como a publicação da Bíblia em alemão, em 1521, rompendo com o monopólio católico e propiciando aos países de influência protestante a alfabetização em massa dos adeptos, possibilitando a livre interpretação da Bíblia. (WEBER, 2007)

João Calvino, francês, foi outro reformador protestante, que aderiu a reforma proposta por Lutero e foi perseguido pela Igreja Católica. Em 1533, publica sua obra mais famosa, a "*Instituição da Religião Cristã*", que lhe rendeu grande prestígio, essa obra refletia publicamente o rompimento com o catolicismo. Calvino organizou uma república teocrática, instituindo a religião cristã em 1536, ao implantar os costumes reformados gerou celeuma, resultando num exílio em 1538.

Do luteranismo e do calvinismo brotarão diversos grupos e tendências religiosas, que passaram a ser classificadas como protestantes, inicialmente na Europa mas depois espalhadas por todos os continentes.

2. Breve histórico das igrejas evangélicas no Brasil

Os grupos protestantes, aqui conhecidos como evangélicos, tradicionais (herdeiros do luteranismo e do calvinismo) chegaram pela primeira vez ao Brasil ao aportarem no Rio de Janeiro, em 1555, sob liderança do Frances Nicolas Durand. Era uma expedição com um grupo de refugiados que pretendiam colonizar e praticar livremente o culto reformado, pois fugiam de uma terrível perseguição religiosa na França. A Igreja Reformada de Calvino enviou pastores calvinistas para o trabalho de colonização e obreiros missionários que chegaram ao Rio de Janeiro em 10 de março de 1557, realizando o primeiro culto reformado de que se tem notícia em terras brasileiras. Porém, a tentativa de colonização terminou com a expulsão de Villegaignon em 1560. (SIEPIERSKI, 2001)

O monopólio religioso imposto pela Igreja Católica era forte, porém as portas se tornaram mais amplas e múltiplas quando, após a proclamação da independência a 7 de setembro de 1822, D. Pedro I reafirmou o interesse em receber povos de várias partes do mundo, visando à efetiva colonização do País.

Incentivados pela “abertura dos portos às nações amigas”, proporcionado pela vinda da Família Real a partir dos primeiros anos do século XIX, beneficiando-se do *Tratado de Comércio e Navegação* para ocupar as terras ociosas, imigrantes protestantes começam a vir ao Brasil e imigraram de várias partes da Europa, anglicanos ingleses e luteranos alemães. Os de origem germânica, ao confessarem sua fé protestante, polemizaram questões como: casamento, registro de crianças, sepultamentos em cemitérios públicos, entre outras questões sociais e promovendo grandes mudanças na legislação a fim de atender a essas novas necessidades. (SIEPIERSKI, 2001)

D. Pedro I formaliza a partir da Constituição de 1824, que o Romanismo é a religião oficial do Império, impondo restrições para existência de outros cultos, que nem podiam reunir-se em locais com aparência exterior do templo. Em consequência à Independência e a Constituição a questão da liberdade religiosa entrou em pauta e inúmeros parlamentares defendiam a abertura religiosa. Porém a religião católica continuou sendo a oficial do Estado e a única a ser mantida por ele, mas a Constituição

reconheceu os direitos políticos à Religião Cristã Protestante, conhecida como *protestantismo histórico* do século XIX, por meio de processo migratório ou proselitista e contemplou seus direitos, mas restringindo os locais de culto, a construção de templos e o proselitismo religioso. (SIEPIERSKI, 2001)

Em 1865, quando a Guerra Civil norte-americana havia terminado e o governo brasileiro, por meio do imperador Dom Pedro II, facilitou a vinda de imigrantes americanos, chamados de confederados. Mas havia um problema sério: a comunidade se desenvolveu e os cemitérios, na maioria, eram controlados pela Igreja Católica Romana e neles não era permitido o sepultamento de pessoas de outras religiões. Segundo Magali do Nascimento Cunha (1999), foram construídas escolas para as elites e capelas para a população livre e pobre com mensagem protestante de anticatolicismo e pré-milenarista.

Nos primeiros cinquenta anos do Protestantismo Histórico de Missão (PHM), houve uma grande expansão da ideologia protestante no Brasil, e tinham como característica o conservadorismo teológico, e como fundamentalismo a negação do Catolicismo e da diversidade da cultura nacional, que segundo esse grupo, eram veiculados como símbolos do paganismo e do atraso. (CUNHA, 1999)

Marcados pela ideologia do destino manifesto e pelo conservadorismo teológico que levaram os missionários a interpretar que a evangelização do Brasil dizia respeito à negação do catolicismo da diversidade de cultura nacional, que eram estreitamente vinculados e interpretados como símbolo do paganismo e do atraso. A pregação anticatólica passou a apresentar o protestantismo como a única e verdadeira religião e sua anticultura difundia as práticas e costumes anglo-saxões como os verdadeiros valores. (CUNHA, 1999)

Com a proclamação da República e com a promulgação da nova Constituição formalizou-se a separação entre a Igreja e Estado, que Siepierski (2001) afirma ter resultado em uma liberdade religiosa, que pelos três primeiros séculos da história do Brasil a Igreja Católica deteve o monopólio religioso, enquanto instituição em terras brasileiras e no decorrer do século XIX o catolicismo foi gradativamente cedendo terreno a uma nova religião cristã, a protestante.

Nos Estados Unidos havia movimentos de reavivamento religioso protestante e o fenômeno se solidificou no início do século XX, onde surgiria nas igrejas norte-americanas protestantes o movimento denominado pentecostal.

No início do século XX, aportam no País os primeiros grupos pentecostais de, missionários norte-americanos e as igrejas pentecostais mais antigas no Brasil são: Igreja Congregação Cristã do Brasil e Assembléia de Deus. O imigrante italiano Louis Francescon, radicado nos Estados Unidos, veio para o Brasil e fundou em São Paulo a Congregação Cristã. A Assembléia de Deus é de 1911 e foi fundada pelos suecos Grunar Virgen e Daniel Berg em Belém do Pará. Portanto, essas duas são as mais antigas igrejas pentecostais e compreendem a primeira fase do pentecostalismo no Brasil.

Magali do Nascimento Cunha (2007, p.14-15) em sua obra “*A explosão do gospel*”, sintetizou por tipologias a complexa multiplicidade de denominações evangélicas brasileiras, com forte influência nos fenômenos comunicacionais que estão inseridos os evangélicos no Brasil.

TABELA 1 Tipologia do segmento evangélico

Tipologia	Descrição
Protestantismo Histórico de Migração	Tem raízes na Reforma do século XVI, chegou ao Brasil com o fluxo migratório estabelecido a partir do século XIX, sem preocupações missionárias conversionistas. É representado pelas Igrejas Luteranas, Anglicana e Reformada.
Protestantismo Histórico de Missão (PHM)	Também originado do da Reforma do século XVI, veio para o Brasil trazido por missionários norte-americanos no século XIX. Corresponde às Igrejas Congregacional, Presbiterianas, Metodista, Batista e Episcopal.
Pentecostalismo Histórico	Assim chamado por suas raízes nas confissões históricas da Reforma, veio para o Brasil no início do século XX com objetivo missionário. É caracterizado pela doutrina do

	<p>Espírito Santo, ou seja, pela condição que os adeptos devem assumir de um segundo batismo, o batismo do Espírito Santo, caracterizado pela glossolalia (o falar em línguas estranhas).</p> <p>Composto pelas Igrejas Assembléia de Deus, Congregação Cristã do Brasil e Evangelho Quadrangular.</p>
Protestantismo de Renovação ou Carismático	<p>Surgiu a partir de expurgos e divisões no interior das chamadas “igrejas históricas”, em especial na década de 60, caracterizado por posturas influenciadas pela doutrina pentecostal. Mantém vínculos com a tradição da Reforma e com a estrutura de suas denominações de origem. É formado pelas Igrejas Metodistas Wesleyana, Presbiteriana Renovada e Batista de Renovação, entre outras.</p>
Pentecostalismo Independente (também denominado Neopentecostalismo)	<p>Sem raízes históricas na Reforma do século XVI, surgiu (e surge ainda hoje) de divisões teológicas ou políticas nas denominações históricas a partir da segunda metade do século XX. Tem como especialidades sua composição em torno de uma “liderança carismática”, a pregação da Teologia da Prosperidade e da Guerra Espiritual, a prática constante de exorcismos e curas milagrosas e o rompimento com o ascetismo pentecostal histórico. Sua enumeração é difícil dada a profusão constante de novas igrejas: entre outras, Deus é amor, Brasil para Cristo, Casa da Bênção e Universal do Reino de Deus.</p>
Pentecostalismo Independente de Renovação	<p>Apareceu no final do século XX e ganha força no início do século XXI. Possui as características do Pentecostalismo Independente (alguns autores tratam este</p>

	<p>grupo de igrejas integrado ao outro), no entanto difere dele por ter como público-alvo as classes médias e a juventude, estruturando seu modo de ser para alcançá-los. Esse modo de ser atenua a ênfase no exorcismo e nos milagres e ressalta a prosperidade e a guerra espiritual. Grupo de igrejas composto pela Renascer em Cristo, Comunidades (Evangélicas, da Graça), Sara a Nossa Terra, Bola de Neve, outras.</p>
--	---

3. Origens e expansão do Pentecostalismo

A expressão “pentecostal” refere-se ao relato bíblico do momento em que o Espírito Santo desce sobre os apóstolos sob a forma de línguas de fogo, fazendo-os falar línguas estranhas, como se lê no livro *Atos dos Apóstolos 2: 1-37*, animando-os a enfrentar sua tarefa evangelizadora. Atualmente, existem mais protestantes (evangélicos) pentecostais no mundo do que protestantes anglicanos, batistas, luteranos e presbiterianos.

O pentecostalismo rompe com padrões que caracterizavam as igrejas protestantes tradicionais por séculos. Esse movimento religioso surge no final do século XIX e sua atuação se deu modestamente nos Estados Unidos e sua expansão foi decorrente do famoso avivamento da rua Azusa, em Los Angeles em 1906.

No ano de 1901, o pentecostalismo surge, com o pregador Charles Fox Parham, pioneiro na prática de manifestações em transe e glossolalias (o falar em “línguas desconhecidas”), e em aplicar a teoria do “batismo com o Espírito Santo”. Parham liderava um movimento denominado *The Apostolic Faith*, enquanto foi diretor-fundador do Bethel Bible College, na cidade de Topeka, no Kansas, no sul dos EUA, onde difundia a cura divina em sua doutrina, dava assistência material às pessoas pobres e treinamento para jovens em atividade missionária. (CAMPOS, 2005)

Segundo Leonildo Silveira Campos a origem cultural do cristianismo pentecostal teria como ponto de partida e localização, Montano, um cristão do segundo século, que lutava pela recarismatização da cristandade. Por volta do ano 150, os cristãos os cristãos abandonaram certos carismas como: “falar em línguas”, “receber revelações divinas” ou esperar por “sinais, curas e maravilhas”. (CAMPOS, 2005)

Dentre esses líderes, desponta no estado americano do Texas, em Huston, em 1906, o pastor negro americano William Joseph Seymour, discípulo de Parham na escola bíblica que tornou-se uma explosão mundial. Seymour assistia às aulas de Paham em uma cadeira colocada no corredor do lado de fora da sala, vítima da discriminação racial. Filho de ex-escravos Seymour nasceu em Louisiana, estado com população predominante negra, porém, o ódio racial intenso era difundido por terrorista por meio de movimentos como Ku Klux Klan entre outros e agiam livremente no sul dos Estados Unidos. (CAMPOS, 2005)

Seymour derrubou a existência de barreiras raciais em favor da "unidade em Cristo" e rejeitou barreiras às mulheres em qualquer forma de liderança em uma igreja. O movimento chamou a atenção da imprensa e virou notícia nos Estados Unidos.

Silveira Campos , diz que o jornal *Los Angeles Times*, (CAMPOS, 2005) em 18 de abril de 1906, publicou uma matéria que começava afirmando estarem os seus repórteres diante de “uma sobrenatural babel de línguas” e de uma “nova seita de fanáticos” formada em sua maioria por negros e imigrantes pobres, liderados por um pregador negro, que atraía pobres, ignorantes e tolos ao templo situado no número 312 da rua Azuza Street. (CAMPOS, 2005)

Tanto os protestantes históricos da reforma quanto os pentecostais se espalham pelo mundo com seus projetos missionários, chegam ao Brasil por meio de diferentes grupos e em distintas épocas.

Segundo Ricardo Mariano (1999) nos anos 50 e início dos anos 60, o movimento pentecostal se fragmenta, a relação da sociedade se dinamiza e três grandes grupos, em meio a dezenas de menores, surgem: a Evangelho Quadrangular, em 1946, com o norte-americano Harold Williams à frente, inovou ao falar para as massas e foi a primeira a admitir pastoras; Brasil para Cristo, em 1955; e Deus é amor, em 1962.

No Brasil, as primeiras igrejas pentecostais são: Congregação Cristã do Brasil e a Assembléia de Deus. A primeira, fundada em 1910 pelo imigrante italiano Louis Francescon, radicado nos Estados Unidos. A Assembléia de Deus é de 1911 e foi fundada pelos suecos Grunar Virgen e Daniel Bergem Belém do Pará. Portanto, essas duas são as mais antigas igrejas pentecostais e compreendem a primeira fase do pentecostalismo no Brasil.

O fenômeno religioso pentecostal arregimenta, de acordo com Censo do IBGE de 2000¹⁹, cerca de 17,7 milhões de pentecostais, dos 26,2 milhões de evangélicos brasileiros. Ricardo Mariano (1999) situa o movimento neopentecostal, no final dos anos 70 e ganha força nos anos 80 e destaca as igrejas Universal do Reino de Deus e a Igreja Apostólica Renascer em Cristo, como suas principais representantes.

TABELA 2 Igrejas pentecostais históricas com maior crescimento no Brasil

	Igreja Congregação Cristã do Brasil	Igreja Assembléia de Deus	Igreja Evangelho Quadrangular	Igreja Deus é Amor
Fundação	1910	1911	1951	1962
Nº de Fiéis em 2001	2,2 milhões	4,5 milhões	1 milhão	750.000
Nº de Igrejas	14.300	22.000	6.300	5.000

Fonte: Centro de Políticas Sociais /FGV

TABELA 3 Igrejas evangélicas pentecostais independentes com maior crescimento no Brasil

	Igreja Universal do Reino de Deus	Internacional da Graça de Deus	Igreja Apostólica Renascer em Cristo	Igreja Sara Nossa Terra
Fundação	1977	1980	1986	1982
Nº de fiéis em 2001	2 milhões	270.000	120.000	150.000
Nº de Igrejas	7000	900	400	350

Fonte: Centro de Políticas Sociais/FGV

¹⁹ Ver http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/populacao/religiao_

As igrejas Deus é Amor e a Igreja Universal do Reino de Deus são chamadas por alguns estudiosos de “agências de cura divina”, não formando “igrejas” ou “comunidades”, constituindo “tendas de magia”, o que para outros teóricos seria um equívoco de concepção. “A razão do equívoco, em parte, reside em falho conhecimento empírico de ambas as igrejas, de quem não pesquisou diretamente”. (MARIANO, 1999).

Em 1994, Antônio Gouveia Mendonça, ex-pastor da Igreja Presbiteriana Independente e pesquisador da história do protestantismo no Brasil, opta pelo termo neopentecostal. (MARIANO, 1999)

“O termo neopentecostal tem sido empregado com imprecisão, mas é o mais aceito por ser aquele que mais vem ganhando terreno nos últimos anos entre os pesquisadores brasileiros, para classificar as novas igrejas pentecostais”. (SIEPIERSKI, 2001)

A abordagem social das igrejas neopentecostais é bastante diferenciado provocando reações de preocupação por parte da grande imprensa, à Igreja Católica, bem como as igrejas protestantes tradicionais. As igrejas neopentecostais surgem com características diferentes de atuação em relação às tradicionais e pentecostais, destacando-se a batalha espiritual que é a luta entre o bem e o mal e a Teologia da Prosperidade em que o cristão crê sem culpas por ser filho de um Deus dono de todo o universo. Esses grupos excluem os sinais externos de religiosidade que estigmatizam as demais igrejas. E são estruturadas empresarialmente, utilizando-se da mídia e do *marketing* para seu evangelismo e conseqüente expansão.

Os princípios religiosos são mantidos como base com sua estrutura, apesar de inserirem elementos atraentes e totalmente inovadores. Esse grupo surgiu de divisões teológicas ou políticas das denominações históricas, a partir da segunda metade do século XX e tem como características a difusão massiva da Teologia da Prosperidade, da Guerra Espiritual, a prática constante de exorcismo e curas milagrosas. (CUNHA, 2007).

Algumas denominações como a Renascer em Cristo, Sara Nossa Terra, Bola de Neve entre outras, diferem em sua atuação, pois objetivam um público-alvo, que são as classes médias e os jovens, introduzindo em seus cultos um diversificado estilo de

música como rock, samba, punk rock entre outros ritmos e atrativos culturais como dança, cultura Hip Hop, esportes, etc.

4. Presença dos evangélicos na política brasileira

O crescimento evangélico no século XX tem sido motivo de estudos acadêmicos e, no Brasil, pode ser considerado uma revolução social, promovendo mudanças significativas no cristianismo protestante, que, antes, eram distantes de aspectos da cultura brasileira. Ao longo da década de 1980 os evangélicos passam a marcar presença na sociedade política e nos meios de comunicação social, o que se relaciona ao que esta pesquisa espera destacar: a primeira capa de *Veja* sobre os evangélicos, datada justamente de 1981.

Paul Freston (1994) traça um histórico dos evangélicos na política nacional, desde o Império (1822-1889), quando as igrejas históricas que se implantaram no país encontram no liberalismo político um apoio contra o poder político da Igreja Católica contando com a cooperação de maçons e republicanos. A fé politizada da tradição calvinista não chegou em terras brasileiras, porém segundo Walzer (1965 apud FRESTON, 1994) foi a ética do protestantismo que se implantou no Brasil (interiorizada e individualizada, de conformidade com as estruturas racionais e burocráticas).

No Império, a participação política dos protestantes limitava-se ao sistema eleitoral indireto, onde o não-católico podia ser eleitor, mas nunca ser eleito e os ocupantes de cargos públicos eram obrigados a “manter a religião católica”. Entretanto, a Lei Saraiva de 1881 abre plena participação legislativa, possibilitando a elegibilidade do maior líder luterano Karl von Koseritz, na Assembléia Provincial do Rio Grande do Sul.

Na República Velha (1889-1930), o governo republicano separa a Igreja do Estado em 1890 e a Constituição de 1891 atende as reivindicações anticlericais dos protestantes, como casamento civil, cemitérios seculares e ensino público leigo e chega

ao fim a restrição legal quanto à participação política na condição de protestante. (FRESTON, 1994)

Nesse período a presença protestante dava-se nos municípios e nos estados, sendo nula a participação no congresso. Entre os protestantes, os luteranos eram a maioria e por serem monarquistas passaram a isolar-se.

A Era Vargas o governo amplia as possibilidades aos evangélicos, porém, estreita relações com a Igreja Católica onde pretendia instituir a neo-Cristandade. Em 1925 há uma tentativa de oficializar “a religião católica como a fé do povo” (Della Cava 1975:13 apud FRESTON, 1994)

Por sua vez os evangélicos se mobilizam, apoiados no Código Eleitoral de 1932 que facilita a participação, criando a Justiça Eleitoral, o voto secreto e o voto feminino, embora houvesse mecanismos que cerceavam o voto.

A Igreja Católica se beneficia com um decreto do governo autorizando ensino religioso nas escolas públicas, com a inauguração do Cristo Redentor e com a nova lei eleitoral a formação da Liga Eleitoral Católica (LEC) apoiando candidatos favoráveis às reivindicações católicas e com posicionamento conservador. (FRESTON, 1994)

Os líderes evangélicos, presbiterianos, lançam em 1932 um Memorial, onde defendem o “a justiça popular rápida e gratuita”, “a completa laicidade do Estado e do ensino oficial”, “absoluta liberdade da manifestação do pensamento”, “a educação popular obrigatória” e instrução secundária, profissional e superior acessível “as classes menos favorecidas”. Segundo Freston, nunca houve até então um pronunciamento político tão abrangente por parte de um grupo religioso evangélico no Brasil. O pastor metodista Guaracy Silveira, (1933-34 e em 1946) foi o único constituinte evangélico, elegendo-se pelo Partido Socialista Brasileiro e defendia o Estado laico, o divórcio, a livre sindicalização, o salário mínimo e a nacionalização das jazidas minerais.

Paul Freston afirma não haver um estudo detalhado sobre as relações protestantes e o regime militar, mas após o golpe, vários líderes leigos assumem posições de importância no novo regime. Geremias Fontes é designado governador do Rio de Janeiro, Eraldo Gueiros torna-se governador do Pernambuco e Nehemias Gueiros é o redator do AI-2.

**TABELA 4 Deputados Federais e Senadores Protestantes em cada Legislatura
(1946 – 1995)**

Legislatura	Titulares
1946 – 1951	1
1951 – 1955	5
1955 – 1959	6
1959 – 1963	7
1963 – 1967	10
1967 – 1971	12
1971 – 1975	9
1975 – 1979	13
1979 – 1983	12
1983 – 1987	12
1987 – 1991	32
1991 – 1995	23

O segmento pentecostal é o mais reportado por *Veja* e objeto da primeira matéria de capa da revista, como já mencionado, em 1981. Segundo Frestom, a presença pentecostal na política brasileira tem início justamente na década de 1980 com a eleição da “Bancada evangélica” para a Assembléia Nacional Constituinte.

Pontuando brevemente a participação dos evangélicos nas eleições para Assembléia Nacional Constituinte, em 1986, foram eleitos 32 candidatos sendo 20 das igrejas pentecostais e 18 sem experiência política, tornando-se uma novidade a presença

maciça dos evangélicos no meio político e religioso passando a serem reconhecidos como “Bancada evangélica”.

Para que se justificasse a expressão “Bancada evangélica”, Freston (1994) alega que uma ação unificada seria a defesa de interesses institucionais evangélicos. Numa atitude positiva para com o governo e a ênfase religiosa em questões comportamentais que foi identificada, em quatro áreas sociais, tema na Assembléia Constituinte como: aborto, homossexualismo, divórcio e censura. É nesse período que cresce o número de igrejas e indivíduos evangélicos detentores de emissoras de rádio e TV, pois estes foram “moeda de troca” do governo para as votações de temas fundamentais como o mandato da presidência e a reforma agrária.

A partir daí o protagonismo dos evangélicos na política se estabelece em escala crescente a ponto de terem participação interpretada como decisiva na eleição de Collor de Melo como presidente, em 1989 e a consequente derrota de Lula, entre outras eleições para cargos majoritários. (FRESTON, 1994, p. 89)

A imprensa sempre atuou como um agente fiscalizador das ações político-partidárias, e quando se trata das igrejas evangélicas, de acordo com o sociólogo Ricardo Mariano (1999, p. 183), a vigilância é acirrada, em especial quando se trata de malversação de dinheiro público, fisiologias políticas entre outros escândalos.

Vale registrar que no movimento político recente, os evangélicos foram protagonistas na campanha eleitoral de 2010, com a ala conservadora das igrejas, em especial as pentecostais, se colocando abertamente, principalmente na internet, e, curiosamente, como aliados dos católicos-romanos, contra a candidata do Partido dos Trabalhadores Dilma Rouseff. A oposição deu-se pelo fato da candidata ter se manifestado publicamente a favor do aborto e de direitos a homossexuais. Tão forte foi a campanha evangélica contra Rouseff que ela teve que voltar atrás nas declarações e assumir compromissos com lideranças de igrejas quanto ao não estabelecimento de ações governamentais naquelas temáticas. Cristiano Aguiar Lopes²⁰ em crônica intitulada “A manipulação do aborto”, descreve como os grandes veículos impressos trabalharam essa questão.

²⁰²⁰ Cristiano Aguiar Lopes é jornalista e consultor legislativo da Câmara dos Deputados. Fonte: Observatório da Imprensa: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=613JDB002>

Como em um passe de mágica, o aborto tornou-se o grande tema das eleições presidenciais deste ano. Em poucos dias, um assunto para o qual raramente a imprensa volta seus olhares virou a principal pauta de grande parte dos veículos de comunicação, ocupando páginas e mais páginas dos principais jornais e revistas do país. (...) Mas, como mostram dados que levantamos ao longo dos últimos 50 dias – de 1º de setembro a 20 de outubro –, podemos afirmar com absoluta certeza que houve um esforço coordenado e eficiente dos principais jornais e revistas do país para insuflar a polêmica sobre o tema com vistas a um fim eleitoral mais que óbvio: roubar votos de Dilma entre eleitores conservadores contrários à descriminalização do aborto.

Durante estes 50 dias, medimos as menções ao tema "aborto" em 29 publicações – entre elas os jornais *O Globo*, *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*; e as revistas *Veja* e *Época*. Os dados foram obtidos da resenha diária de jornais e revistas elaborada pela Câmara dos Deputados. Corrobora essa tese o fato de que, em uma análise qualitativa preliminar das matérias pode-se notar a construção simbólica de duas forças antagônicas sobre o aborto: Dilma, a ateia, cujas declarações contraditórias revelariam sua verdadeira opinião em favor da descriminalização da prática; e Serra, o religioso, que seria historicamente contrário à descriminalização. Ressalte-se que esta análise qualitativa ainda está sendo realizada, mas os primeiros dados corroboram fortemente a tese da construção desse antagonismo simbólico.

5. Ética evangélica abalada: escândalos financeiros e corrupção

As igrejas pentecostais ganharam destaque na mídia secular e segmentada, por conta dos escândalos políticos e os escândalos financeiros que tem sido constantes. Desde a década de 1950, um exemplo é a Igreja Brasil Para Cristo, cujo líder missionário Manoel de Mello, destacado na primeira capa de *Veja* sobre os evangélicos, de 1981, um dos maiores do pentecostalismo brasileiro, foi detido 27 vezes pela polícia. (MARIANO, 1999)

Em 1984, a Igreja Deus é Amor protagonizou as reportagens de *O Estado de São Paulo* “A Fantástica rede de Negócios” e “Deus é Amor e Lucros Também”²¹, que questionavam a forma de arrecadação da instituição. No final daquela década a Igreja Universal do Reino de Deus é envolvida em diversos escândalos onde há o mesmo

²¹ O Estado de São Paulo em 14/10/1984 e 16/10/1984

questionamento quanto à forma pouco ortodoxa de arrecadação dessas igrejas, afetando a imagem dos evangélicos de retidão moral.

Mariano (1999, p. 180) diz que esses escândalos contribuíram para uma cobertura generalizada da imprensa, e afirma que essa generalização faz com que pastores pentecostais passem a ser vistos como espertalhões, que visam abrir igrejas como algo escuso e altamente lucrativo, tratando a fé como “mercadoria”. Por sua vez os fiéis se tornaram objeto, de sarcasmo, vistos como ingênuos submetidos a explorações aviltantes e mal disfarçadas.

Linha do Tempo – Igrejas que são alvo de críticas de *Veja*

TABELA 5 IURD – Igreja Universal do Reino de Deus

IURD – Igreja Universal do Reino de Deus		
1990	Morte no culto	A polícia do Rio de Janeiro abriu inquérito para investigar a morte de uma mulher de 70 anos durante culto no Estádio do Maracanã
1991	Tráfico de droga	Edir Macedo e outros bispos são denunciados pela Polícia Federal por lavarem o dinheiro conseguido com o tráfico de cocaína.
1992	Bispo no Xadrez	Macedo foi preso, no Rio de Janeiro, acusado de curandeirismo, charlatanismo e estelionato. Ele foi solto depois de onze dias
1993	Golpe	O bispo foi responsabilizado pelo incêndio que destruiu a TV Record, em agosto de 1992. O objetivo seria receber o valor do seguro.
1996	Revelação	Fita divulgada por um ex-bispo fez com que Edir Macedo voltasse a ser investigado por sonegação, ligação com o narcotráfico e estelionato
1996	Impostos	O líder religioso foi autuado em 5 milhões de dólares porque “esqueceu” de recolher impostos em 1990
1999	INSS	A Universal recebeu multas de quase 300 milhões de reais, mas pagou apenas 50 milhões. A igreja ainda devia ao INSS.
2005	Flagra	Bispos da Universal são flagrados usando bagagens pessoais para transportar dinheiro em vôos.
2009	Réu	Edir Macedo e nove integrantes da Universal são acusados de lavar dinheiro doado pelos fiéis para aumentar o próprio patrimônio.

Fonte: Site da revista *Veja*

TABELA 6 Igreja Apostólica Renascer em Cristo

Igreja Apostólica Renascer em Cristo		
1986	Origens	Fundação da Renascer em Cristo na sobreloja de uma pizzaria paulista.
1989	Expansão	Renascer abre sua primeira igreja, no bairro paulistano do Cambuci.
1990	Comunicações	Estevam Hernandes abre a primeira rádio da Renascer
1993	Milhões de fiéis	Primeira edição da “Marcha para Jesus”
1999	Braço Midiático	Casal Hernandes adquire o controle da Rede Manchete de televisão
2001	Prosperidade	Antes das primeiras acusações, a Renascer estava em ritmo de expansão
2006	Estelionato	Os Hernandes são acusados de premeditar calotes em proprietários de imóveis.
2006	Justiça	É decretada a prisão do casal Hernandes mas o casal consegue <i>habeas corpus</i>
2007	Prisão	Os Hernandes são presos ao tentar entrar nos EUA com 56.000 dólares não declarados
2007	Sentença	Casal é condenado a 5 meses de prisão domiciliar e outros 5 em regime fechado

Fonte: Site da revista *Veja*

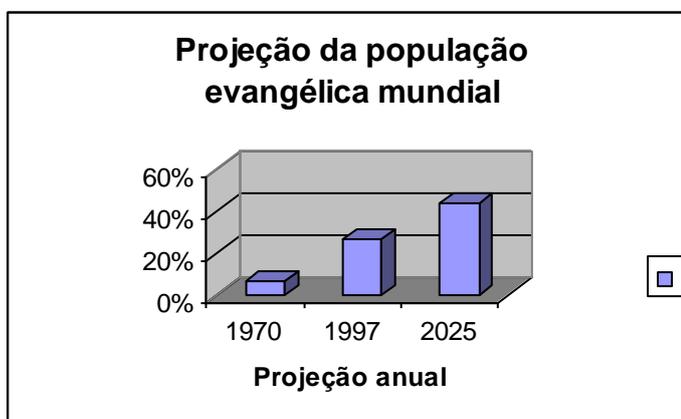
6. Quadro atual da presença dos evangélicos no Brasil

A Fundação Getúlio Vargas desenvolveu um estudo sobre os evangélicos e a evolução das principais denominações. A pesquisa foi realizada em 2007 pelo Centro de Políticas Sociais da instituição e abordou todas as mudanças ocorridas no protestantismo, desde a década de 1990. De acordo com a instituição no Brasil, os evangélicos foram estimados em 33,74 milhões, sendo 23,57 milhões de pentecostais e 10,17 milhões de tradicionais. Porém, os evangélicos que representavam 9% da

população brasileira, hoje são 17%, crescendo de forma diferente de outras épocas. Esse grupo crescia de acordo com a redução de católicos e, agora, entre os sem religião, a participação caiu de 7,4% para 5,1%.

Em 1970, 6% da população cristã mundial – 74 milhões de pessoas – era pentecostal ou carismática: em 1997, a estimativa era de 27%, o equivalente a 497 milhões de cristãos; enquanto a sua projeção para o ano 2025 é de 44% de cristãos, totalizando cerca de 1.140 milhões de pentecostais e carismáticos, caso se mantenham as atuais tendências. (CAMPOS, 2005)

GRÁFICO 1 Projeção da população evangélica mundial



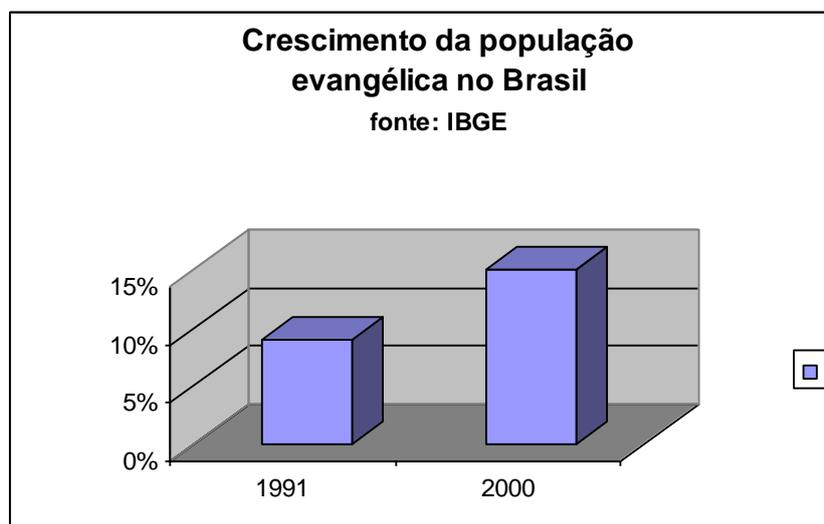
Fonte: Campos, 2005

Atualmente, segundo dados do Censo Demográfico de 2000, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os evangélicos crescem em todas as regiões do país. O número de fiéis da Igreja Católica Apostólica Romana de 83,8% em 1991 caiu para 73,8% em 2000. Cerca de 126 milhões são adeptos à Igreja Católica, porém, a pesquisa mostra um crescimento significativo das igrejas evangélicas nas últimas décadas. Em 1991, os evangélicos representavam 9,1% dos brasileiros, nove anos depois, saltaram para 15,5% da população, ou seja, cerca de 25 milhões, o que representa um crescimento de 70%.

Nas últimas décadas do século XX, as igrejas evangélicas avançaram de forma estrondosa, no campo sócio-político-econômico-cultural religioso. Um aspecto marcante na sociedade contemporânea é a questão da cultura de consumo de produtos *gospel*, resultado do processo de modernização das igrejas pentecostais e neopentecostais, que segundo (CUNHA, 2007) é possível compreender a partir da

cultura híbrida, que integra aspectos do protestantismo tradicional histórico às manifestações de modernidade como a cultura midiática.

GRÁFICO 2 Crescimento da população evangélica no Brasil



Fonte: IBGE/2000

A cultura híbrida (CUNHA, 2007), traz a compreensão do fenômeno religioso contemporâneo, pela integração de aspectos tradicionais do protestantismo histórico com as manifestações de modernidade, que podem ser observadas nos segmentos pentecostais e neopentecostais.

O proselitismo das igrejas pentecostais e neopentecostais é bastante diferenciado, provocando reações de preocupação por parte da grande imprensa e da Igreja Católica, bem como de igrejas protestantes tradicionais. Elas surgem com características diferentes de atuação em relação às tradicionais e pentecostais, onde se pode destacar a busca de prosperidade financeira, estruturados empresarialmente, utilizando-se da mídia e do marketing para sua conseqüentemente expansão.

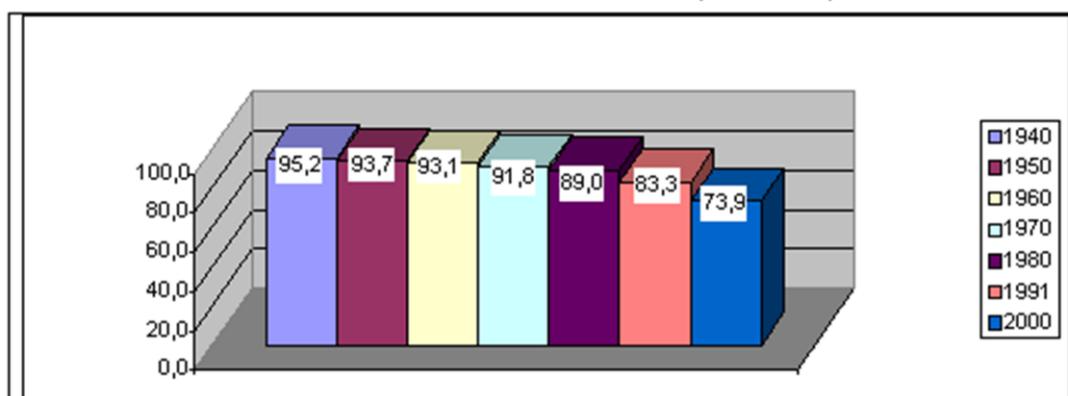
TABELA 7 – Quadro evolutivo das religiões de 1940 a 2000

ANO	Católicos	Evangélicos	outras religiões	sem religiões
1940	95,2	2,6	1,9	0,2
1950	93,7	3,4	2,4	0,3
1960	93,1	4,3	2,4	----
1970	91,8	5,2	2,3	0,8
1980	89,0	6,6	2,5	1,6
1991	83,3	9,0	2,9	4,7
2000	73,9	15,6	3,5	7,4

Fonte IBGE/2000

Em números a Igreja Católica ainda é hegemônica, mas constata-se uma queda gradual de seus fiéis, onde Antônio Flávio Pierucci (2004:27), afirma que está sendo estabelecida uma “rota de destradicionalização cultural do País”. O Censo do IBGE 2000, concluiu que os últimos censos do século passado (ver gráfico 3) apontam o declínio constante do Catolicismo.

GRÁFICO 3 – Catolicismo no Brasil (1940 – 2000)



Fonte: Censos do IBGE

Desde o ano de 1950, segundo Pierucci (2004), é evidenciado o declínio do catolicismo no Brasil, pois ao estudar a expansão quantitativa dos evangélicos, essa análise sempre será feita tendo como parâmetro a religião Católica.

A sociologia brasileira da religião, embasada em dados censitários (ver gráfico 3) apontam "a tendência geral para um declínio moderado, mas constante, de adeptos da Igreja Católica". No entanto lideranças evangélicas investem em comunicação de massa como TV, Rádio, Internet entre outros veículos para difundir sua prática proselitista e como muitos proclamam, fazer do Brasil "o maior país evangélico".

7. Presença evangélica na mídia

Nos anos 1970 os evangélicos começam a fazer uso da mídia (TV e rádio) para seu proselitismo, e tem como parâmetro pastores norte-americanos, que eram conhecidos por suas Igrejas Eletrônicas, Religião Comercial, Marketing da Fé, Messianismo Eletrônico e Assembléia Eletrônica. (CUNHA, 2007)

Hugo Assmann, pesquisador nos anos 80 pela *Word Association for Christian Communication* (WACC) adotou o termo "Igreja Eletrônica" em sua análise à programas religiosos que eram veiculados na TV e no rádio na América Latina, e outros autores e na academia fazem uso da nomenclatura em dissertações e teses. . (CUNHA, 2007)

Segundo Assmann os principais televangelistas dos anos 70 e 80 nos Estados Unidos foram: Oral Roberts, Jerry Falwell, Jim Bakker, Robert Schüller, Paul Crouch, Robert Tilton, Bill Bright, Rex Humbard, Jimmy Sweagart e Pat Robertson.

Segundo Cunha (2007) a presença de evangelistas norte-americanos na TV brasileira ocorreu na década de 70 e apenas os três últimos fizeram sucesso no Brasil com horários comercializados na TV Tupi, no SBT, na Rede Record e na Rede Bandeirantes. Com características diferentes, Rex Humbard centrava a mensagem na família, a programas musicais se destacavam e pregava a prosperidade econômico-financeira. Jimmy Sweagart também faz uso da música e com muitos discos gravados,

fazia divulgação de seu trabalho nos programas que apresentava. Com longas retóricas suas ministrações eram carregadas de emoção e expressão corporal. Adepto da Nova Direita Religiosa pregava contra o comunismo e foi financiador da campanha dos “contras” que lutaram para derrotar o governo sandinista na Nicarágua. Por fim, Pat Robertson foi o que teve menor presença no Brasil, com programação voltada para entretenimento e de variedades, enfatizando a política neoconservadora norte-americana, apoiando abertamente a campanha pró-Ronald Reagan

Esse trabalho não se propõe a fazer um estudo sobre religião, portanto pontuarei o início da aquisição midiática dos evangélicos no Brasil e a Igreja Universal como a maior rede midiática no País. Os evangélicos brasileiros atuaram de forma diferenciada aos norte-americanos, a presença marcante foi no rádio pela facilidade de concessões ou de compra de horários na grade de programação. Os evangélicos pentecostais foram os que mais investiram no rádio e destacam-se a Igrejas Brasil para Cristo, a Igreja Deus é Amor e a Igreja Universal do Reino de Deus. (CUNHA, 2007)

As primeiras emissoras AM que se tornaram propriedades de evangélicos e com programação evangélica em tempo integral foram a Rádio Copacabana (desde os anos 50), a Rádio Boas-Novas e Rádio Relógio no Rio de Janeiro. Outras emissoras que ocupavam quase toda grade com programação evangélica são: Rádio Tupi, Rádio Mulher, Rádio Clube de Santo André, Rádio ABC e Gazeta em São Paulo. O mesmo ocorria em outras capitais brasileiras. (CUNHA, 2007)

Os primeiros evangélicos a ocuparem espaço na TV foram R. R. Soares, Nilson Amaral Fanini, Edir Macedo e Roberto MacAllister. Nelson Fanini, aluno da Escola Superior de Guerra, tinha influência com os alto escalões do governo militar e por conta disso, em 1983 lhe foi concedido por 15 anos o Canal 13 do Rio de Janeiro (a extinta TV Rio) passando a ser o primeiro canal evangélico, a TV Ebenezer, oferecida pelo presidente João Batista Figueiredo. Porém seu projeto de gerenciar o primeiro canal de TV evangélico foi frustrado e sua programação não chegou a estreiar. (CUNHA, 2007)

O pastor R. R. Soares, líder da Igreja Internacional da Graça de Deus é o evangélico que está a mais tempo no ar: desde os anos 70 e em 1999 passa a dirigir sua própria Rede Internacional de Televisão (RTI). Edir Macedo, líder da Igreja Universal

do Reino de Deus (IURD) em meio a muitos escândalos financeiros na década de 1980 que lhe resultaram em prisão.

Segundo Cunha (2007), a participação de Edir Macedo é restrita na mídia, apesar do império de comunicação composto por 10 emissoras de televisão, distribuídas em três redes de TV (a Rede Record é a terceira rede de canal aberto do País, a Rede Mulher e a Rede Família) com 32 afiliadas, e de 30 rádios (dentre elas 56 FM operam em rede: a Rede Aleluia).

* * *

Neste capítulo pode-se compreender num breve relato, quem são os evangélicos, sua origem, a atuação na Europa, nos Estados Unidos a explosão do pentecostalismo e a chegada do movimento em terras brasileiras. Compreender que são os evangélicos e a sua participação na sociedade, possibilita entender o discurso dos jornalistas da revista *Veja*.

No próximo capítulo, destina-se a análise do discurso da revista *Veja* em relação aos evangélicos, numa abordagem às nove matérias de capa que foram produzidas (1968 a 1910) e estabelecendo um comparativo com a Igreja Católica, serão analisadas igualmente nove reportagens e entender qual o imaginário religioso dos jornalistas desse veículo de comunicação.

CAPÍTULO III

ANÁLISE DO DISCURSO DA REVISTA *VEJA* EM RELAÇÃO AOS EVANGÉLICOS

Introdução

Como referido na introdução deste trabalho, para se alcançar o objetivo da pesquisa de estudar como o discurso da revista *Veja* sobre a religião no Brasil, particularmente sobre o segmento cristão evangélico, atua na construção da realidade deste grupo social, será utilizada neste estudo a metodologia da Análise do Discurso de linha francesa. O método qualitativo possibilitará explorar, entender e descobrir a forma como a revista *Veja* representa os evangélicos.

Com base nos capítulos anteriores que trouxeram fundamentos das teorias comunicação e do imaginário e elementos do contexto religioso e das igrejas evangélicas no Brasil, será desenvolvida a partir daqui a referida análise que é o coração da pesquisa.

O estudo consistirá na análise do *corpus* das nove reportagens sobre a religião cristã evangélica no Brasil, que foram matéria de capa ao longo dos quarenta e dois anos de circulação do periódico (1968-2010), sendo que o recorte temporal encerrou em 29 de dezembro de 2010. As edições que correspondem aos evangélicos são:

TABELA 8 - *Corpus das nove reportagens sobre a Religião Evangélica em Veja*

Edição	Manchetes – Igrejas Evangélicas	Data da Publicação	Qtd. Páginas
683	Pentecostais: O milagre da multiplicação	07/10/1981	06
1130	Guerra Santa: Como quarenta estações de rádio, quatro emissoras de televisão e 16 milhões de adeptos, a fé evangélica explode no país e assusta a Igreja Católica	16/05/1990	07
1415	A igreja que assusta: O bispo Edir Macedo já tem mais de 3 milhões de seguidores	25/10/1995	10
1421	Edir Macedo ataca: A Igreja católica tem interesse na miséria; a Globo é a encarnação do diabo; a campanha de Betinho é uma farsa	06/12/1995	10
1502	Evangélicos: como a religião está ajudando pessoas humildes a conquistar o reino na terra	02/07/1997	08
1555	A fé contra o crime: Numa cruzada em presídios e redutos de traficantes, os evangélicos estão convertendo bandidos em soldados de Jesus	15/07/1998	07
1758	A nação evangélica: O maior país católico do mundo está ficando cada vez mais evangélico. E isso começa a mudar muita coisa no Brasil	03/07/2002	08
1964	O pastor é show! Com uso da psicologia e auto-ajuda uma nova geração de pregadores dá espetáculo e reinventa a fé que mais cresce no Brasil	12/06/2006	10
2126	Fé e dinheiro: uma combinação explosiva	19/08/2009	12

Como parte do procedimento de análise optou-se ainda por um estudo comparativo para verificar o processo discursivo da revista *Veja* sobre o outro grande segmento cristão brasileiro, o católico-romano, a fim de verificar as aproximações e os distanciamentos das marcas lingüísticas que permeiam os textos e estabelecem sentidos.

A revista *Veja* publicou 19 matérias de capa sobre o catolicismo romano, de 1968 a 2010, (peso numérico que já oferece um indicativo), e como procedimento metodológico, o mesmo número de nove edições será estudado para o estabelecimento de um comparativo entre os dois segmentos cristãos. A amostra, selecionada compreende o mesmo período dos evangélicos, e para estabelecer igualdade de abordagem, as reportagens da Igreja Católica foram selecionadas a partir de 1981, ano

em que a revista *Veja* publicou a primeira reportagem de capa com o segmento evangélico.

TABELA 9 - *Corpus das nove reportagens sobre a Religião Católica em Veja*

Edição	Manchetes – Igreja Católica	Data da Publicação	Qtd. Páginas
663	O atentado contra o papa: O tiro que feriu o mundo	25/05/1981	15
772	João Paulo II na Polônia: O apóstolo do fim do século	22/06/1983	08
1214	A decadência do Catolicismo no Brasil: Depois de se distanciar dos pobres a Igreja Católica está perdendo a classe média	25/12/1991	07
1515	O papa: a encruzilhada da igreja; Por que o Brasil não tem santos; As chances de José de Anchieta	01/10/1997	16
1541	A ressurreição da fé: Como os católicos carismáticos reagem ao avanço dos evangélicos	08/04/1998	07
1571	O fenômeno: Ele reúne meio milhão de fiéis por mês em suas missas, vendeu 450.000 discos e se tornou uma celebridade no rádio e na TV	04/11/1998	07
1748	O calvário da Igreja: No ocaso de seu pontificado o papa enfrenta o problema mais doloroso de seu reinado: o escândalo dos padres pedófilos	24/04/2002	11
1890	Quem: O desafio de eleger um novo papa com carisma, força moral e sabedoria	13/04/2005	10
2008	A verdade de Bento XVI	16/05/2007	12

As teses de Mikhail Bakhtin, Dominique Maingueneau e Patrick Charaudeau contribuem para entender como as estruturas da “cultura textualizada” produzem sentidos sociais, e como são veiculadas na grande imprensa, por meio da representação verbal produzida pelos jornalistas na construção das notícias. Por meio de um Protocolo de Análise (ver anexos) foram extraídos dos textos originais das 18 edições em análise, trechos onde foram identificados:

- a) O uso de adjetivos opinativos;
- b) O juízo de valor do periodista ao observar os percursos figurativos estigmatizados que remetem ao seu imaginário;

- c) As figuras do pensamento, também chamadas de figuras imagísticas compõem a análise: alusão, eufemismo, hipérbole e ironia. Essas figuras fazem parte de um grupo da subdivisão das figuras de linguagem que são qualificadas por Abaurre e Pontara (2006, p.82) como “(...) recursos estilísticos utilizados no nível dos sons, das palavras, das estruturas sintáticas ou do significado para dar maior valor expressivo à linguagem”. As figuras do pensamento, estabelecem vínculo com a perspectiva de opinião.

Para proceder à análise importa primeiramente indicar alguns elementos sobre as revistas semanais e sobre a revista *Veja*, especificamente, que completam o quadro contextual desenvolvido no capítulo anterior.

1. Revista *Veja* e o gênero “revista semanal”

A primeira revista de que se tem registro foi criada em 1663, pelo teólogo Johann Rust, na Alemanha, denominada *Edificantes Discussões Mensais*, segmentada tratava sobre religião, sendo o primeiro modelo segmentado de informação. O modelo de revista atual surge pela primeira vez em 1830 na Inglaterra, num perfil de entretenimento com preço de capa acessível, originando o negócio de vender revistas e a publicação de anúncios. (CORRÊA, 2008)

No Brasil, as revistas, seculares, chegaram com a corte portuguesa no século XIX, e a primeira publicada em terras brasileiras foi *As Variedades* ou *Ensaio Literários*. O editor da revista, o livreiro português Manoel Antônio da Silva Serva, entendia que a publicação era um folheto e não uma revista propriamente dita. (A Revista no Brasil, 2000).

O gênero revista semanal de informação tem início no século XX, por meio das revistas *Time*, *The Weekly News-Magazine*, em 1923, nos Estados Unidos. Estas tiveram a finalidade de produzir conteúdo jornalístico que sintetizasse as informações dos jornais diários.

O Grupo Abril lança em 1938 a revista *Diretrizes* criada pelo jornalista Samuel Weiner, cujo foco eram investigações e críticas e sua última publicação foi em 1944. As imagens passam a protagonizar as revistas com a criação de *Manchete* em 1952, pelo grupo Bloch. A revista *Veja*, da editora Abril, tem sua primeira edição lançada em 1968

como revista *Veja e Leia*, que hoje denomina-se apenas *Veja*. (A Revista no Brasil, 2000)

A produção jornalística de revista semanal é regida por dois pólos dominantes, que o jornalismo contemporâneo classifica como: pólo “econômico” ou “comercial” e pólo “ideológico”. No primeiro, a notícia, é definida como uma mercadoria de um negócio lucrativo (com origem no século XIX), constituído em dois grupos: o consumo e as especializadas. O grupo de consumo comercializa em bancas e vende por assinatura (CORRÊA, 2008). O grupo de revistas especializadas é distribuído gratuitamente ou por assinatura. A revista *Veja* se insere no grupo de consumo. O segundo define as notícias como um serviço público, onde a imprensa é vista pela sociedade como um exercício de seus direitos democráticos. No pólo ideológico existe uma “autonomia relativa” e há a compreensão de que os jornalistas têm poder. (TRAQUINA: 2005)

2. Histórico e perfil da revista *Veja*

A revista *Veja*, publicação brasileira, pertence à Editora Abril. Sua primeira edição foi publicada em setembro de 1968, pelos jornalistas Victor Civita e Mino Carta que pesquisaram grandes revistas como *Time*, *Newsweek*, *L'Express* e *Der Spiegel*. Estas revistas interessavam como modelo ao projeto de revista semanal que pretendiam lançar no mercado.

A revista trata de temas do cotidiano da sociedade brasileira e do mundo como política, economia, cultura, comportamento, tecnologia, ecologia e religião entre outros. É composta por editoriais fixas como: cinema, literatura, música. Seus textos são elaborados em sua maior parte por jornalistas, porém nem todas as seções são assinadas. *Veja* subdivide-se nas seguintes seções: Amarelas, Artes e Espetáculos, Brasil, Colunistas, Datas, Diogo Mainardi, Ensaio, Gente, Geral, Guia, Holofote, Internacional, Ponto de Vista, Radar, *Veja Recomenda* e *Veja Essa*.

Veja tem tiragem atualmente de 1.249.947 milhão de exemplares, sendo que vende 1.095.668 milhões, distribuídos em 927.645 assinaturas, e 168.023 revistas compradas em bancas, supermercados, outros. Em 2009, a revista *Veja* liberou o acesso à informação de todas as suas edições digitalizadas. Atualmente, de acordo com o site

da revista *Veja*, 74% dos leitores pertencem às classes A (28%) e B (46%), enquanto que 26% são da classe C (23%) e D (3%).

TABELA 10 Distribuição Geográfica da Circulação de *Veja* no país

Região	<i>Veja</i>
Sudeste	58%
Sul	15%
Nordeste	14%
Centro Oeste	9%
Norte	4%

Fonte: site das revistas *Veja*

Observa-se ainda que no perfil dos leitores segundo gênero, há um equilíbrio numérico.

TABELA 11 Perfil dos leitores segundo gênero

Sexo	<i>Veja</i>
Homens	47%
Mulheres	53%

Fonte: site da revista *Veja*

Ao longo dos quarenta e dois anos do periódico, *Veja* adotou slogans como: “A revista mais lida e comentada do Brasil”, “Os olhos do Brasil”, “Indispensável”, “Quem lê *Veja* entende os dois lados” e “*VEJA*, indispensável para o país que queremos ser”. Estes slogans confirmam a construção da imagem da revista semanal como portadora de um jornalismo que vai além do diário.

Torna-se claro que o leitor *Veja*, por pertencer às classes A e B e ser composto na sua maioria por assinantes, o jornalista estabelece um contrato de comunicação com seu leitor, onde se propõe:

“ser a maior e mais respeitada revista do Brasil. Ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade, competência jornalística, mas também em sua insistência na necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil”. A missão da editora Abril10 é ainda mais reveladora dos propósitos de *Veja*: “A Abril está empenhada em contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país”. (BENETTI, 2010)

Eurípides Alcântara diretor de Editorial da revista *Veja* declara em entrevista *Imprensa*²², que “O grande fenômeno é a fidelização. Para isso, é preciso um ‘covenant’, um acordo não falado, entre nós e nossos leitores, o que nos mantém sempre num patamar alto. Não trair o seu leitor é mais importante do que as questões mais técnicas. Se você perde o laço de confiança com o seu leitor, começa a definhar”, e na sua concepção “O editorial de *Veja* é baseado em independência, confiabilidade e compromisso com o leitor”. (BENETTI, 2010)

3. Análise do discurso de *Veja*: Juízo de valor: Seitas, não igrejas_ fiéis ignorantes e líderes desclassificados

Um juízo de valor recorrente em todas as edições analisadas é o conceito de seita, empregado às igrejas evangélicas. O imaginário do jornalista de *Veja* acerca dos evangélicos, mais especificamente do movimento pentecostal, leva-o a representar este grupo como seitas, formadas de féis pobres, incultos, incautos.

O pentecostalismo, chegou ao Brasil em 1910 e, como já referido no capítulo 2, uma das igrejas mais antigas é a Assembléia de Deus, fundada no Brasil no início do século XX. Na edição 1130, de 16 de maio de 1990 a redação retrata a instituição como uma denominação que “levou várias décadas para evoluir de seita exorcista e milagreira até sua situação atual – uma igreja que forma seus pastores em cursos regulares e chega

²² Revista *Imprensa*, edição de janeiro/fevereiro de 2009.

ao diálogo com a Igreja Católica”. O jornalista induz o leitor a crer que a Igreja Assembléia de Deus tenha evoluído de seita por estabelecer diálogo com uma instituição da qual é historicamente opositora, veja trecho abaixo:

(...) a religião é justamente a atividade humana que melhor acusa as tensões subjacentes numa sociedade, o crescimento vertiginoso da fé pentecostal pode ser tomado como alerta. Um sinal de que válvulas de escape sociais e espirituais mais serenas e construtivas estão emperradas e empurrando para seitas uma multidão de pessoas que não encontram a sua volta outra alternativa.

Na mesma matéria, o imaginário do jornalista quanto ao que se deve considerar uma verdadeira igreja se reflete quando escreve sobre a expansão social dos evangélicos como sendo um “crescimento explosivo das seitas evangélicas no Brasil durante os últimos dez anos, um grito de silêncio²³”. Descreve ainda que “não se pode reduzir a atração exercida pelas seitas evangélicas à ação de pastores ladinos, dotados do dom de ilusionismo coletivo”.

Para maior compreensão da tipologia “seita-igreja”, desenvolvida por Ernest Troeltsch (1960 apud CAMPOS, 2005), o autor define “igreja” como uma “instituição que resultou da obra de redenção, dotada de graça e salvação; pode receber as massas, e ajustar-se ao mundo”, enquanto “seita” é uma instituição formada de voluntários, “composta por crentes cristãos, rigorosos e explícitos, unidos entre si pelo fato de todos serem experimentado o novo nascimento”.

Na raiz de termo “sectarismo”, tanto um partido político como uma torcida organizada de futebol poderiam ser classificados como “seita”. As palavras seita e heresia derivam da palavra grega *háiresis*²⁴, que significa escolha, partido tomado, corrente de pensamento, divisão, escola etc. A palavra heresia é adaptação de *háiresis*. Quando passada para o latim, *háiresis* virou *secta*. Foi do latim que veio a palavra seita. Entretanto, Bryan Wilson (1970: 26ss apud CAMPOS 1997: 37), um estudioso norte-americano sobre grupos religiosos, atenta para a dificuldade de aplicar o termo “seita”, fora das áreas culturalmente denominadas pelo cristianismo.

²³ Veja, edição 1130, de 16/05/1990

²⁴ GINGRICH, F. Wilbur. *Léxico do novo testamento grego-português*. São Paulo: Edições Vida Nova, 2000. 228 p.

A palavra seita sugere um grupo de seguidores de pessoas, ou de uma doutrina particular; no segundo, pode ser considerada como um grupo separado de uma agregação majoritária, que pode ser usado também para realidades não religiosas.

Campos diz que os conceitos “seita” e “igreja”, foram empregados inicialmente na academia e posteriormente tornaram-se conceito-armas, usados como instrumentos de luta, segundo o pesquisador, para desmascarar os fenômenos religiosos que não eram difundidos pelas instituições religiosas ortodoxas.

De acordo com Silva (2007), na concepção religiosa, o termo seita tem o sentido de “falsificação da fé cristã”²⁵. Para compreender o termo “seita”, reproduzido no discurso da revista *Veja*, há uma interpretação numa perspectiva bíblico-teológica e sociológica, há mais de 2.000 anos, quando o Cristianismo foi chamado de seita, pelos líderes judaicos, que viam os cristãos como mais um grupo, uma facção dentro do Judaísmo como vemos no livro bíblico de Atos²⁶:

Porque, tendo nós verificado que este homem é uma peste e promove sedições entre os judeus esparsos por todo o mundo, sendo também o principal agitador da seita dos nazarenos, o qual também tentou profanar o templo, nós o prendemos com o intuito de julgá-lo segundo a nossa lei.

A tipologia “seita-igreja”, atualmente, quase sempre é empregada para expressar preconceitos e posicionamentos políticos incompatíveis com a análise científica, um exemplo desse posicionamento foi o de Florenço Galindo (1994 apud CAMPOS: 1997, 38) ao afirmar que “seitas” fundamentalistas e pentecostais “invadiram a América Latina”.

Algumas vertentes de evangélicos pentecostais aderiram à tipologia para classificar internamente, dentre os vários grupos, com várias visões e modelos doutrinários e litúrgicos, onde há julgamentos mútuos onde há acusações de “heresias”. Para Campos (1997: 38) esses julgamentos ocorrem, pelo fato de grupos pentecostais reproduzirem ao seu modo, comportamentos bíblicos da Igreja primitiva com relação ao

²⁵ CONFERÊNCIA Nacional dos Bispos do Brasil. *Seitas e novos movimentos religiosos*: elementos para ampliar nossa interpretação e pastoral. Tradução de Benôni Lemos. São Paulo: Paulinas, 2006. PP.13 (Quinta conferência: Realidade social). Apud Silva, 2007

²⁶ Bíblia de Estudo Almeida - Revista e Atualizada. Sociedade Bíblica do Brasil. 1999; 2005. At. 24.5-6.

Espírito Santo, colocando todos os demais grupos sob a égide de “seita” e “heresia”, transformando o substantivo em adjetivo.

No imaginário dos jornalistas, o catolicismo é tido como uma religião mais confiável, o que pode ser constatado em edições com abordagem aos evangélicos e católicos. Em 1981, *Veja* reporta pela primeira vez, em matéria de capa, os evangélicos pentecostais onde figura a foto do pastor Manoel de Mello, líder da Igreja O Brasil para Cristo cuja manchete anunciava “o milagre da multiplicação”, relatando o comportamento sócio-político-cultural desse grupo religioso. A reportagem intitulada “o avanço dos crentes” diz que “sob a luz do Espírito Santo e com um código que proíbe o fumo e a bebida, o pentecostalismo já converteu 8,5 milhões de brasileiros”.

O jornalista que assina a matéria, Dias Lopes, traça um perfil dos fiéis e líderes, legitimando seu juízo de valor utilizando como fonte Haroldo Murá, editor do jornal católico *A voz do Paraná* autor de um estudo sobre religiosidade popular, onde afirma que “Na cidade, o camponês perde os amigos, os pontos de apoio, larga os tênues vínculos que o uniam ao catolicismo. Precisa de calor humano, de solidariedade. Assim torna-se presa fácil dos valores pentecostais”. Num tom irônico, o jornalista reforça o que Murá chama de “presa fácil”, avaliando líderes e fiéis a liderança evangélica:

Aos pastores não se cobra diploma algum – basta que saibam ler e escrever. **O resto fica por conta do Espírito Santo, que faz seus devotos compreenderem tudo quanto está dito na Bíblia** e compensa eventuais deficiências culturais²⁷. (grifo meu)

(...) **o pastor oferece exclusivamente o reino dos céus, permitindo aos pobres pensarem que o dia de sua riqueza, mesmo que em outra vida, está mais próximo**²⁸. (grifo meu)

O jornalista faz uso de uma fonte católica ao interpretar as igrejas evangélicas pentecostais como “seitas” e estabelece um comparativo com a Igreja Católica ao dizer que os camponeses perderam o vínculo com o catolicismo.

Num contraponto, descreve outro perfil de fiel em ascensão que são os da classe média, ironizando os fiéis da classe C, D como “vidas apagadas”.

²⁷ *Veja*, edição 683 em 7 de outubro de 1981.

²⁸ *Idem*

(...) Mas os templos das seitas vão progressivamente deixando de ser freqüentados apenas por vidas apagadas que subitamente se acendem com a luz divina. [...] tem convertido profissionais liberais, médicos, advogados, engenheiros, funcionários públicos graduados e, de uns tempos para cá, juizes de Direito²⁹.

A revista *Veja*, em 16 de maio de 1990, reporta a Igreja Universal do Reino de Deus, pela primeira vez em matéria de capa, na edição 1130, e a manchete incita uma “Guerra Santa”. A ameaça que é indicada no corpo do texto, onde “só agora a cúpula da Igreja Católica constata, inquieta, até um pouco assustada, que o poder de arregimentação das seitas é muito maior do que se imaginava”³⁰.

“(...) Numa sangria sem precedentes, abandonam o catolicismo todos os anos para juntar-se a uma Igreja Evangélica – mais de 600.000 mil pessoas – o equivalente à população de duas Florianópolis ou duas Vitória do Espírito Santo.³¹

A revista *Veja* estabelece um embate entre religiões em um país cuja liberdade de culto e expressão religiosa, é assegurada no artigo 5º inciso VI, da Constituição brasileira ao dizer que “no confronto com essas religiões que se infiltram de maneira crescente na vida brasileira, a Igreja Católica apresentou uma forma cansada e outra pouco epidérmica³²”.

O conceito de “seitas” evangélicas é retomado em 2007 com a visita do papa³³ Bento XVI ao Brasil, na edição 2008, o jornalista Mário Sabino, em cobertura especial, à revista *Veja*, externa seu imaginário católico em detrimento as demais religiões brasileiras e a algumas vertentes do catolicismo, como por exemplo, a da Teologia da Libertação.

Sabino, fundamentado na decisão do Concílio Vaticano II, ironiza teólogos da corrente da Teologia da Libertação, que se opõem as decisões do Vaticano, sugerindo que esses sejam tresloucados.

²⁹ *Veja*, edição 683, de 7 outubro de 1981

³⁰ *Veja*, edição 1130 de 16 de maio de 1990

³¹ *Veja*, edição 1130, de 16/05/1990

³² *Veja*, edição 1130, de 16 de maio de 1990

³³ HOMILIA do Papa Bento XVI na Celebração de Abertura da V Conferência Geral do Episcopado Latino-americano e do Caribe, 13 de maio de 2007. *Arquidiocese de Campinas*. Disponível em: <http://www.arquidiocesecampinas.org.BR/matérias/papa>. Acesso em: 12/05/2008.

Os grandes embates cristológicos, que movimentaram a história eclesiástica durante séculos, tiveram seu suspiro derradeiro no Concílio Vaticano II, na década de 60, embora vez por outra um **teólogo tresloucado da América Latina procure "humanizar" a figura de Cristo, ao transformá-lo num Che Guevara da Judéia**³⁴. (grifo meu)

Em 16 de maio de 1990 na edição 1130 a revista *Veja* tratava os fiéis católicos como massas empobrecidas que “preferiram ouvir os evangélicos em vez de prestar atenção à retórica dos teólogos da libertação. Afinal, os padres de esquerda exortavam os miseráveis a uma maior participação política, enquanto o bloco dos evangélicos tinha mensagem muito mais simples e melhor”.

A ideologia católica ortodoxa, do jornalista, norteia a reportagem especial, na cobertura da visita do papa Bento XVI, afirmando que o pontífice mesmo “desprovido daquele tipo de misticismo tão ao gosto das massas, ao papa restou apresentar a verdade, toda a verdade, nada mais que a verdade da Igreja. E o fez de forma didática, porque seu talento mesmo é o de professor”. O jornalista conclui dizendo que “ao contrário do que se acredita, a Igreja sempre mostrou ser uma instituição capaz de se adaptar às circunstâncias, sem jamais abrir mão de seus preceitos básicos. Bento XVI, goste-se ou não, é a encarnação dessa verdade.”³⁵

Numa tentativa de justificar a perda de fiéis, o jornalista diz que “a mensagem que Bento XVI trouxe ao país foi serena, mas enfática. Ele não abrirá mão dos princípios morais, o cerne da doutrina católica, para atrair um imenso contingente de ovelhas desgarradas. Prefere um rebanho menor, mas seguidor dos mandamentos da Igreja. Quem apenas se declara católico não lhe interessa”. E vai além, em sua explanação, legitimando a hegemonia desse grupo religioso.

A clareza de Bento XVI deixou muitos comentaristas atônitos. Foi-se ouvir até prostitutas sobre o que o papa ensinou. Todas são filhas de Deus, é certo, mas **a opinião delas é dispensável nessas questões. Em um tom ainda mais patético houve quem pretendesse dar lições de sobrevivência a uma instituição com mais de 2.000 anos de existência.** A Igreja não precisa dos conselhos dos neófitos. Foi suficientemente

³⁴ *Veja*, edição 2008, de 16 de maio de 2007

³⁵ *Idem*

humilde para reconhecer uma série de pecados e, assim, restringi-los aos livros de história³⁶. (grifo meu)

O jornalista explica que a religião é um mecanismo de controle, onde tensões sociais são identificadas e a revista explica que “o crescimento vertiginoso da fé pentecostal pode ser tomado como alerta. Um sinal de que válvulas de escape sociais e espirituais mais serenas e construtivas estão emperradas e empurrando para seitas uma multidão de pessoas que não encontram a sua volta outra alternativa³⁷”.

Em 1990, na edição 1130, *Veja* classifica os fiéis evangélicos, que de acordo com o periódico eram cerca de 16 milhões de pessoas no país, como uma “imensa massa de descamisados colocados à margem da modernidade e do progresso, que rezam pela cartilha dessas igrejas barulhentas que em seus cultos cheios de cânticos e emoções prometem curas, milagres e prosperidade instantâneos na Terra³⁸”.

Cinco anos mais tarde, em 25 de outubro de 1995, o periódico nº 1415 estampa na capa “A igreja que assusta”, e alerta que o “o bispo Edir Macedo já tem mais de 3 milhões de seguidores”. A redação, diz que o motivo da preocupação católica quanto ao crescimento do segmento evangélico, se dá, pelo fato de que “quem mexeu com a Igreja Católica não foi uma seita de fundo de quintal, mas a cada vez mais poderosa Igreja Universal do Reino de Deus³⁹”.

Dois meses depois, é publicada em *Veja* na edição 1421, uma reportagem de capa intitulada “Edir Macedo ataca”, em que o jornalista Morris Kachani, correspondente de *Veja* em Los Angeles, expõe sua visão religiosa, incitando uma “guerra santa” refletida na capa da revista e alerta que “com quarenta estações de rádio, quatro emissoras de televisão e 16 milhões de adeptos, a fé evangélica explode no país e assusta a Igreja Católica”.

Na entrevista com Edir Macedo em relação a questões como aborto, sexo, celibato, o jornalista indaga: “*O senhor sabe que isso se choca diretamente com as idéias defendidas pela igreja católica...*”. Kachani estabelece como parâmetro o catolicismo, e não outras religiões, e completa:

³⁶ *Veja*, edição 2008, de 16 de maio de 2007

³⁷ *Veja*, edição 1130, de 16 de maio de 1990

³⁸ *Veja*, edição 1130, de 16 de maio de 1990

³⁹ *Idem*

“(...) não há nada de errado em seu costume de criticar a Igreja Católica – todas as seitas e religiões antes mesmo da *Bíblia* ter sido escrita, só puderam prosperar competindo com as crenças que existiam anteriormente. Não é bonito mas faz parte do jogo”.⁴⁰

Kachani define o bispo Edir Macedo como “Fanático e muito rico” e com “um discurso no limite da paranóia”, e afirma que “além da oratória o bispo tem um dom a mais. O teatral”. Ironizando a atuação do bispo, descreve: “sobe ao púlpito e se transfigura. Saca do bolso seus óculos de 2 graus em cada lente – miopia. Depois, baixa ligeiramente a cabeça e projeta os olhos para frente, que ficam semicobertos pelas sobrancelhas. O efeito chega a assustar os desprevenidos. Lembra o aterrorizante Jack Nicholson no filme *O Iluminado*”.

O textos de *Veja* recorrem constantemente para a ironia ou o sarcasmo, desqualificando igrejas e líderes religiosos não católico-romanos. A edição 1415, não foi assinada, portanto, como já referido, a instância midiática compartilha de um imaginário coletivo, e retrata uma anomalia genética do bispo Edir Macedo, representada novamente na edição 1421, e busca dar credibilidade a esse imaginário a fontes externas não identificadas, ao indicarem que supostos inimigos do bispo tiram proveito dessa situação, alegando que “um pastor rival chegou a descrever”:

Mão frouxa Fortuna que não aliviou seus problemas físicos. (...) Deve ser difícil para um homem vaidoso, como Edir Macedo, sempre de terno e gravata, que usou peruca durante seis meses para ocultar a calvície conviver com problema congênito nas mãos, extremamente branca. Ao apontar, o bispo sempre o fez com dedo médio, aquele usado para ofender as pessoas. Isso não o impede de segurar o microfone nos cultos, mas fica estranho quando ele aponta e faz muito isso quando prega para platéias. Inimigos do bispo tiram proveito disso. Um pastor rival chegou a descrever: “O bispo pega na mão de maneira frouxa e furtiva, como um covarde. Não aperta”. Como poderia?⁴¹ (grifo meu)

No site *Observatório da Imprensa*, na editoria Mídia e Religião, o colunista e jornalista Ademir Morata fez uma análise do chamado “caso Renascer” e da vinda do papa ao Brasil. O jornalista faz uma reflexão, não pela ótica das acusações, e sim pelo parâmetro ético jornalístico de abordagem dos colegas de profissão. A questão é como

⁴⁰ *Veja*, edição 1421, de 6 de dezembro de 1995

⁴¹ *Veja*, edição 1415 de 25 de outubro de 1995

os jornalistas sendo tendenciosos em aceitar uma ou outra definição, pois priorizam sua própria identificação religiosa.

Vejamos, por exemplo, a forma pela qual as matérias se referem aos acusados da denominação evangélica. Na maioria das vezes em que é citado, Estevam Hernandes e indicado como “bispo”, mesmo quando a denominação o considere “apóstolo”. Nas vezes em que é tratado como “apóstolo”, a expressão vem sempre acompanhada de explicações como “chamado pelos membros de “apóstolo” ou “auto-intitulado apóstolo” (MORATA, fev, 2007)

O jornalista faz uma reflexão sobre o comportamento da suposta imparcialidade da imprensa. Na cobertura da vinda do papa ao Brasil, nunca nenhum jornalista usou desse tipo de explicação como “chamado pelos católicos de papa ou auto-intitulado papa”, observa. Exemplos desse tratamento em *Veja*, podem ser visto nos trechos abaixo:

Igreja evangélica

Hoje podem-se encontrar igrejas como a Renascer em Cristo, do “**apóstolo**” Estevam Hernandes, ex-gerente de Marketing da Itautec e da Xerox e cuja esposa, a bispa Sônia Hernandes, é considerada como “a perua de Deus”⁴² (grifo meu)

Igreja Católica (Manchete de Capa)

João Paulo II na Polônia: O **apóstolo** do fim do século⁴³ (grifo meu)

O colunista entende essa atitude como “uma manifestação de total crédito inquestionável e uma definição e de total descrédito a outra”, dizendo que “isso podemos considerar como a adoção de um ponto de vista predominantemente católico, ou totalmente parcial”. Essa parcialidade é explícita ao observar das capas da revista *Veja* que representam a Igreja Católica (ver anexo).

Carlos Brickmann⁴⁴, diz que por muito tempo, brigou com coisas do tipo “o bispo Edir Macedo era entre aspas, e eu me perguntava por que ele é bispo entre aspas e

⁴² *Veja*, edição 1502 de 2 de julho de 1997

⁴³ *Veja*, edição 772 de 22 de junho de 1983

me respondiam que ele se auto-intitulou bispo”. E acrescenta: “E o papa não é entre aspas? Pois quem lhe deu o título de papa foi a cúpula da Igreja Católica, foi o grupo ao qual ele pertence que determinou o título de papa e ainda o obriga a mudar de nome, de Joseph Ratzinger para Bento”.

Na edição 772, a manchete “O apóstolo do final do século”, nota-se que o papa João Paulo II foi intitulado apóstolo. Para Brickmann, quando se trata de igreja evangélica e, especialmente, no caso do bispo Edir Macedo e do apóstolo Estevan Hernandes, o tratamento da imprensa, geralmente, é diferenciado. “Outro dia, eu estava discutindo com um repórter que a Igreja Renascer entre outras são auto-intituladas Igreja Apostólica e eu lhe perguntei: qual é a igreja que não é auto-intitulada? Só conheço uma: a Igreja Judaica que não tem nome, a igreja dos judeus não tem nome. À Igreja Católica foi dado esse nome da mesma forma que a Presbiteriana, a Batista e assim por diante. (SANTOS, 2007)

4. Adjetivos opinativos: Igrejas evangélicas e Igreja Católica

De acordo com Eduardo Martins, o texto noticioso deve limitar-se aos adjetivos que definam um fato (*noticioso, pessoal, próximo, etc*) evitando aqueles que envolvam avaliação ou carga elevada de subjetividade. As matérias opinativas, em que o jornalista tem maior necessidade de recorrer aos adjetivos, é recomendável cautela com “adjetivos fortes” que inevitavelmente induzirão o leitor a opiniões definitivas sobre algo ou alguém.

É possível observar nas edições em análise, que a inexistência de imparcialidade e neutralidade no jornalismo é ilustrada na redação da revista *Veja*, pois o enunciado é norteado por valores pessoais sobre religião e acabam por permear a notícia com subjetividades. Um comparativo pode ser estabelecido, ao se representar evangélicos e católicos, por meio de adjetivos com perspectiva de opinião, serão extraídos das matérias sobre igrejas, liderança e fiéis.

⁴⁴ Jornalista há mais de cinquenta anos e também colunista do site *Observatório da Imprensa*.

TABELA 12 Adjetivos Opinativos: evangélicos

Edição	Igrejas Evangélicas – Igrejas, líderes e fiéis (grifo meu)
683 7/10/1981	(...) “Eles eram exóticos demais para preocupar as igrejas protestantes tradicionais”, explica Waldo César, autor de “Urbanização e religiosidade popular”.
1130 16/05/1990	(...) um tipo especial, mais novo e agressivo , de protestante que guarda muito pouca semelhança com os pioneiros de evangelização missionária, como luteranos, metodistas, presbiterianos, anglicanos e batistas, os chamados “protestantes históricos”.
	Agencia de empregos_ Não se pode reduzir a atração exercida pelas seitas evangélicas à ação de pastores ladinos , dotados do dom de ilusionismo coletivo.
	Cerca de 16 milhões de pessoas no país, especialmente a imensa massa de descamisados colocados à margem da modernidade e do progresso, já rezam pela cartilha dessas igrejas barulhentas que em seus cultos cheios de cânticos e emoções prometem curas, milagres e prosperidade instantâneos na Terra.
	[...] a religião é justamente a atividade humana que melhor acusa as tensões subjacentes numa sociedade, o crescimento vertiginoso da fé pentecostal pode ser tomado como alerta. Um sinal de que válvulas de escape sociais e espirituais mais serenas e construtivas estão emperradas e empurrando para seitas uma multidão de pessoas que não encontram a sua volta outra alternativa.
	Campanha da Igreja do Reino dos Céus, de Belo horizonte: venda de orações e óleos aos incautos .
1415 25/10/1995	Reino da Mídia _Foram cenas grotescas com o bispo beócio desafiando os mais comezinhos conceitos de bom senso: ele queria que a estátua reagisse, que os espectadores acreditassem que estava vencendo?
	De outro lado, está um crente fanático nos dotes do Espírito Santo, pregador ardoroso e carismático .
	Desde o pequeno templo onde antes funciona uma funerária, em 1977, até os cultos gigantescos em estádios de futebol, a retórica belicista do bispo Macedo investe contra as forças do demônio e deixa siderados os fiéis.
1421 6/12/1995	Título: Fanático e Muito Rico
	Para a TV Globo, Edir Macedo é o inimigo a combater e, para a Igreja Católica é o concorrente que assusta.
	Para os pastores e bispos que animam multidões em 2500 templos, Edir

	Macedo é a encarnação do todo-poderoso em mais de um sentido.
	Ele próprio já foi processado por charlatanismo, contrabando, curandeirismo e lavagem de dinheiro. Jamais foi condenado. Em 1992 chegou a amargar onze dias na prisão preventiva. Segue impávido na obra.
1502 2/07/1997	Um rebanho ordeiro trabalhador , que vem galgando a pirâmide social com velocidade assombrosa. Esse processo de conquista de almas já foi interpretado como puro fanatismo, exploração de gente humilde por espertalhões, desqualificado por boçal e vítima dos preconceitos mais pitorescos . Na versão mais sofisticada, a acrítica atribuiu aos novos fiéis a pecha de fundamentalistas .
	(...) Exatamente essa parcela de brasileiros muito pobres , entre os quais se inscrevem os 19 milhões de analfabetos , é alvo privilegiado da pregação pentecostal.
1555 15/07/1998	“Aleluia irmão. Que a paz do Senhor te acompanhe”. Quem escuta a saudação do porteiro José Carlos Gregório, um homem corpulento de modos gentis em um edifício da Igreja Presbiteriana de Niterói, não imaginava que ele já freqüentou as manchetes de jornais como bandido de grosso calibre.
1758 3/07/2002	Pôr um terno para freqüentar o culto, levar a <i>Bíblia</i> embaixo do braço e ser visto como um modelo de honestidade, para esses crentes pobres , é alcançar pelo menos um pedaço do paraíso da cidadania.
1964 12/07/2006	Nenhuma ocorrência
2126 19/08/2009	Há 32 anos os templos da Igreja Universal do Reino de Deus recebem ricos e pobres, crédulos e descrentes, doentes, despossuídos e desesperados .
	AGORA, RÉU Fundador da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo é acusado de formação de quadrilha e lavagem de dinheiro.

TABELA 13 Adjetivos Opinativos: católicos

Edição	Igreja Católica – Igrejas, líderes e fiéis (grifo meu)
663 25/05/1981	Em seu hábito branco imaculado , de pé sobre o jipe papal que todas as quartas-feiras circula lentamente entre as importantes colunas de Bernini a vista dos fiéis, o papa era alvo esplêndido . Inatingível no espiritual e intocável no pessoal, ele veio a ser um alvo tragicamente vulnerável ao terrorismo terreno.

	A valentia do pastor ferido
	O risonho peregrino
772 22/06/1983	Para fazer ouvir sua voz de pastor , João Paulo II teve de gritar como um político . Para se fazer ver, teve de subir num palanque onde murais dos heróis da revolução sandinista conseguiram esmagar sua figura habitualmente grandiosa .
	Foi a resplandecente visibilidade de João Paulo II nos quatro cantos do mundo que ajudou a traçar, com mais segurança, o seu perfil de pontífice, no qual sobressaem algumas características básicas. João Paulo é autoritário, direto , sublima o poder da oração e encarna pessoalmente a instituição que representa. No fundo disso tudo, a sua marca indelével – ele é um polônês que é papa, e não o inverso. Trata-se de um chefe incontestável , sem as profundas dúvidas que corroíam o espírito fino de Paulo VI, nem a personalidade paternal de João XXIII ou a vocação de Pio XII para o isolamento .
	Naturalmente, todo papa é um monarca absoluto , mas o que distingue Wojtyla de seus antecessores é o seu lado mais executivo , mais semelhante a um presidente de uma grande companhia, que comanda de forma moderna e faz com que os subordinados executem o que ele quer.
	O raciocínio de João Paulo II é crystalino quando condena a participação político-partidária dos padres.
1214 25/12/1991	O certo é que na tensão provocada pelo cabo de guerra travado entre as duas correntes políticas da Igreja abriu-se a fenda por onde o rebanho mais pobre fugiu rumo aos templos pentecostais e os mais abastados para os braços dos médiuns espíritas, cartomantes, videntes e tarólogos.
	O papado é a mais antiga e duradoura monarquia absolutista do mundo e milhões de pessoas acreditam ainda que o pontífice é o único e infalível intérprete da vontade de Deus. Não se pode entender a História do mundo – sejam suas guerras, conquistas intelectuais, artísticas e científicas – sem o catolicismo.
	Veneno Filosófico _Ao longo da vida brasileira imperial a Igreja só fez se fortalecer. Teve escravos, terras e títulos de nobreza desfrutados à sombra da riqueza dos engenhos de cana-de-açúcar. A instalação da República e a separação oficial do Estado, com o conseqüente corte dos proventos pagos a bispos e padres, coincidiu com a primeira grande crise do catolicismo: o perigo do positivismo, o modismo intelectual da época que afastou da Igreja as melhores inteligências. Lentamente , a Igreja Católica se recompôs e, animada por uma sucessão de papas esclarecidos , deitou novamente raízes na alma dos brasileiros bem pensantes – os mal pensantes ou não pensantes nunca haviam até então saído de baixo da batina do cura .
	Além da franca hostilidade com os ricos – e para muitos padres basta

	não ser miserável, bóia-fria, retirante ou sem-terra para ser considerado rico – religiosos marxistas perderam fiéis aos montes quando se vincularam e as suas paróquias a partidos políticos.
1515 1/10/1997	Incisivo, poliglota e desembaraçado diante das câmaras, o papa ainda contava com uma qualidade suplementar, que poderia facilitar a aproximação com os jovens, essas ovelhas desgarradíssimas : era esportista . Suas performances sobre o esqui não só demonstravam o vigor físico e a jovialidade do pontífice como levaram ao engano de que se tratava do primeiro papa-atleta .
	Além da importância histórica e cultural, ele seria um santo bem ao gosto de João Paulo II. Como uma espécie de Madre Teresa de Calcutá do século XVI, o padre José (de Piratininga ou Reritiba) foi um religioso ortodoxo , de fé inquebrantável e incontestáveis atos de caridade. Mergulhados ambos em culturas estranhas, cumpriram ao extremo o voto de pobreza e se dedicaram com desvelo aos doentes, abraçando ao mesmo tempo com inflexível fervor as causas da Igreja. Teresa dirigiu sua maior repulsa ao aborto, José à heresia calvinista = cada época tem seus combates .
	"Corria o ano de nossa redenção de 1553 e corria ainda, como coisa nova e portentosa entre as gentes, o estranho descobrimento do novo mundo, que aparecera entre o abismo das águas do oceano, povoado de nações sem número de gentilidade , desamparado do socorro evangélico e alheio do conhecimento da fé", escreveu, no início do século seguinte, um dos biógrafos de Anchieta, Simão de Vasconcelos. Daqui não mais saiu até sua morte, mais de quarenta anos depois, já louvado pelas autoridades como Apóstolo do Brasil, pranteado pelos índios " amigos " e cultuado pelo povaréu como milagreiro .
1541 8/04/1998	Subtítulos Católicos em transe ricos e pobres, elegantes e desvalidos lotam as missas da Renovação Carismática e mudam a cara da Igreja.
	Rebanho estrelado
	Kit da carismática elegante
	Já seria um grande feito, mesmo se comparado aos cultos da dissidência protestante. Afinal, a Igreja Católica, depois de um período de retração e desânimo de seus seguidores, está outra vez reunindo multidões extasiadas ao pé do altar. A Renovação Carismática fica, porém, mais garbosa quando se pensa que ela vem conseguindo um milagre nem sonhado pelos evangélicos: trazer os ricos de volta às igrejas.
	O padre Fernando Altemeyer, do Vicariato de Comunicação da Arquidiocese de São Paulo e braço direito de dom Paulo Evaristo Arns, diz não ter nada contra os carismáticos . Mas faz suas ressalvas: "Eles são bem-vindos, mas o padre Rossi não". Para o padre Altemeyer, o astro emergente da Renovação "está produzindo uma outra igreja, um

	catolicismo mediocre . Nem só de aleluia vive o homem", acusa.
1571 4/11/1998	Canta bem. É alegre. Fala em nome de uma fé que 83% dos brasileiros designam como sua — a católica.
	Bonito, forte, olhos azuis _Os fatores que levaram à escalada de Marcelo Rossi, um jovem de 31 anos, ordenado padre há apenas quatro, são tão simples de explicar quanto difíceis de ser reunidos numa só pessoa. Ele é bonito, alto, forte, olhos azuis.
	Diante da multidão , o padre Rossi é o rei da homilia. Canta, dança, prega de forma didática . Abusa das parábolas e dos diálogos com a platéia .
1748 24/04/2002	O que é preciso fazer para evitar que sacerdotes se aproveitem da autoridade conferida pela batina para tirar terrível proveito da vulnerabilidade de meninos e adolescentes? Devido à fragilidade física do papa, este não é o melhor momento para a Igreja lidar com decisões dessa magnitude. Nem está certo que ele participará da reunião com os cardeais ou se delegará a tarefa a seu braço direito, o cardeal alemão Joseph Ratzinger, que tem atuado no lugar do papa em vários assuntos para poupar o superior .
	Que os cardeais tenham sido chamados ao Vaticano em caráter de urgência para discutir pedofilia no sacerdócio é um dramático sinal de como as coisas andam ruins.
1890 13/04/2005	O que movia o infindável mar de gente, a torrente humana que tomou Roma? As respostas podem ser buscadas em muitos escaninhos do comportamento humano. Comoção, fé, respeito, afeto. O sentimento de perda diante de uma figura paterna de dimensões heróicas . Catarse coletiva, um doce entregar-se ao seio da massa.
	Não é preciso ser católico, ou crente, ou mesmo simpatizante para constatar que o papa polonês tocava em desvãos normalmente recônditos das emoções do público, despertava manifestações talvez nunca antes percebidas, sentimentos que muitos passam a vida sem deixar aflorar. Muitos pareciam sair melhores, mais purificados, das aglomerações congregadas em torno de João Paulo. Nesse sentido, ele era um verdadeiro portador do carisma , no significado original da palavra, de "força divina" que, conferida a um indivíduo, o dota de liderança excepcional.
	morte, foi sepultado ao som de palmas e dos gritos que invocavam um poder superior. " Santo, santo, santo. "
2008 16/05/2007	Sem a moldura do carisma e desprovido daquele tipo de misticismo tão ao gosto das massas, ao papa restou apresentar a verdade, toda a verdade, nada mais que a verdade da Igreja. E o fez de forma didática, porque seu

	talento mesmo é o de professor . "Ele pode não ter carisma, mas tem o dom de saber explicar o Evangelho com grande clareza e simplicidade", resumiu o vaticanista Marco Politi à repórter Adriana Dias Lopes
	A mensagem que Bento XVI trouxe ao país foi serena, mas enfática. Ele não abrirá mão dos princípios morais, o cerne da doutrina católica, para atrair um imenso contingente de ovelhas desgarradas . Prefere um rebanho menor , mas seguidor dos mandamentos da Igreja. Quem apenas se declara católico não lhe interessa.
	A clareza de Bento XVI deixou muitos comentaristas atônitos . Foi-se ouvir até prostitutas sobre o que o papa ensinou. Todas são filhas de Deus, é certo, mas a opinião delas é dispensável nessas questões. Em um tom ainda mais patético houve quem pretendesse dar lições de sobrevivência a uma instituição com mais de 2.000 anos de existência. A Igreja não precisa dos conselhos dos neófitos. Foi suficientemente humilde para reconhecer uma série de pecados e, assim, restringi-los aos livros de história.

Essas tabelas indicam que a adjetivação constrói um discurso que tende a qualificar às igrejas evangélicas, suas lideranças e fiéis de forma negativa, reforçando o imaginário religioso do jornalista a cerca dos evangélicos.

Estabelecendo um comparativo, quanto a forma de retratar às igrejas evangélicas e a Igreja Católica, nota-se os adjetivos opinativos empregados aos evangélicos enquanto igrejas: “barulhentas, grotescas, gigantescos, belicista, quadrilha”. Já para a igreja Católica lê-se “imperial, garbosa, carismáticos”.

Quando se referem aos líderes, os evangélicos são vistos como: “agressivo, ladinos, beócio, pregador ardoroso e carismático, fanático, inimigo, todo-poderoso, impávido, espertalhões, desqualificado, boçal, vítima, pitoresco, réu, quadrilha”. Os líderes católicos são retratados como “alvo esplêndido, inatingível, vulnerável, intocável, valentia, risonho, pastor, político, grandiosa, resplandecente, autoritário, direto, indelével, incontestável, fino, paternal, monarca absoluto, executivo, presidente, grande, cristalino, absolutista, pontífice, infalível, esclarecidos, incisivo, poliglota, desembaraçado, esportista, jovialidade, papa-atleta, religioso, ortodoxo, inquebrantável, incontestáveis, apóstolo, milagreiro, rei, superior, carisma, paterno, heróica, pervertido, santo, professor, bonito, alto, forte, fenômeno”.

Por fim os fiéis evangélicos são qualificados como: “exóticos, descamisados, incautos, fanático, ordeiro, trabalhador, humilde, fiéis fundamentalistas, analfabetos,

privilegiado, pobres, ricos, crédulos, descrentes, doentes, despossuídos, desesperados”. Os fiéis católicos são adjetivados como “rebanho, abastados, ricos, pobres, miseráveis, bóia-fria, retirante, sem-terra, ovelhas desgarradíssimas, medíocre, elegantes, desvalidos, rebanho estrelado, elegante, garbosa”.

De acordo com o contexto em que cada edição está inserida de modo geral, percebe-se claramente que os jornalistas dão tratamento privilegiado à Igreja Católica qualificando-a de acordo com valores hegemônicos, de forma coerciva perpetua ao longo de décadas o imaginário de uma Religião superior. Isso pode ser lido na edição 2017⁴⁵, em que a jornalista Adriana Dias Lopes, reafirma o posicionamento do papa Bento XVI de que a Igreja Católica é a Religião oficial e que “bancas as madalenas enganadas não passa de jogo de cena dos cristãos não-católicos. Afinal de contas, em mais de 2.000 anos de história, a Igreja Católica nunca relativizou essa posição”, diz empregando seu juízo de valor em detrimento às outras religiões.

Outro posicionamento claro de *Veja* pode ser lido na edição 2008 em 16 de maio de 2007 onde Mário Sabino diz:

A clareza de Bento XVI deixou muitos comentaristas atônitos. Foi-se ouvir até prostitutas sobre o que o papa ensinou. Todas são filhas de Deus, é certo, mas a opinião delas é dispensável nessas questões. Em um tom ainda mais patético houve quem pretendesse dar lições de sobrevivência a uma instituição com mais de 2.000 anos de existência. A Igreja não precisa dos conselhos dos neófitos. Foi suficientemente humilde para reconhecer uma série de pecados e, assim, restringi-los aos livros de história.

5. Elementos figurativos

Charaudeau (2009) diz que na produção de um discurso, pode estar refletido na identidade e nas intenções do jornalista e daquele a quem este se dirige. Esse discurso gera um sentido que é construído no ato de informar onde *descreve* fatos identificando e qualificando-os; *conta* os fatos reportando os acontecimentos e *explica-os* fornecendo as causas desses fatos e acontecimentos.

⁴⁵ Edição 2017 em 18 de julho e 2007, esta não figura no *corpus* de análise dessa pesquisa, mas consta neste trabalho para exemplificar o posicionamento religioso da revista *Veja*.

Os jornalistas ao produzir as notícias participam de um processo que Charaudeau (2009) denomina de transação, em que o jornalista segue parâmetros hipotéticos sobre a identidade do outro (receptor), como saber, sua posição social, seus interesses entre outros. É o contrato de leitura sendo estabelecido e nesse processo de transação circulam saberes que um detém e o outro desconhece.

O saber do jornalista é carregado de subjetividades, portanto não pode pretender transparência, neutralidade ou factualidade. Portanto o saber é o resultado de uma construção humana que descreve o mundo de acordo com seus conhecimentos construindo categorias de crença e a atividade discursiva pode descrever, contar ou explicar os fatos a serem produzidos.

Esse trabalho busca entender como essa instância jornalística cria a identidade social dos evangélicos no Brasil, em função de suas subjetividades e perceber o efeito construído a cerca desse segmento.

Para tanto, o olhar do jornalista descreve em categorias de conhecimento, mas em função dessa subjetividade, constrói categorias de crença. Segundo Charaudeau (2009), essas crenças regulamentam a forma quanto às práticas sociais, criando normas ideais de comportamento, por meio dos discursos produzidos pelos jornalistas, podendo ser interpretadas de acordo com um julgamento positivo ou negativo, de acordo com a ética ou com julgamentos estereotipados que circulam no imaginário social.

Julgamentos estereotipados são fundamentados na revista *Veja* empiricamente, quando o jornalista faz uso de expressões que apelam para o imaginário, empregando qualificativos aos líderes religiosos como: “pastores ladinos”, “animadores de auditório”, “espertalhões”, ou aos fiéis “crentes pobres”, “pobre e ignorante”, “ovelha negra”, “maracutaias” que neste estudo são identificados como percursos figurativos (FIORIM, 2009)

Um exemplo de certa incompatibilidade de imaginários e concepções acerca de si e do outro, retomando o objeto desta pesquisa, está no fato de o segmento religioso evangélico, se ver como “povo eleito, nação escolhida⁴⁶” entre outras representações enquanto que uma forma predominante deste grupo ser apresentado na mídia, inclusive a jornalística, é a imagem de “fanáticos, curandeiros, charlatões, fundamentalistas, entre outros”. Seguem dois exemplos de representações, na revista *Veja* sobre os evangélicos.

⁴⁶ Expressão fundamentada no livro bíblico de I Pedro capítulo 2 versículo 9.

CURANDEIRISMO_Mais de 5.000 adeptos foram rezar com o pastor na Quinta da Boa Vista, janeiro. No mês passado, Macedo e seus pastores levaram ao Maracanã um público religioso recorde de 150 000 pessoas que **assistiram a cenas de exorcismo e curandeirismo.**⁴⁷(grifo meu)

Esse processo de conquista de almas já foi interpretado como puro **fanatismo**, exploração de **gente humilde** por **espertalhões, desqualificado por boçal** e **vítima** dos preconceitos mais pitorescos. Na versão mais sofisticada, a crítica atribuiu aos novos fiéis a pecha de **fundamentalistas.**⁴⁸ (grifo meu)

Essas representações são resultado de coerções, de adesões, de legitimidade, de crenças, que segundo Castoriadis, são moldadas ou fabricadas pelas instituições (e aqui pode-se incluir as religiosas ou a imprensa), as quais pertencem e atuam. Nesse sentido, é possível evocar esta reflexão que afirma que as instituições (neste caso, a imprensa) são mecanismos de perpetuação dessas representações, sendo que os indivíduos são os produtos e/ou produtores delas. (CUNHA, 1997)

Charaudeau (2009, p.46) denomina os percursos figurativos, como representações do imaginário do jornalista, de acordo com suas crenças e percepções-construções, que ele estabelece com a realidade, ou seja, as representações construídas com uma organização de imagens mentais, reproduzidas de seu imaginário.

(...) os atores de um determinado contrato de comunicação agem em parte através de atos, segundo determinados critérios de coerência, e em parte através de palavras construídas, paralelamente, representações de suas ações e de suas palavras, às quais atribuem valores. Essas representações não coincidem necessariamente com as práticas, mas acabam por influir nelas, produzindo um mecanismo dialético entre práticas e representações, através do qual se constrói a significação psicossocial do contrato. (Charaudeau, 2006, p. 73)

O discurso figurativo é predominante nas 18 edições em análise, podendo ser constatadas as figuras que atribuem a identidade social dos evangélicos e católicos . Os textos figurativos de *Veja*, ao representarem o mundo cristão evangélico, remetem ao que é afirmado por Fiorim (2009, p.91): “produzem um efeito de realidade, criam uma imagem de mundo, construindo um simulacro”.

⁴⁷ Veja Edição 1130 - 16 de maio de 1990

⁴⁸ Veja, Edição 1502 - 2 de julho de 1997

a) Elementos figurativos sobre Igrejas e líderes evangélicos

TABELA 14 Elementos Figurativos: Igrejas e líderes

Edição	Igrejas Evangélicas – Igrejas e líderes
683 07/10/1981	“happenings pentecostais”, “animadores de auditórios”, “cantores obscuros”
1130 16/05/1990	“igrejas barulhentas”, “televangelização”, “protestante novo e agressivo”, “curandeirismo”, “culto do absurdo”, “pastores ladinos”, “ilusionismo coletivo”, “aroma de guerra santa”, “seitas evangélicas”, “cultos eletrizantes”, “glórias terrenas”, “seita exorcista e milagreira”, “falsos líderes”, “exorcismo”
1415 25/10/1995	“bispo beócio”, “pregador ardoroso”, “carismático”, “retórica belicista”, “seita fundo de quintal”, “animadores de um show”, “manipuladora”, “apelos frenéticos”, “exploração da miséria”, “sumo sacerdote pentecostal”, “explorara boa fé dos humildes”, “mártir do cristianismo”, “hipocrisia dos fariseus”, “siderar fiéis”, “agência de cura”
1421 06/12/1995	“animam multidões”, “todo-poderoso”, “fanático”, “pronto-socorro espiritual”, “agência de cura”, “seita na paisagem brasileira”
1502 02/07/1997	“épicos bíblico-hollywoodianos”, “milhões de figurantes”, “novos apóstolos”, “canastrões”, “parábolas de sofrimentos abissais”, “glórias e prazeres indizíveis”, “conquista de almas”, “fanatismo”, “espertalhões”, “desqualificado por boçal”, “cultos estridentes”, “perua de Deus”
1555 15/07/1998	“cultos frenéticos”, “Bíblia surradas”, “Babel das religiões”
1758 03/07/2002	“império evangélico”
1964 12/07/2006	“performances exorcistas”, “superpregadores”
2126 19/08/2009	“organização criminosa”

b) Elementos figurativos sobre fiéis evangélicos

TABELA 15 Elementos Figurativos: Fiéis

Edição	Igrejas Evangélicas – Fiéis
683 07/10/1981	“exóticos”, “vidas apagadas”, “crentes”
1130 16/05/1990	“crentes que incomodam”, “incautos”, “imensa massa de descamisados”, “colocados a margem da modernidade e do progresso”, “massa empobrecida”, “miseráveis”, “ovelhas negras evangélicas”
1415 25/10/1995	“crente fanático”, “soldados xiitas”, “demônios dos crentes”, “soldados xiitas”, “ignorância dos fiéis”
1421 06/12/1995	“população marginalizada”
1502 02/07/1997	“gente humilde”, “vítima”, “preconceitos pitorescos”, “fundamentalistas”, “legião de miseráveis”
1555 15/07/1998	“vidas tortas”, “exército da fé”, “legião de convertidos”
1758 03/07/2002	“Globetrotter”, “crentes pobres”, “pobres e ignorantes”, “maracutaias”
1964 12/07/2006	Nenhuma ocorrência
2126 19/08/2009	“ricos e pobres”, “crédulos e descrentes”, “doentes”, “despossuídos e desesperados”

c) Elementos figurativos sobre Igreja Católica e seus líderes

TABELA 16 Elementos Figurativos: Igrejas e líderes

Edição	Igreja Católica – Igreja e líderes
663 25/05/1981	“Bispo de Roma”, “Vigário de Jesus Cristo”, “príncipe dos apóstolos”, “Sumo pontífice da Igreja universal”, “Patriarca do Ocidente”, “Primaz da Itália”, “Arcebispo”, “metropolita”, “Soberano”, “Servo dos servos de Deus”, “papa”, “papa-atleta”, “apóstolo”
772 22/06/1983	Não há ocorrência
1214 25/12/1991	“cura gordo”, “preguiçoso”, “de batina engordurada”, “politicamente conservador”
1515 1/10/1997	“peçonha luterana”
1541 8/04/1998	“performance eletrizante”, “padre carismático”, “padre surfista”, “telepastores”
1571 04/11/1998	“fenômeno do catolicismo”, “líder de audiência”, “rei da homilia”, “boa-pinta”, “megaespetáculos”, “celebridade”, “estrela no altar”, “megamissas”
1748 24/04/2002	“pedófilos de batina”, “excentricidade”, “alta hierarquia Igreja”, “comportamento pervertido”, “sacerdotes”, “batina”, “cardeal”, “superior”, “pedofilia no sacerdócio”, “assalto indecente”, “diocese”, “cúpula católica”, “pedofilia na sacristia”, “pedofilia de batina”, “ofensas sexuais”, “sacristia”, “padre hippie”, “avanços sexuais indevidos”, “mulher do padre”, “papa”, “prelados”, “catedral”, “calvário da Igreja”, “pontificado”, “reinado”, “comportamento pervertido”, “distúrbio de preferência sexual”, “mulher do padre”
1890 13/04/2005	“dignatários”, “poderosos cardeais”, “papa”, “grandeza ímpar do morto”, “Santo, santo, santo”, “monarca”, “querido papa”, “papado”, “portador do carisma”, “força divina”, “o grande”
2008 16/05/2007	“vaticanista”, “papa”, “professor”, “teólogo treslocado”, “missionários”, “anel de pescador”, “pontífices”, “santo 100% brasileiro”, “papas mais amados”

d) Elementos figurativos sobre fiéis católicos

TABELA 17 Elementos Figurativos: Fiéis

Edição	Igreja Católica – Fiéis
663 25/05/1981	Não há ocorrência
772 22/06/1983	Não há ocorrência
1214 25/12/1991	Não há ocorrência
1515 1/10/1997	“Povaréu”
1541 8/04/1998	“fina flor da sociedade”, “carismáticos”, “socialites”, “rebanho de convertidos”, “nata do PIB brasileiro”, “ricos e pobres”, “elegantes e desvalidos”, “rebanho estrelado”
1571 4/11/1998	“platéia”, “milhares de pessoas”, “fiéis”, “milhões de almas”
1748 24/04/2002	“grupo de manifestantes”
1890 13/04/2005	“um milhão de almas”, “oceano de gente”, “massa”, “multidão”, “mar de gente”
2008 16/05/2007	“massas”, “fiéis”, “ovelhas desgarradas”, “rebanho menor”, “poucos e bons”, “pequena comunidade de fiéis”

6. Figuras do Pensamento acerca dos evangélicos e católicos: alusão, eufemismo, hipérbole e ironia

As figuras de pensamento, também chamadas de figuras de imagísticas, são subdivisões das figuras de linguagem, recursos estilísticos para tornar a expressão mais

contundente e provocar impacto no ouvinte ou leitor (ou interlocutor) e essas figuras tem origem no pensamento do jornalista. Entretanto, o efeito que provocam origina-se mais das idéias que estão por trás das palavras do que por elas mesmas ou pela construção das frases.

Nesta análise serão identificadas a alusão, o eufemismo, a hipérbole e a ironia. Essas figuras serão identificadas na matéria, no título, no subtítulo, na legenda fotográfica, na retransmissão e serão elementos que comporão o protocolo de análise (ver anexo).

a) Alusão

É uma figura de linguagem que faz referência explícita ou implícita a uma obra de arte, um fato histórico ou um autor, sendo um termo de comparação, e que apela à capacidade de associação de idéias do leitor.

A alusão torna-se efetiva quando sua função torna-se mais exigente do que a mera citação e quando difere ainda pelo fato de o seu sentido depender fortemente do contexto em que esta inserida. Podemos distinguir três tipos de alusão:

Evangélicos

1) *Nominal*, quando se refere a um nome próprio do conhecimento geral:

São os “crentes” que incomodam. Eles diferem de seus irmãos do credo tradicional protestante por interpretar a **Bíblia** ao pé da letra. Acreditam no **Espírito Santo** como o grande benfeitor do mundo garantem que podem falar com ele como se conversa com o colega de trabalho.⁴⁹ (grifo meu)

2) *Histórica*, quando se refere a acontecimentos passados ou recentes:

No programa **Palavra de Vida**, transmitido ao vivo pela **TV Record**, o bispo Sérgio Von Helder falando feito uma matraca, suando como uma fonte, Tinha uma **estátua de Aparecida** ao seu lado e com microfone na mão dizia que ninguém devia acreditar em seus poderes divinos.⁵⁰ (grifo meu)

⁴⁹ Veja, edição 1130 de 16 maio 1990

⁵⁰ Veja, edição 1415 em 25 outubro de 1995

3) *Textual*, quando se refere a textos preexistentes na tradição literária:

Esqueça-se por alguns instantes a pregação de Jesus (“**É mais fácil um camelo passar pelo buraco de uma fechadura do que um rico entrar no Reino dos Céus**”) para que se faça um mergulho na Teologia da Prosperidade professada pelo bispo. É ela que dá consistência e unidade às duas faces do líder da Universal⁵¹. (grifo meu)

Católicos

1) *Nominal*, quando se refere a um nome próprio do conhecimento geral:

O aproveitamento intenso e calculado dos meios de comunicação aliado à estratégia da peregrinação (1 milhão de quilômetros percorridos mundo afora) fizeram que a imagem de João Paulo II adquirisse uma universalidade **superior** à do próprio catolicismo. Parafrazeando a frase de John Lennon, **o papa se tornou mais popular do que Jesus Cristo** = ou, pelo menos, mais **mediatizado**, para usar de um jargão contemporâneo⁵².(grifo meu)

2) *Histórica*, quando se refere a acontecimentos passados ou recentes:

O sociólogo Gilberto Freyre, morto há quatro anos, escreveu em sua obra **magistral** *Casa Grande Senzala*, a obra científica brasileira mais distinguida no exterior em todos os tempos (escrita em 1933), que o catolicismo foi o traço de unidade nacional mais **forte** no Brasil. “Separar o brasileiro do catolicismo é tarefa difícil”, escreveu Freyre. Ele lembra que desde os primórdios da formação do Brasil o **catolicismo imperou** sobre todas as outras características sociais e étnicas⁵³.(grifo meu)

3) *Textual*, quando se refere a textos preexistentes na tradição literária:

As ovelhas mais abastadas também estão se extraviando. **É mais fácil um camelo entrar no reino dos céus que um padre se interessar pelas indagações metafísicas dos ricos** – mesmo que abra todos os dias as portas do templo para recebê-los em cerimônias luxuosas e caras⁵⁴. (grifo meu)

Na alusão *textual*, tanto na abordagem evangélica como na católica os jornalistas, utilizam trechos bíblicos do livro de Mateus, capítulo 19 no versículo 24,

⁵¹ Veja, edição 1415 em 25 outubro de 1995

⁵² Veja, edição 1214 em 25 de dezembro de 1991

⁵³ Veja, edição 1214 em 25 de dezembro de 1991

⁵⁴ Veja, edição 1214 de 25 de dezembro de 1991

onde figura “É mais fácil um camelo passar pelo buraco de uma fechadura do que um rico entrar no Reino dos Céus”, (grifo meu), para ilustrar questões financeiras das igrejas, das instituições religiosas. Num tom irônico alega que a Teologia da Prosperidade propagada por alguns segmentos evangélicos, fosse contrária aos ensinamentos de Jesus. Entretanto, o jornalista Eurípedes Alcântara⁵⁵ numa paródia afirma que os fiéis ricos estão abandonando a igrejas católica, por falta de atenção as suas necessidades existenciais, mas sim aos recursos financeiros por eles proporcionados.

b) Eufemismo

O eufemismo segundo Dumarsais (1988: 158 apud CHARAUDEAU, 2008: 226), é uma figura de linguagem “pela qual mascaram-se idéias desagradáveis, odiosas ou tristes, sob nomes que não são os próprios dessas idéias. Esses nomes lhe servem como véu e as tornam, em aparência, mais agradáveis, menos chocantes, mais honestas, segundo a necessidade”.

A conversão de Nascimento tornará algo mais **árida** sua vida terrena: ele terá de vestir o **apertado figurino** usado por seus companheiros de fé.⁵⁶ (grifo meu)

Há várias explicações para o fato de a cúpula católica proteger os sacerdotes nessa situação, nenhuma delas convincente para a opinião pública. Do ponto de vista doutrinário, a Igreja vê as **ofensas sexuais** como um pecado que precisa ser confessado, e não um crime a ser comunicado à polícia⁵⁷.(grifo meu)

⁵⁵ Eurípedes Alcântara em 25 de dezembro de 1991 assinou a matéria “A decadência do catolicismo no Brasil”, hoje é Diretor de Redação da revista *Veja*.

⁵⁶ *Veja*, edição 683 de 7 de outubro de 1981

⁵⁷ *Veja*, edição Edição 1748 - 24 de abril de 2002

c) Hipérbole

Fontainer (1968:123 apud CHARAUDEAU, 2008) diz que “a hipérbole aumenta ou diminui as coisas em excesso, e as apresenta bem acima ou bem abaixo daquilo que são, não com a finalidade de enganar, mas de levar à própria verdade, e de fixar, pelo que é dito de inacreditável, aquilo em que é preciso realmente crer”.

Evangélicos

Animadores de auditório – Magistrados, de qualquer forma, são ainda poucos entre os crentes, um universo em que tanto fiéis como pastores têm geralmente **modestíssima** posição social. [...] A liturgia tem pouca rigidez, circunstância de que se valem os pastores para comportar-se à maneira de animadores de auditório.⁵⁸ (grifo meu)

Na década de 1980 os fiéis e líderes eram vistos como pessoas humildes, semi-analfabetos, incultos. Esse quadro é revertido nos anos 90, quando evidencia-se o fenômeno de expansão pentecostal, e igrejas com fiéis de classe média, empresários, e líderes religiosos com grau de instrução superior e forte presença midiática.

Em ritmos que vão de baladas românticas a animadas canções pop, as letras falam de um Deus bom, que ama a todos e oferece proteção. Nenhuma referência ao demônio ou ao mau-olhado, comuns no receituário dos **superpregadores**. Filha do pastor Márcio Valadão, que preside a Igreja da Lagoinha há 35 anos, Ana Paula começou a cantar em hospitais, festas familiares e no coral da igreja.⁵⁹ (grifo meu)

Na edição 1130, de 16 de maio de 1990 lê-se: “A Assembléia de Deus também se distingue, para melhor, de seitas como a do pastor Edir Macedo, cuja fúria é de fazer inveja ao Leão”⁶⁰. O jornalista ao utilizar a uma hipérbole, afirma que a Igreja Assembléia de Deus é melhor que a “seita” de Edir Macedo por não haver o apelo financeiro que da Igreja Universal que é maior que a do Imposto de Renda.

⁵⁸ Veja, edição 683 de 7 de outubro de 1981

⁵⁹ Veja, edição 1964 de 12 de julho de 2006

⁶⁰ Idem

Católicos

Do ponto de vista formal, **são missas impecáveis**. A liturgia segue à risca as determinações do Concílio Vaticano II. Ritos iniciais, liturgia da palavra, liturgia eucarística, comunhão e ritos finais. Está tudo lá, pronto para passar pelo crivo do católico mais ferrenho. Mas quando **o padre Rossi irrompe no palco, quer dizer, no altar, sob aplausos e assobios da platéia, não é difícil perceber que se está diante de um evento diferente. Cada celebração é um megaespetáculo**⁶¹. (grifo meu)

Entre eles: o caráter universal da Igreja que ainda contabiliza em suas fileiras mais de 1 bilhão de almas, **a grandeza ímpar do morto**, a quantidade sem precedentes de dignitários presentes para as homenagens finais, **o cerimonial de enorme solenidade**, o cenário sublimemente decorado ao longo dos séculos por alguns dos maiores gênios da arte, **a cobertura ininterrupta de todos os meios de comunicação imagináveis (a maior da história, computando-se quase três vezes mais de tudo o que foi escrito sobre o 11 de Setembro)**⁶². (grifo meu)

d) Ironia

A ironia é uma figura do pensamento, que põe em cheque a credibilidade das pessoas e instituições religiosas por elas retratadas. A edição 1502, com manchete de capa, “Evangélicos” e seu subtítulo trata “Como a religião está ajudando pessoas humildes a conquistar o reino da terra”, as jornalistas, deixam em sua produção marcas de ideologia, convicções político-religiosas, que são extraídos de seu *pathos*, assumindo um discurso pragmático persuasivo, sedutor objetivando informar ao seu público verdades de acordo com sua subjetividade (MACHADO, 1998) e do seu *ethos*, em que as jornalistas constroem a imagem de si e exercem influência sobre seu destinatário (CHARAUDEAU, 2008: 220)

⁶¹ Veja, edição 1571 em 4 de novembro de 1998

⁶² Veja, edição 1890 em 13 de abril de 2005

Foi identificado o uso da ironia em grande parte das matérias nas nove edições de *Veja* com capas dedicadas aos evangélicos. A ironia acompanha uma adjetivação sobre os fiéis e líderes evangélicos que geralmente é carregada de tom pejorativo e desqualificador.

Evangélicos

Na edição 1502 de 2 de julho de 1997, o texto assinado pelas jornalistas Andréa Barros e Laura Capriglione faz alusão a uma interpretação, não identificada, dos fiéis como fanáticos, gente humilde, boçais, fundamentalistas. A afirmação de que tal avaliação é errada vem acompanhada de ironia quando as autoras afirmam que “essas tantas almas” foram ganhas para o “Deus vivo” (aspas no texto original) - expressão sempre recorrente no discurso evangélico, na matéria reportado como o Deus professado por esses fiéis com gritos mais estridentes que “uma apresentação de Carla Perez”.

Esse processo de conquista de almas já foi interpretado como puro fanatismo, exploração de gente humilde por espertalhões, desqualificado por boçal e vítima de preconceitos mais pitorescos. Na versão mais sofisticada, a crítica atribuiu aos novos fiéis a pecha de fundamentalistas. Nada mais errado. **Tantas almas foram ganhas para o “Deus vivo” – professado sempre aos gritos pelos evangélicos neopentecostais em cultos mais estridentes que uma apresentação de Carla Perez**⁶³. (grifo meu)

A linguagem textual da reportagem “Soldados da Fé e da Prosperidade”, é compreendida por fatores heterogêneos retirados do implícito e do explícito languageiro, que segundo Charaudeau (1983 apud CHARAUDEAU, 2008) compreende dois tipos de heterogenidade a mostrada e a constitutiva.

As jornalistas retratam a líder religiosa bispa Sônia Hernandes, da Igreja Renascer, em 1997, como “a perua de Deus”.

"A perua de Deus" -- Os princípios permanecem, mas mudaram os invólucros. Em busca de um rebanho jovem, as seitas se modernizaram. "Em vez do ascetismo, agora pregam o hedonismo. Em vez de opor-se ao mundo -- antes considerado ninho de pecados --, agora querem integrar-se radicalmente a ele.

⁶³ Edição 1502 de 2 de julho de 1997

Adaptaram-se e geraram o maior vetor de acomodação social da atualidade", avalia Ricardo Mariano, sociólogo da USP. Hoje podem-se encontrar igrejas como a Renascer em Cristo, do "apóstolo" Estevam Hernandes, ex-gerente de Marketing da Itautec e da Xerox e cuja esposa, a bispa Sônia Hernandes, é considerada como "a perua de Deus"⁶⁴ (grifo meu)

Benetti (2007) diz que a ironia é utilizada geralmente como um recurso de desqualificação de algo: de uma pessoa, de um lugar ou de uma prática qualquer e o sarcasmo é o modo mais recorrente do texto irônico de *Veja*, pois lança mão do deboche explícito para imputar características desprezíveis a algo ou alguém.

A retranca jornalística, configura-se como uma ironia desqualificadora, ofensiva ou até mesmo injuriosa, que se constrói de modo mais explícito, sendo um deboche crítico, e de forma desqualificadora a aspa é utilizada invalidando o episcopado dos religiosos. A força da ironia está sempre na construção de um campo de cumplicidade entre os sujeitos jornalista e leitor. (BENETTI, 2007)

Essa expressão "perua de Deus" tem origem na reportagem do jornal *Folha de São Paulo*⁶⁵, que apresentou a líder religiosa bispa Sônia Hernandes como uma figura extravagante, reportando-a como "A perua de Deus". As jornalistas Andréa Barros e Laura Capriglione, não informam na reportagem a fonte que originou a expressão.

A matéria emprega juízos de valor que marcam aspectos da subjetividade das jornalistas Andrea Barros e Laura Capriglione sobre os evangélicos, especificamente os pentecostais. Por meio de metáforas referem-se ao fenômeno de crescimento pentecostal como um "show hollywoodiano", e seus seguidores são apresentados pelas enunciatórias como figurantes num cenário, onde os protagonistas, ou seja, os líderes religiosos são tidos como canastrões.

É um fenômeno que se assemelha aos épicos bíblicos-hollywoodianos: milhões de figurantes, **novos apóstolos**, **canastrões**, parábolas de sofrimento abissais antes da conversão; glórias e prazeres indivizíveis depois⁶⁶.(grifo meu)

⁶⁴ *Veja*, edição 1502 de 2 de julho de 1997

⁶⁵ Fonte: caderno I - especial em 15 julho de 1994, Painel do Leitor, p. 3

⁶⁶ *Idem*

Esse processo de conquista de almas já foi interpretado como puro fanatismo, exploração de gente humilde por espertalhões, desqualificado por boçal e vítima dos preconceitos mais pitorescos. Na versão mais sofisticada, a crítica atribuiu aos novos fiéis a pecha de fundamentalistas. **Nada mais errado. Tantas almas foram ganhas para o "Deus vivo"**, professado sempre aos gritos pelos evangélicos neopentecostais em cultos mais estridentes que uma apresentação de Carla Perez⁶⁷. (grifo meu)

Identifica-se uma informação marcada por opinião irônica, quando o jornalista faz uso dessa figura do pensamento para imprimir posições pessoais e utilizar fontes que legitimam seu discurso. Ducrot (1984 apud CHARAUDEAU, 2008, p.291) diz que a polifonia agregada à ironia, o jornalista se “isenta” de assumir o enunciado, é o que se constata na edição 1502 de 2 de julho de 1997, onde as jornalistas Andrea Barros e Laura Capriglione ironizam o crescimento do segmento evangélico como o “milagre da multiplicação dos templos” numa alusão bíblica da passagem da multiplicação dos pães⁶⁸, e reafirmam seu posicionamento utilizando como fonte um líder da Igreja Assembléia de Deus José Wellington Bezerra da Costa.

Diferentemente da Igreja Católica, com templos cravados nos lugares centrais de cada cidade, os evangélicos se enfiam nos bairros em formação, em bocadas miseráveis, em favelas encarrapitadas em morros. Essa logística de ocupação das grandes cidades produz o **milagre da multiplicação dos templos**, que dá a impressão de que eles estão em todo lugar. E estão mesmo. **“Onde tem Coca-Cola, Correios e Bradesco, tem Assembléia de Deus”**, ironiza Wellington⁶⁹. (grifo meu)

Na edição Veja 1555 de 15 de julho de 1998, as jornalistas Samarone Lima e Roberta Paixão ironizam os presidiários evangélicos com a fala da antropóloga Regina Novaes do Instituto Superior de Estudos da Religião, o Iser, no trecho abaixo:

A idéia de que miséria, dependência de drogas ou envolvimento com a criminalidade são fruto de uma força maligna que, uma vez expulsa, não deixa rastros na personalidade é fundamental. **“É uma forma de reinventar a própria trajetória de vida. É até melhor do que Freud, porque com Freud você fica com a culpa”**, ironiza Regina Novaes. Ao deixar todas as culpas e

⁶⁷ Veja, edição 1502 de 2 de julho de 1997

⁶⁸ Esta história pode ser encontrada na *Bíblia nos livros de Mateus 14:13-21; Marcos 6:30-44 e João 6:1-14*

⁶⁹ Idem

erros para o passado, esses homens recomeçam a vida como se estivessem novinhos em folha⁷⁰. (grifo meu)

Católicos

No Rio de Janeiro, **o movimento ganhou a simpatia de socialites do quilate** de Carmem Mayrink Veiga e Gisella Amaral. Em Belo Horizonte, Zilda Couto e Ângela Gutierrez, **de famílias de empresários da construção, engordam o rebanho dos convertidos**. Terço de pérola nas mãos, **a nata do PIB brasileiro se rende à gritaria do discurso pentecostal da Renovação, que já pode ser ouvido até na capela do Palácio da Alvorada**, residência do presidente Fernando Henrique Cardoso, onde funcionários **carismáticos** se reúnem todas as terças-feiras para rezar⁷¹.(grifo meu)

Eis o mistério da fé. Essas fiéis que erguem os braços e imploram pela bênção divina têm dinheiro para pagar qualquer psicanalista do país. São mulheres que poderiam relaxar do stress da vida moderna viajando para um paraíso da Polinésia. **Em vez disso, preferem submeter-se ao ritual pacificador do divã religioso**. Os pedidos, em voz alta, deixariam escandalizados os representantes da Teologia da Libertação, pelo materialismo que evocam⁷².

A igreja não queima mais seus desafetos – embora costume cozinhar em banho-maria ou fritar os dissidentes no mesmo estilo culinário dissimulado dos governos dos homens –, mas considera ainda pecado mortal faltar à missa dominical⁷³. (grifo meu)

7. Representações infográficas nas capas de *Veja* sobre evangélicos e católicos.

De acordo com Amaral (2006) o critério de noticiabilidade *proximidade* proporciona um *sensacionalismo gráfico*, por meio das disposições da imagem, quando aliado ao *critério de negatividade*, por meio de escândalos financeiros, corrupção entre outros explorados por *Veja* sobre as igrejas evangélicas, o que não se vê nas capas de que destacam a Igreja Católica.

⁷⁰ *Veja*, edição 1555 de 15 de julho de 1998

⁷¹ *Veja*, edição 1541 - 8 de abril de 1998

⁷² *Veja*, edição 1541 - 8 de abril de 1998

⁷³ *Veja*, edição 1214 de 25 de dezembro de 1991

Nilton Hernandes (2001: p.14), diz que as matérias e seções mais lidas em *Veja* são três: assuntos de comportamento, de minorias e de saúde. A redação de *Veja* percebeu mudanças sociais de seus leitores, que até a metade dos anos 80, a política era assunto predominante, e a partir de meados dessa década a sociedade incorpora o hábito de consumo desse tipo de leitura.

Segundo Hernandes, os editores tem maior preocupação com a reportagem de capa, que ocupa maior espaço na revista, com matérias mais elaboradas, mas que não podem ser cansativas. A instância midiática de *Veja*, de forma bem articulada busca inteirar a representação verbal com a não-verbal, dessa forma, outros editores do departamento de Arte, são acionados e os infografistas inserem dados, gráficos e mapas. Os ilustradores num “tom” humorístico (irônico) ou sério.

O editor define expressões do rosto, posição do corpo, fundos, lugares, iluminação, entre outros detalhes para que o discurso verbal seja pensado para ser acessório de reafirmação dos conceitos já construídos pelo verbal. O diretor executivo de arte, Carlos Neri afirma que o visual “sempre acompanha, sempre tem que ir junto com o verbal”.(HERNANDES, 2001: p.17)

Das nove edições de capa dedicadas às igrejas evangélicas, cinco apresentam um ícone sagrado da religião cristã, que é a *Bíblia*. Na edição 1415, a revista estampa a foto do líder da Igreja Universal do Reino de Deus e, nesse caso, vários sentidos produzidos. A luminosidade no rosto de Edir Macedo denota um semblante assustado, em suas mãos vê-se um livro, subentende-se que seja a Bíblia, de forma sarcástica e ofensiva, sendo queimada e é esse fogo que ilumina; na manchete se lê: “A igreja que assusta”.

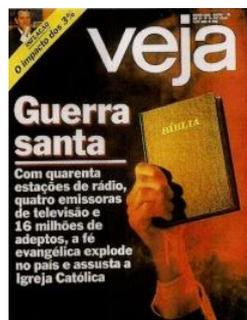
FIGURA 1



Edição 683

7/10/1981

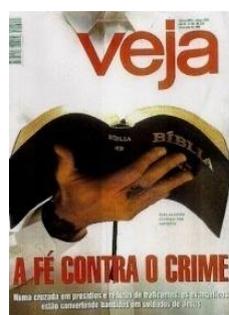
FIGURA 2



Edição 1130

16/05/1990

FIGURA 3



Edição 1555

15/07/1998

FIGURA 4



Edição 1415

25/10/1995

A ironia se faz presente na capa da edição 1964, na manchete “O pastor é show!”, quando expõe a imagem do pastor Rinaldo Pereira, fundador da Igreja Bola de Neve, parcialmente encoberto por uma Bíblia e cercado de ícones seculares.

FIGURA 5



Edição 1964

12/07/2006

Outro símbolo cultuado por cristãos é a cruz. Quando se refere aos evangélicos, ela é aplicada de forma negativa, depreciativa.

FIGURA 6



Edição 1502

2/07/1997

Em 1981 a edição 683 estampa em sua capa, o líder missionário Manuel de Mello fundador da Igreja Evangélica Pentecostal o Brasil para Cristo e nas edições 1415 e 1421 no ano de 1995 apresenta o bispo Edir Macedo da Igreja Universal do Reino de Deus, sendo que a edição 1421, Edir Macedo tem sua imagem distorcida nos olhos e produz um sentido agressivo, negativo. A manchete justifica a imagem quando diz “Edir Macedo ataca” e condiz com a matéria na qual o líder contesta e desafia a Igreja Católica, a Rede Globo e outras personalidades da sociedade brasileira.

Das nove edições em estudo, três destacam a Igreja Universal, e a última publicação dentro do recorte da amostra, a edição 2126 de agosto de 2009, cuja manchete refere-se a “Fé e Dinheiro: uma combinação explosiva”, trata de escândalos financeiros nos quais esta igreja supostamente estaria envolvida. Na capa há a ilustração de um alforje, elemento de arrecadação de verbas em igrejas, dentro uma bomba com faíscas em seu pavio e o ícone religioso adotado pela denominação que é uma pomba.

FIGURA 7



Edição 2126

19/08/2009

A edição 1758 destaca o fenômeno de expansão evangélica, quando os fiéis vão às ruas em eventos como “Marcha para Jesus”.

FIGURA 8



Edição 1758

3/07/2002

Reportagens de capa: líderes evangélicos

TABELA 18 Líderes evangélicos estampados nas capas da revista *Veja*

<p>FIGURA 9</p> <p>Edição 683 7/10/1981</p>	<p>FIGURA 10</p> <p>Edição 1415 25/10/1995</p>	<p>FIGURA 11</p> <p>Edição 1421 6/12/1995</p>	<p>FIGURA 12</p> <p>Edição 1964 12/07/2006</p>
---	--	---	--

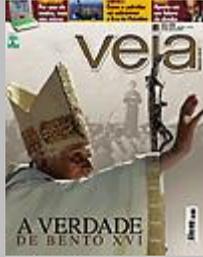
Na tabela 19, de nove reportagens sobre as igrejas evangélicas, quatro estampam líderes, sendo as figuras 10 e 11 expondo o bispo Edir Macedo da Igreja Universal do Reino de Deus; a figura 09 uma com o pastor Manoel de Mello da Igreja Evangélica

Pentecostal o Brasil para Cristo e a figura 12, com o pastor Rinaldo Pereira da Igreja Bola de Neve.

O imaginário religioso dos jornalistas privilegia a Igreja Católica, e pode ser evidenciado pela amostra em anexo, onde das nove matérias, quatro figuram a imagem do papa João Paulo II, uma capa com o papa Bento XVI e uma reportagem de capa com o padre Marcelo Rossi.

Reportagens de capa: líderes católicos

TABELA 19 Líderes Católicos estampados nas capas da revista *Veja*

<p>FIGURA 13</p>  <p>Edição 772 22/06/1983</p>	<p>FIGURA 14</p>  <p>Edição 1571 04/11/1998</p>	<p>FIGURA 15</p>  <p>Edição 2008 16/05/2007</p>
<p>FIGURA 16</p>  <p>Edição 663 25/05/1981</p>	<p>FIGURA 17</p>  <p>Edição 1515 1/10/1997</p>	<p>FIGURA 18</p>  <p>Edição 1748 24/04/2002</p>

Estabelecendo uma analogia à cobertura jornalística sobre as igrejas evangélicas, observa-se que as figuras 12, 13 e 14, da tabela 16, em quatro décadas distintas, os líderes do catolicismo são vistos pela comunidade discursiva como: “apóstolo”, “fenômeno” e “verdade” num tratamento respeitoso.

O fenômeno do crescimento da Igreja Católica no Brasil com o movimento Carismático, os jornalistas entendem como imagem confiável, verdadeira a cerca de uma religião.

* * *

CONCLUSÃO

A hipótese que norteia essa pesquisa de que a construção do material noticioso de *Veja* é parte de um processo amplo no qual estão inseridas formações culturais e imaginárias sobre a religião, pode ser constatada por meio de marcas lingüísticas, utilizadas pela instância midiática e em particular pelos enunciadores da revista *Veja*. As marcas recorrentes nas dezoito edições são: as figuras de linguagem_alusão, eufemismo, hipérbole e a ironia. O juízo de valor pode ser constatado por meio de percursos figurativos que imprimem um “tom” pejorativo ao representar as igrejas evangélicas como seitas, entre outros juízos. Porém ao se estabelecer um comparativo com a representação da Igreja Católica nos textos do periódico, nota-se por parte dos jornalistas uma abordagem privilegiada, legitimando a hegemonia da instituição.

Uma explicação de como decorre esta postura, são as formações culturais e imaginárias dos jornalistas sobre religião, em que se configura um valor de religião historicamente institucionalizado como sendo “correto”, e, portanto, suficientemente acreditado para levar o nome de Igreja, conforme indicado no capítulo 2 deste trabalho, o que tem sido reforçado por parte de segmentos das próprias igrejas tradicionais.

Constata-se nessa pesquisa que nos quarenta e dois anos de existência do periódico a editoria Religião foi pautada por dois critérios de seleção dos conteúdos noticiosos: o interesse e a importância de um fato a ser noticiado. Com o crescimento do segmento evangélico no Brasil, a revista *Veja* relaciona, com frequência, o fenômeno pentecostal como parte de uma competição e até mesmo de uma “guerra” que ameaça a Igreja Católica.

A revista *Veja* por ser um veículo de grande circulação nacional, como os jornais, dá pouca ênfase à editoria Religião, mas quando esta é pautada, o que se observa é que se dá prioridade a escândalos financeiros, sexuais, políticos, entre outros, ou seja, carregadas de juízos de valor e adjetivadas.

Nessa perspectiva as religiões cristãs, católica e evangélica, foram matérias especiais de capa para sinalizar transformações na sociedade brasileira tanto num segmento, quanto noutro. No entanto, a religião católica foi reportada dezenove vezes até a data limite de fechamento dessa pesquisa sendo adotado como valor-notícia o critério da importância, pois, dezesseis capas figuravam a imagem de papas e uma com o padre Marcelo Rossi seguindo o critério de personalidade e pessoas famosas.

A religião evangélica foi reportada nove vezes no mesmo período, sendo que o mesmo critério adotado à Igreja Católica, a importância, teve como protagonista quatro personalidades evangélicas. Porém, essas personalidades receberam tratamento irônico, em que identifica-se o imaginário da comunidade discursiva desfavorável à Religião evangélica.

De acordo com a fundamentação religiosa do capítulo 2 nesse estudo a hegemonia da igreja católica se faz presente na história mundial e nacional. No imaginário religioso dos jornalistas essa hegemonia é refletida na notícia, o contrato de leitura é estabelecido entre *Veja* e seu leitor, e a revista por meio de seus jornalistas, segundo Charaudeau, transmite em suas reportagens “a imagem de si que é construída a partir da imagem que se tem do outro”.

Dados estatísticos sobre o perfil dos leitores da revista *Veja* podem ser encontrados no site do periódico e constata-se que o público alvo pertencem a classe A e B totalizando em 73% dos leitores. O mapeamento realizado pelo site da revista *Veja*, é certo para fins comerciais, porém, nos possibilita entender qual é a imagem que o jornalista de *Veja* faz de seu leitor e os números comprovam que na região Sudeste 58% e na região Sul 15%, há a maior distribuição geográfica em circulação no país e constata-se que sua tiragem, mensal, atualmente é de 1.249.947 milhão de exemplares, sendo que vende 1.095.668 milhões, distribuídos em 927.645 assinaturas, e 168.023 revistas compradas em bancas de jornal.

A falta de informações sobre Religiões ao produzir uma notícia, dificulta a interpretação e a contextualização, gerando notícias falaciosas e ou simulacros produzindo sentidos negativos, que podem gerar conflitos numa sociedade em que a religiosidade têm forte significado. Outros fatores são cruciais para entender como se processa o imaginário religioso dos enunciadores.

Ao descreverem as igrejas evangélicas pentecostais fazendo uso do termo “seita”, os jornalistas de *Veja* externam um imaginário estabelecido por uma doutrina hegemônica colonizadora que coercivamente está arraigada à cultura brasileira, que declara a supremacia da Igreja Católica, o que já foi indicado no capítulo 2 deste trabalho, e dessa forma classifica as igrejas que historicamente romperam com o catolicismo, como seitas. Este é o termo utilizado pela hierarquia católica ao se referir aos evangélicos, em especial os pentecostais, como parte da luta interna ao campo religioso cristão, o que é simplesmente reproduzido pelo enunciador *Veja*, que se revela identificado com esta compreensão.

O que se observa nas nove edições analisadas, por meio de juízos de valor, dos percursos figurativos, dos adjetivos opinativos e pelas figuras de linguagem que determinam o pensamento dos jornalistas, a revista *Veja* produz convicções, crenças e percepções sobre a identidade social dos evangélicos no Brasil, como os fiéis são “ingênuos”, ‘enganados’, ou “passivos” diante dos seus líderes supostamente corruptos e charlatães. Já a Religião católica foi reportada de forma respeitosa e pôde ser analisada pelas mesmas marcas linguísticas que serviram de parâmetro à análise dos evangélicos. Muitas matérias legitimam a Igreja Católica como Religião oficial no Brasil, em detrimento as demais religiões brasileiras.

Esse comportamento midiático, em relação à editoria Religião, possibilita sua compreensão ao estudarmos as comunidades interpretativas. Elas mantêm uma coesão em sua cultura de redação, na qual estão envolvidos os repórteres, os editores, as fontes e os textos que produzem, um produto de diversas mãos. Esse conceito surge nos anos 80 e seus múltiplos sentidos são estudados por meio da análise do discurso nos anos 90. Para Maingueneau (2008) a comunidade discursiva é identificada, por meio da “ideologia”, da “teoria” e posso acrescentar por meio do “imaginário religioso” que os jornalistas compartilham por meio de sua produção.

Não difere do tratamento dado pela imprensa nos Estados Unidos à explosão do fenômeno religioso pentecostal no início do século XX, com pastor negro americano William Joseph Seymour, chamou a atenção da imprensa e virou notícia em 18 de abril 1906, no jornal *Los Angeles Times*. A matéria começava afirmando estarem os seus repórteres diante de uma “nova seita de fanáticos” formada em sua maioria por negros e

imigrantes pobres, liderados por um pregador negro, que atraia pobres, ignorantes e tolos ao templo situado no número 312 da rua Azuza Street.(CAMPOS, 2005)

Para compreender o discurso da revista *Veja*, o atual diretor de redação Eurípides Alcântara declara que, “*Veja* é grande, arrogante, diz o que pensa⁷⁴” e define a linha editorial do periódico ao afirmar que “A marca da revista [...] é não se refugiar sob o conforto da imparcialidade. *Veja* tem e defende suas posições e princípios, sem rodeios. *Veja* acredita na democracia e na economia de mercado⁷⁵”. Vale lembrar que esse posicionamento da Editora Abril, não respeita uma cobertura plural, sobre Religião, num País com diversidade religiosa.

Esta perspectiva pode ser constatada nesta pesquisa quando as ênfases do discurso construído nas nove reportagens de capa sobre evangélicos concentram-se em, pelo menos, três temas: (1) a fé relacionada ao dinheiro, numa perspectiva crítica e denuncia silenciada quando o enunciado diz respeito ao catolicismo; (2) a religião midiática, destacando-se a dimensão da fé espetacularizada como banal, o que, de novo, não se atribui ao catolicismo midiático; (3) o crescimento do pentecostalismo e a resultante ameaça à boa religião.

Mais do que informar, reportar, *Veja* busca responder a um público, com o qual tem um contrato de comunicação, cujo imaginário social parece considerar mas denegar o valor da pluralidade religiosa. A elaboração do discurso em torno destas temáticas revela que o enunciador reconstrói este imaginário religioso que vê o catolicismo romano como “A” religião do Brasil, creditada e respeitada, ainda que tenha falhas e crises, assentada na tradição. As demais igrejas, em especial as pentecostais, são desacreditadas e tratadas como ameaças que não podem ser desprezadas.

Com base nesta pesquisa, portanto, é possível afirmar que os estudos em Comunicação devem ter em pauta permanente a compreensão do Jornalismo e da construção da notícia como um processo amplo, muito além da técnica, no qual as formações culturais e imaginárias tem um papel significativo.

⁷⁴ Entrevista concedida ao jornal Ponto Final e citada em artigo de Benetti (2010)

⁷⁵ Entrevista ao jornal-laboratório Facha. <http://www.facha.edu.br/publicacoes/jornallab/2008/maio/9a12.pdf>

REFERÊNCIAS

A REVISTA NO BRASIL. São Paulo: Abril, 2000.

ABAURRE, Maria Luiza M., PONTARA, Marcela. **Gramática: Texto: Análise e Contrução de Sentido.** São Paulo: Moderna, 2006.

ABRAMO, Perseu. **Padrões de Manipulação na Grande Imprensa.** Editora Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 2009.

ALTHUSSER, L. P. **Aparelhos Ideológicos de Estado.** 7ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular.** São Paulo: 1. Ed, 2006.

ARISTÓTELES. **De anima – Livros I-III** (trechos) I. Lucas Angioni (tradução) In: Textos Didáticos, IFCH/ UNICAMP, n. 38, 2002.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e linguagem: discursos e ciência.** São Paulo: Moderna, 1998.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica – Volumes 1 e 2 .** 4ª edição. São Paulo: Ática, 1990.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem.** Editora Hucitec. 12ª edição, 2006.

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal.** São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BARBEIRO, Heródoto e Lima, Paulo Rodolfo de. **Manual do Telejornalismo.** Rio de Janeiro: Editora Campos, 2002.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor.** São Paulo: Moderna, 2001.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Contribuições de Bakhtin às teorias do texto e do discurso*. In FARACO, Carlos Alberto; TEZZA, Cristóvão; Castro, Gilberto de. (orgs). **Diálogos com Bakhtin**. Curitiba: Ed. Da UFPR, 3ª Edição, 2001.

BARROS, Eduardo Portanova. **Maffesoli e a “investigação do sentido” – das identidades as identificações**. Unisinos, 2008.

BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. Editora Cultrix, 1996.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1980.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre. Ed. Sulina, 1980.

BENETTI, Márcia. **A ironia como estratégia discursiva da revista Veja**. COMPÓS – Associação Nacional dos Programas da Pós-Graduação em Comunicação – Grupo de Trabalho “**Estudos de Jornalismo**”, do XVI Encontro da Compôs, Curitiba, 2007.

BENETTI, Márcia. **Jornalismo e a imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Ano VII nº 1, Janeiro a Junho, 2010.

BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

BENETTI, Márcia. **O Jornalismo como Gênero Discursivo**. Galáxia. N. 15, São Paulo: PUC – SP/EDUC, 2008.

BITTENCOURT FILHO, José. **Matriz Religiosa Brasileira_Religiosidade e Mudança Social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

BLUMER, Herbert. “**A Massa, o Público e a Opinião Pública**” in COHN, Gabriel, **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1971.

BONNINI, Odair. **Os gêneros do jornal: o que aponta a literatura da área de comunicação no Brasil?** In: Revista Linguagem em (Dis)curso, Tubarão, vol. 4, n. 1, jul/dez, 2003.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Fronteira da fé: alguns sistemas de sentido, crenças e religiões no Brasil de hoje**, 2004.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2. Edição. Campinas. SP. Editora da Unicamp, 2004.

BRETON, Philippe. **A manipulação da palavra**. São Paulo: Editora Loyola, 1999.

BRICKMANN, Carlos: depoimento [set.2007]. Entrevistadora: E.M. SANTOS. 1 CD (60 min). Entrevista concedida ao Trabalho de Conclusão de Curso.(Entrevista gravada). UNIMONTE, 2007.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada**. Revista USP, São Paulo, n.67, p. 100-115, setembro/novembro, 2005.

CASTORIADIS, Cornélios. **A instituição imaginária da sociedade**. 3 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

CAVALCANTI, Jauranice Rodrigues, **Considerações sobre o Ethos do Sujeito Jornalista**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.

CAVALCANTI, Jauranice Rodrigues, **Considerações sobre o Ethos do Sujeito Jornalista**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.

CESAR, Elben M. Lenz. **História da Evangelização do Brasil: Dos Jesuítas aos Neopentecostais**. Viçosa – MG. Editora Ultimato, 2000.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Linguagem dos Conflitos**. Coimbra: Minerva, 2001.

CHARAUDEAU, Patrick. **Dicionário de análise do discurso**. Editora Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Editora Contexto, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Editora Contexto, 2006.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e Poder: Uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL DO BRASIL. São Paulo: Editora Escala, 2007.

CUNHA, Magali do Nascimento. **A Explosão do Gospel: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico contemporâneo**. Editora Mauad, 2007.

CUNHA, Magali do Nascimento. **Crise, esquecimento e memória**. O Centro Ecumênico de Informação e a construção da identidade do Protestantismo brasileiro. Mestrado em Memória social e Documento. Universidade do Rio de Janeiro, 1997.

CUNHA, Magali do Nascimento. **Igrejas e universidades: uma aliança necessária**. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; ENDO, Ana Claudia Braun. (Org.). **Mídia e Religião na sociedade do espetáculo**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2007.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de Análise do Discurso**. Editora Contexto, 2009.

Folha de S. Paulo. **Manual de Redação**. São Paulo: Publifolha, 2001.

FRESTON, Paul. **Evangélicos na Política Brasileira: História ambígua e desafio ético**. Curitiba – PR: Editora Encontrão, 1994.

GARCIA, Luiz. **O Globo: Manual de redação e estilo**. São Paulo: Editora Globo, 2001.

GROSSI, Giorgio. **“Professionalità giornalistica e costruzione sociale della realta”**. In Prolemi Dell Informazione, X/3, 1985.

HERNANDES, Nilton. **A Mídia e seus Truques**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

HERNANDES, Nilton. **A revista Veja e o discurso do emprego na Globalização_ Uma análise semiótica**. Dissertação de mestrado da Faculdade de Filosofia de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. USP. São Paulo, 2001.

LASSWELL, Harold. “A Estrutura e a função da comunicação na sociedade”. In: COHN, Gabriel (Org) **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: EDUSP, 1971.

LIMA, Venício A. de. “Breve roteiro introdutório ao campo de estudos da Comunicação Social no Brasil”. In LIMA, Venício. **Mídia, Teoria e Política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

MACHADO, I. L. Cruz., A. R. LYSARDO-DIAS, D. **Teorias e Práticas Discursivas. Estudo em Análise do Discurso**. Belo Horizonte, Núcleo de Análise do Discurso da Fale-UFMG. Carol Borges, 1998.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Texto de Comunicação**. Tradução Cecilia P. de Souza-e-Silva, Decio Rocha. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Texto em Comunicação**. São Paulo: Ed. Cortez, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Editora Pontes, 1997.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostalismo: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Editora Loyola, 1999.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Mídia e Poder Simbólico**. Editora Paulus, 2003.

MASTAFA, Solange Puntel. **A força do estruturalismo francês na análise dos produtos culturais**. Unisinos 2006.

MATTELART, Armand e Michele. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Editora Loyola, 2000.

MELLO, José Marque de. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3º Ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MORAES, Denis de. **O imaginário vigiado**. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: José Olympio, 1994.

MOREIRA, Vital. **O direito de resposta na comunicação social**. Coimbra: Editora Coimbra, 1994.

MOTTA, Ana Raquel. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.

NOVO Manual de Redação: Folha de São Paulo. São Paulo: Publifolha, 1992.

OLIVEIRA, Antônio Cláudio Mariz de. **A realidade do combate ao crime das elites**. O Estado de São Paulo. São Paulo, 2006.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **Análise de Discurso**. Editora Pontes, 2005.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **Discurso e Texto**. Campinas, SP. Editora Pontes, 2008.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **Discurso e Texto: Formações e Circulação dos Sentidos**. Campinas, SP: Pontes, 2001.

PIRES, Orlando. **Manual de Teoria e Técnicas Literárias**. Rio de Janeiro. Presença, 1981.

PONTE, Cristina. **Leitura das Notícias. Contributos para uma análise do discurso jornalístico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias: linha de análise do discurso jornalístico**. Florianópolis: Editora Insular, 2005.

RESENDE, Viviane de Melo & RAMALHO, Viviane. **Análise do Discurso Crítica**. Editora Contexto, 2006.

Revista Veja – Edição 1130 de 16 de maio de 1990.

Revista Veja – Edição 1214 de 25 de dezembro de 1991.

Revista Veja – Edição 1415 de 25 de outubro de 1995.

Revista Veja – Edição 1421 de 6 de dezembro de 1995.

Revista Veja – Edição 1502 de 2 de julho de 1997.

Revista Veja – Edição 1515 de 1 de outubro de 1997.

Revista Veja – Edição 1541 de 8 de abril de 1998.

Revista Veja – Edição 1555 de 15 de julho de 1998.

Revista Veja – Edição 1571 de 4 de novembro de 1998.

Revista Veja – Edição 1748 de 24 de abril de 2002.

Revista Veja – Edição 1758 de 3 de julho de 2002.

Revista Veja – Edição 1890 de 13 de abril de 2005.

Revista Veja – Edição 1964 de 12 de julho de 2006.

Revista Veja – Edição 2008 de 16 de maio de 2007.

Revista Veja – Edição 2126 de 19 de agosto de 2009.

Revista Veja – Edição 663 de 25 de maio de 1981.

Revista Veja – Edição 683 de 7 de outubro de 1981.

Revista Veja – Edição 772 de 22 de junho de 1983.

RODRIGO ALSINA, Miguel. **A construção da notícia**. Petrópolis, Rio de Janeiro. Ed. Vozes, 2009.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1980.

SANTOS, Eliana da Motta dos. **Igrejas evangélicas e a mídia no Brasil: a abordagem da mídia em relação às igrejas evangélicas**. Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Universitário Monte Serrat, 2007.

SCADELAI, Erica. **Ethos e Comentário de fala na notícia impressa**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.

SCALZO, Marília. **Jornalismo em Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SILVA, Juremir Machado. **Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade**. Revista FAMECOS. Porto Alegre - nº 15, 2001.

SILVA, Rodrigo Ferreira da. **Análise do discurso da Mídia na visita do Papa Bento XVI ao Brasil com base no pronunciamento sobre Seitas**. Iniciação Científica. (Graduando em Teologia) - Universidade Metodista de São Paulo, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ-PIBIC), 2007.

SOUZA, André Ricardo. **O desempenho político eleitoral dos evangélicos de 1986 a 2008**. Revista Brasileira de História das Religiões – ANPUH. Maringá (PR) v. 1, n. 3, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias das Notícias: O Estudo do Jornalismo no Século XX**. São Leopoldo/ Brasil: Editora UNISINOS, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são**. Editora Insular, 2ª Ed., 2005.

TUGENDHAT, Ernst. **Lições Sobre Ética**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2003.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Editora Martin Claret, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. São Paulo: Editora Presença, 1995.

ZALIZER, Barbie. **Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa**. Revista de Comunicação e Linguagens Jornalismo. Organização: Nelsom Traquina. Fevereiro de. Nº 27. Editora Relógio D'água, 2000.

SITES

CÓDIGO DE PROCESSO PENAL BRASILEIRO. <Disponível em: http://www.amperj.org.br/store/legislacao/codigos/cpp_L3689.pdf Acesso em: 27 jan. 2010.

CONSTITUIÇÃO POLÍTICA DO IMPÉRIO DO BRASIL. Promulgada pela Carta de Lei de 25 de março de 1824. <Disponível em: <http://www.bibliojuridica.org/libros/4/1960/5.pdf> Acesso em: 27 jan. 2010.

CORRÊA, Thomáz Souto. **Breve história das idéias das grandes revistas dos grandes homens e mulheres que as fizeram.** 2008 Disponível em: <http://www.aner.org.br/Conteudo/1/imagens/BrevehistoriadasideiasdasgrandesrevistasRESUMO.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2011.

CUNHA, Magali do Nascimento. **Contra todo silenciamento e esquecimento: Memória de uma experiência de contra-informação religiosa.** 1999. <Disponível em: <http://64.233.169.104/u/usponline?q=cache:0boJ3bsHCmQJ:www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/14gt/MagaliNascimento.doc+historia+dos+protestantes&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=11&ie=UTF-8> Acesso em: 03 jul. 2008.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. <Disponível em: <http://www.ibge.gov.br> Acesso em: 21 abr. 2008.

Jornal Folha de São Paulo – sexta-feira, 4 de junho de 2010 <Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/745309-evangelicos-fazem-protesto-contras-igrejas-capitalistas.shtml> Acesso em: 11 mar. 2011.

LOBO, Luis. **Idéias e Fatos: O que faz do acontecimento a “notícia”? – notas para uma teoria da produção de “notícias”.** *Análise Social*, Vol. VIII, 1970 (n.º 30-31), pp. 513-519 <Disponível em:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3A3REIzQZp8J:analisesocial.i.cs.ul.pt/%3Fno%3D101000100150+criterios+de+noticiabilidade+Luis+Lobo+Id%C3%A9ias+e+Fatos&cd=3&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&source=www.google.com.br>
Acesso em: 10 jan. 2009.

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade.** Entrevista concedida a Juremir Machado da Silva. < Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3123/2395> Revista FAMECOS, Porto Alegre. Acesso em: 15 ago. 2001.

MONTEIRO, Adriana Crisanto. **Emoção no discurso da mídia impressa.** <Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/monteiro-adriana-emocao-discurso.pdf> Acesso em: 18 dez. 2000.

MORATA, Ademir. **Uma imprensa supostamente imparcial.** Observatório da Imprensa. <Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/uma-imprensa-supostamente-imparcial>. Acesso em: 05 jul. 2011.

O Estado de São Paulo - sexta-feira, 4 de junho de 2010 <Disponível em: http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100604/not_imp561403,0.php Acesso em: 11 mar. 2011

OLIVEIRA, Flavianny Guimarães de. **Mídia e Construção do Imaginário Nordestino em São Paulo – Revista Veja e as Eleições Presidenciais 2010.** < Disponível em: <http://www.usp.br/celacc/ojs/index.php/blacc/article/viewFile/210/235>> Acesso em: 05 mai. 2011.

SIEPIERSKI, Carlos Tadeu. **“De bem com a vida”: O sagrado num mundo em transformação.** Um estudo sobre a Igreja Renascer em Cristo e a presença evangélica na sociedade brasileira contemporânea. 2001. 233f. Departamento de Antropologia Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. < Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-19072002-131022/>> Acesso em: 26 set. 2007.

ANEXOS

Edição 683 de 7 de outubro de 1981



PROTOCOLO DE ANÁLISE

Edição 683 - 7 de outubro de 1981



Jornalista J. A. Dias Lopes

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Animadores de auditório – Magistrados, de qualquer forma, são ainda poucos entre os crentes, um universo em que tanto fiéis como pastores têm geralmente modestíssima posição social. [...] A liturgia tem pouca rigidez, circunstância de que se valem os pastores para comportar-se à maneira de animadores de auditório.

[...] o pastor oferece exclusivamente o reino dos céus, permitindo aos pobres pensarem que o dia de sua riqueza, mesmo que em outra vida, está mais próximo.

Aos pastores não se cobra diploma algum – basta que saibam ler e escrever. O resto fica por conta do Espírito Santo, que faz seus devotos compreenderem tudo quanto está dito na Bíblia e compensa eventuais deficiências culturais.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

[...] E resolveu incorporar-se ao rebanho de 8,5 milhões de pentecostais, ou “crentes”, espalhados pelo país, segundo cálculos da Sociedade Bíblica e da Confederação Evangélica do Brasil.

A conversão de Nascimento tornará algo mais árida sua vida terrena: ele terá de vestir o apertado figurino usado por seus companheiros de fé.

[...] São muitos severos na educação dos filhos e de um rigor absoluto no que se refere a fidelidade conjugal.

Apesar dessa escassez de atrativos mundanos o número de pentecostais tem acusado saltos espantosos nas últimas décadas.

[...] Essa imensa família descende do minguado grupo de evangelizadores americanos que, em 1910, desembarcaram no município paranaense de Santo Antonio da Platina.

[...] “Eles eram exóticos demais para preocupar as igrejas protestantes tradicionais”, explica Waldo César, autor de “Urbanização e religiosidade popular”.

Mas os templos das seitas vão progressivamente deixando de ser freqüentados apenas por vidas apagadas que subitamente se acendem com a luz divina. [...] tem convertido profissionais liberais, médicos, advogados, engenheiros, funcionários públicos graduados e, de uns tempos para cá, juízes de Direito.

“Na cidade, o camponês perde os amigos, os pontos de apoio, larga os tênues vínculos que o uniam ao catolicismo”, pondera Murá. “Precisa de calor humano, de solidariedade. Assim torna-se presa fácil dos valores pentecostais.”

Estabelecida a empatia, pastores e fiéis protagonizavam surpreendentes happenings pentecostais. Falam em línguas estranhas (o dom da “glossolália”, conferido aos apóstolos em Pentecostes), às vezes inexistentes e inteligíveis. Jogam-se no chão, incorporam e desincorporam demônios, e, sobretudo concentram em curas milagrosas.

[...] Bíblia nas mãos, pregadores pentecostais se incorporam diariamente à paisagem das praças mais movimentadas das grandes capitais – os homens vestindo invariavelmente paletó e gravata, as mulheres sem qualquer pintura e metidas em vestidos fora de moda. Depois das praças, estão nos presídios os palcos favoritos dos pregadores.

O investimento que mais dividendos rende aos pentecostais, entretanto, é a doutrina da cura pela fé.[...] Em todo culto pentecostal, há sempre um horário reservado aos chamados “testemunhos”: qualquer fiel pode agarrar o microfone e relatar curas maravilhosas, visões e até profecias.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****) Capa (*****)

(*) O avanço dos crentes

(**) Sob a luz do Espírito Santo e com um código que proíbe o fumo a bebida, o pentecostalismo já converteu 8,5 milhões de brasileiros.

(****) Animadores de auditório

(*****) Pentecostais: O milagre da multiplicação

Edição 1130 de 16 de maio de 1990



PROTOCOLO DE ANÁLISE
Edição 1130 - 16 de maio de 1990



À redação

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

O crescimento explosivo das seitas evangélicas no Brasil durante os últimos dez anos foi um grito de silêncio.

Só agora a cúpula da Igreja Católica constata, inquieta, até um pouco assustada, que o poder de arregimentação das seitas é muito maior do que se imaginava.

(...) um tipo especial, mais novo e agressivo, de protestante que guarda muito pouca semelhança com os pioneiros de evangelização missionária, como luteranos, metodistas, presbiterianos, anglicanos e batistas, os chamados “protestantes históricos”.

No confronto com essas religiões que se infiltram de maneira crescente na vida brasileira, a Igreja Católica apresentou uma forma cansada e outra pouco epidérmica.

[...] Elas magnetizam os fiéis em cultos eletrizantes, com injeção de otimismo, aplicadas por seus missionários que saem do quase anonimato para uma vida de glórias terrenas, que dificilmente alcançariam no ritmo normal de suas existências.

Um dos fenômenos sociais mais vigorosos deste final de século no Brasil, progrediu quase à sombra, subestimado pelos intelectuais e sem que os estudiosos da religião ou a hierarquia da Igreja Católica se dessem conta da real dimensão do avanço.

Os pastores evangélicos não escondem seu orgulho de ver a igreja que comandam e eles próprios prosperar financeiramente. Tem aí um caldo de cultura favorável ao surgimento de falsos líderes, prontos a usar as técnicas de pregação em benefício do próprio bolso. Exatamente por essa razão são raras as capitais brasileiras onde pelo menos um pastor não esteja sendo alvo de um processo criminal por atentado à economia popular.

O avanço dos novos missionários e as sementes da televangelização no Brasil são o reflexo e um movimento que se alastra por toda a América Latina e tornou-se uma dor de cabeça para o próprio papa.

Há nesses templos aquele aroma de guerra santa contra o mal que já se provou milagroso para multiplicar o alcance e a força de outras religiões.

[...] as seitas evangélicas se nutrem de uma adrenalina que hoje espanta até os padres

mais familiarizados com os humores das massas de descamisados.
A Assembléia de Deus, fundada no Brasil no início do século, levou várias décadas para evoluir de seita exorcista e milagreira até sua situação atual – uma igreja que forma seus pastores em cursos regulares e chega a diálogo com a Igreja Católica.
[...] A Assembléia de Deus também se distingue, para melhor, de seitas como a do pastor Edir Macedo, cuja fúria é de fazer inveja ao Leão.
Agencia de empregos_ Não se pode reduzir a atração exercida pelas seitas evangélicas à ação de pastores ladinos, dotados do dom de ilusionismo coletivo.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Cerca de 16 milhões de pessoas no país, especialmente a imensa massa de descamisados colocados à margem da modernidade e do progresso, já rezam pela cartilha dessas igrejas barulhentas que em seus cultos cheios de cânticos e emoções prometem curas, milagres e prosperidade instantâneos na Terra.
Numa sangria sem precedentes, abandonam o catolicismo todos os anos para juntar-se a uma Igreja Evangélica mais de 600 000 pessoas – o equivalente à população de duas Florianópolis ou duas Vitória do Espírito Santo.
Essa emigração febril apenas pronuncia um momento ainda mais acelerado que já se detecta com a chegada dos missionários ao comando de emissoras de rádio e de televisão.
[...] as massas empobrecidas preferiram ouvir os evangélicos em vez de prestar atenção à retórica dos teólogos da libertação. Afinal, os padres de esquerda exortavam os miseráveis a uma maior participação política, enquanto o bloco dos evangélicos tinha mensagem muito mais simples e melhor.
São os “crentes” que incomodam. Eles diferem de seus irmãos do credo tradicional protestante por interpretar a <i>Bíblia</i> ao pé da letra. Acreditam no Espírito Santo como o grande benfeitor do mundo garantem que podem falar com ele como se conversa com o colega de trabalho.
“Eu que já fui assaltante. arranjei um emprego em que cuido de quase todo o dinheiro da empresa”, diz Figueiredo, orgulhoso de seu progresso realmente espantoso.
Mas as ovelhas negras evangélicas, na mesma proporção que em outros rebanhos, estão em minoria.
No oceano de igrejas pentecostais, deve-se fazer distinção entre o amadurecimento e a seriedade de algumas – e o culto do absurdo que se pode observar em muitas.
CURANDEIRISMO_Mais de 5.000 adeptos foram rezar com o pastor na Quinta da Boa Vista, janeiro. No mês passado, Macedo e seus pastores levaram ao Maracanã um público religioso recorde de 150 000 pessoas que assistiram a cenas de exorcismo e curandeirismo.

[...] a religião é justamente a atividade humana que melhor acusa as tensões subjacentes numa sociedade, o crescimento vertiginoso da fé pentecostal pode ser tomado como alerta. Um sinal de que válvulas de escape sociais e espirituais mais serenas e construtivas estão emperradas e empurrando para seitas uma multidão de pessoas que não encontram a sua volta outra alternativa.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****) Capa (*****)

(**) As seitas evangélicas multiplicam os fiéis e armam seu lance mais ousado: a conquista da televisão e do rádio.

(***) O envelope de arrecadação da Igreja de Edir Macedo: seis opções de donativos para a seita.

(***) Campanha da Igreja do Reino dos Céus, de Belo horizonte: venda de orações e óleos aos incautos.

(***) O momento de êxtase num culto pentecostal no Rio de Janeiro: fé cega nas ordens do pastor.

(***) O poder da fé e do dinheiro.

(***) O papa no México na semana passada: apelo à Virgem de Guadalupe

(****) Curandeirismo

(****) Culto do Absurdo

(*****) Guerra Santa – Com quarenta estações de rádio, quatro emissoras de televisão e 16 milhões de adeptos, a fé evangélica explode no país e assusta a Igreja Católica

Edição 1415 de 25 de outubro de 1995



PROTOCOLO DE ANÁLISE

Edição 1415 - 25 de outubro de 1995



À redação

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Reino da Mídia_Foram cenas grotescas com o bispo beócio desafiando os mais comezinhos conceitos de bom senso: ele queria que a estátua reagisse, que os espectadores acreditassem que estava vencendo?

De outro lado, está um crente fanático nos dotes do Espírito Santo, pregador ardoroso e carismático.

Desde o pequeno templo onde antes funciona uma funerária, em 1977, até os cultos gigantescos em estádios de futebol, a retórica belicista do bispo Macedo investe contra as forças do demônio e deixa siderados os fiéis. Preso em 1992, ele soube explorar o complexo de perseguição aos evangélicos ao se apresentar como vítima de um imenso complô católico.

No programa *Palavra de Vida*, transmitido ao vivo pela TV Record, o bispo Sérgio Von Helder falando feito uma matraca, suando como uma fonte, tinha uma estátua de Aparecida ao seu lado e com microfone na mão dizia que ninguém devia acreditar em seus poderes divinos.

Para provar a veracidade do que dizia Von Helder bateu na imagem 22 vezes – doze vezes com o pé e dez vezes com a mão. Como a escultura não reagia aos tabefes, o bispo esperava convencer sua platéia de que não havia razões para temê-la, tampouco adorá-la.

Mas é possível encontrar um terceiro e grande motivo para tanto barulho.é o fato de que quem mexeu com a Igreja Católica não foi uma seita de fundo de quintal, mas a cada vez mais poderosa Igreja Universal do reino de Deus.

Fundada em 1977 pelo bispo Edir Macedo e outros três evangélicos, a Universal nasceu da costela de outra igreja, a Nova Vida criada no país por um missionário canadense. Nove anos depois da fundação, o bispo Macedo já era o único papa da igreja, com domínio total sobre tudo.

Nunca parou de crescer, mas só despertou a atenção em 1989, quando comprou a TV Record, por 45 milhões de dólares. Até líderes de outras igrejas pentecostais ficaram

<p>impressionados com a riqueza da Universal e a voracidade com que se propunha a formar um império na área de comunicações. A primeira aquisição foi a Rádio Copacabana, em 1984. Mas foi de lá para cá, a Universal é o reino da televisão.</p>
<p>Os pastores da Universal dispõem de inteira liberdade para atuar. Não há hora certa para cantar, rezar, exorcizar os demônios dos crentes ou para convidá-los a dar dinheiro. Com isso, funcionam como animadores de um show, falam alto, correm de um lado a outro do palco e promovem o espetáculo medindo a temperatura da platéia.</p>
<p>Para os adeptos da igreja, o planeta está tomado por demônios. É o que pregam os pentecostais, surgidos a partir de um racha dos metodistas, no início do século.</p>
<p>Na Universal, não há pregador que faça sucesso do que o bispo que chutou a estátua de aparecida. Sérgio Von Helder (...) ao falar só falta fazer a terra tremer. Em seus cultos como um animador de programa de auditório, corre de um lado para o outro no altar, gesticula freneticamente, aponta para todos os cantos do templo, olha para cima, vira os olhos para o chão, sua em bicas, empapa a camisa e termina o trabalho como se tivesse corrido uma maratona, de tão esbaforido.</p>
<p>Na eleição presidencial, foram capazes de subir aos púlpitos para garantir que o diabo usa barba, numa referência a Lula, do PT. Mais do que um sentimento anticomunista que embalam, os adeptos de Macedo tinham medo, mesmo, é de assistir ao triunfo eleitoral de um partido identificado com a Igreja Católica. Com essa visão de mundo tosca, a Igreja Universal seria apenas mais uma seita na paisagem brasileira.</p>
<p>A igreja Universal cresce porque oferece o reino dos Céus na terra. Oferece saúde, prosperidade material e felicidade já. Ela, muito justificadamente, tem fama de pronto-socorro espiritual, de se apresentar como uma agência de cura, milagreira e manipuladora.</p>
<p>(...) montou a igreja mais barulhenta do Brasil. Saiu do nada para ser bajulado por políticos em tempo de eleição e perseguido, processado e caçado durante o resto do tempo.</p>
<p>O time de pastores o admira de tal forma que segue à risca o modelo do chefe e líder. Falam como ele, sejam paulistas, baianos, gaúchos. Todos os missionários da Universal arrastam o “r” como um típico fluminense de Rio das Flores, pequeno município onde o sumo sacerdote neopentecostal nasceu.</p>
<p>Mesmo pregadores com bastas pilosidades cultivam o hábito de jogar madeixas das laterais da cabeça para o cocuruto. Em Macedo é um truque para ocultar a calvice. Nos pupilos a tentativa de ser tal e qual o mestre. Até o gestual é semelhante.</p>
<p>Os adversários do bispo gostam de explorar essa dualidade para acusar a Universal de grande farsa e explorar a boa fé dos humildes. (...) Tais ataques levaram o bispo Macedo a amargar onze dias de prisão em 1992 nos quais ele se portou como um mártir do cristianismo a denunciar a hipocrisia dos fariseus. Vem daí o poder de siderar fiéis.</p>
<p>Esqueça-se por alguns instantes a pregação de Jesus (“É mais fácil um camelo passar pelo buraco de uma fechadura do que um rico entrar no Reino dos Céus”) para que se faça um mergulho na Teologia da Prosperidade professada pelo bispo. É ela que dá</p>

consistência e unidade às duas faces do líder da Universal.

Mão frouxa_Fortuna que não aliviou seus problemas físicos. (...) Deve ser difícil para um homem vaidoso, como Edir Macedo, sempre de terno e gravata, que usou peruca durante seis meses para ocultar a calvície conviver com problema congênito nas mãos, extremamente branca. Ao apontar, o bispo sempre o fez com dedo médio, aquele usado para ofender as pessoas. Isso não o impede de segurar o microfone nos cultos, mas fica estranho quando ele aponta e faz muito isso quando prega para platéias. Inimigos do bispo (quais?) tiram proveito disso. Um pastor rival (Quem?, quando?) chegou a descrever: “O bispo pega na mão de maneira frouxa e furtiva, como um covarde. Não aperta”. Como poderia?

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Com um império de comunicação e soldados xiitas, a Universal foi montada na hora certa.

Os fiéis que incorporam os demônios mais agitados são levados para o palco. Ali os pastores entrevistam o demônio e desafiam-no aos gritos: “Sai, Exu! Sai, Satanás!” quem entra num templo durante essa histeria coletiva tem a impressão de chegar a um hospício numa hora de rebelião furiosa. Além de ser uma atração, a coisa faz sucesso.

Nas capitais o local do fermento está na periferia, não no bairro dos Jardins, em São Paulo, ou na beira da Vieira Solto, no Rio.

(...) Todos eles freqüentam a igreja e também aos apelos frenéticos feitos pelos pastores para que dêem dinheiro. Enquanto os de fora encaram isso como ignorância dos fiéis, ou exploração da miséria pelos pastores, quem está dentro sabe por que desembolsa dinheiro. “É preciso entender que as pessoas que estão lá têm um retorno”, afirma a socióloga Maria das Dores.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(*) Ele é um milagre_Empresário nato e pregador brilhante, Edir Macedo veio do nada para arrastar milhões.

(**) Reino da Mídia

(**) Entrevista com o demônio

(**) O bispo que arrebenta Von Helder é um pregador do barulho

(**) O chute: santa e Padre Cícero

(***) Show: “Se você tem dinheiro na bolsa e não quer ar, é o diabo”

Edição 1421 de 6 de dezembro de 1995



PROTOCOLO DE ANÁLISE

Edição 1421 - 6 de dezembro de 1995



Morris Kachani – correspondente em Los Angeles

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igreja e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Para a TV Globo, Edir Macedo é o inimigo a combater e, para a Igreja Católica é o concorrente que assusta.

Para os pastores e bispos que animam multidões em 2500 templos, Edir Macedo é a encarnação do todo-poderoso em mais de um sentido.

Ester (...) É uma primeira-dama de envergonhar as feministas amigas de dona Ruth Cardoso. “Sou submissa a ele, como aprendi a ser. Minha maior preocupação é não atrapalhar”, diz.

Ele próprio já foi processado por charlatanismo, contrabando, curandeirismo e lavagem de dinheiro. Jamais foi condenado. Em 1992 chegou a amargar onze dias na prisão preventiva. Segue impávido na obra.

(...) Famoso por causa de seu pontapé numa imagem de Nossa Senhora. Von Helde foi passar uma temporada ao lado do bispo, antes de retornar ao país, onde terá de prestar contas à Justiça. Edir Macedo tinha conselhos a dar ao bispo do chute.

Com a *Bíblia*, o bispo narra seu encontro com Deus: “Mais gostoso do que o gozo de homem e mulher”.

Inseparáveis: Ester acompanha o marido nos cultos, nas reuniões e em casa. Numa dá um palpite. “Sou uma esposa submissa”, diz. Macedo é seu marido e pastor. Ela é a primeira-dama da Universal. Casado há 24 anos, o bispo assim define os laços: “Sem Ester, eu viro um legume”

“PERRDONA”_O botafoguense Edir Macedo sobe ao púlpito e se transfigura. Saca do bolso seus óculos de 2 graus em cada lente – miopia. Depois, baixa ligeiramente a cabeça e projeta os olhos para frente, que ficam semicobertos pelas sobrancelhas. O efeito chega a assustar os desprevenidos. Lembra o aterrorizante Jack Nicholson no filme *O Iluminado*.

Para si próprio, o bispo é, ao mesmo tempo, “um monte de estrume” e um “iluminado de Deus”.

Além da oratória o bispo tem um dom a mais. O teatral.

<p>Quando toca no nome de Jesus, seu corpo se contrai e num movimento que os presentes entendem como sinal de profunda excitação, ele fica andando sem parar pelo palco. (...) A voz faz rodeios dramáticos que lembram o locutor Gil Gomes.</p>
<p>Mais do que a calvície ou a verruga que fica abaixo do lábio, o que marca o bispo são as mãos. Seus dois dedos indicadores são finos da espessura de caneta. Os polegares um pouco mais grossos. Mexem pouco. Articulados mesmo só os outros três dedos. O problema de Macedo é hereditário. Sua avó tinha só três dedos em cada mão. O bispo convive com o defeito desde criança, o que lhe valeu traumas e uma timidez característica.</p>
<p>A Igreja Universal cresce porque oferece o reino dos céus na terra. Oferece saúde, prosperidade material e felicidade já. Ela muito justificadamente, tem fama de pronto-socorro espiritual, de se apresentar como uma agência de cura, milagreira e manipuladora. Só que também é mais que simples manipulação. “É uma igreja capaz de mobilizar uma parte da população que estava marginalizada”, diz.</p>
<p>Edir Macedo provoca delírios entre seus fiéis, mas observando com frieza, conclui-se que o próprio bispo também delira. Não há nada de errado em seu costume de criticar a Igreja Católica – todas as seitas e religiões antes mesmo da <i>Bíblia</i> ter sido escrita, só puderam prosperar competindo com as crenças que existiam anteriormente. Não é bonito mas faz parte do jogo.</p>
<p>Ele gosta de se apresentar como uma vítima de conspiração católica mundial, que além de persegui-lo, nas horas vagas se ocupa em produzir todas as mazelas do planeta.</p>
<p>O bispo gosta de fazer o perigoso exercício de convocar o demônio quando isso lhe convém. No seu discurso quem não está ao lado da Igreja Universal é um aliado automático do inferno.</p>
<p></p>
<p>A guerra entre Deus e o diabo é o núcleo da pregação da Universal. Com isso, seus pastores e bispos mantêm um pé no medievalismo, e justificam assim tudo o que consideram ser bom ou ruim.</p>
<p>Na eleição presidencial, foram capazes de subir aos púlpitos para garantir que o diabo usa barba numa referência a Lula, do PT. Mais que um sentimento anticomunista que embalam, os adeptos de Macedo tinham medo, mesmo, é de assistir ao triunfo eleitoral de um partido identificado com a Igreja Católica. Com essa visão de mundo tosca, a Igreja Universal seria apenas mais uma seita na paisagem brasileira.</p>
<p>Ao acusar a Igreja Católica e outras religiões de ser organizações apenas ocupadas em ganhar dinheiro, o bispo ignora um elemento que esta presente, em princípio, em todas as crenças – a fé. Uma pessoa que resolvesse estudar o bispo Edir Macedo com os mesmos argumentos que ele aplica a seus rivais chegaria a conclusões desagradáveis. Iria pensar que o bispo fez Campanha para Fernando Collor em 1989 e Fernando Henrique em 1994 apenas por interesses mesquinhos e vis.</p>
<p>Poderia achar que ele estava interessado em bajular o governo manipulando os votos de seus fiéis para continuar ganhando novas concessões de rádio e TV e dessa maneira pagar bons salários, viagens ao exterior e mordomias em geral para seus apaniguados.</p>

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

A platéia em sua maioria hispânica, levantam-se clamores a Deus. Pede-se de tudo, mas principalmente o famigerado Greencard, documento que autoriza residência e trabalho permanente nos Estados Unidos.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo(**), na legenda fotográfica(***), Retranca(****), Capa(*****)

(*) Fanático e Muito Rico

(**) Morando nos Estados Unidos há nove anos, Edir Macedo caça fiéis com uma boa oratória, muito senso teatral e um discurso no limite da paranóia.

(**) “Sou o estrume do cavalo do bandido” O fundador da Universal diz que tem vaga reservada no Reino de Deus, mas reconhece que não é nenhum santo

(****) “Perrdona” (...) Sua pronuncia é um legítimo portunhol carioca. O “perdona”, na sua voz se transforma em “*perrdona*” (sotaque carioca), “Cristo” vira “*Crischito*”.

Edição 1502 de 2 de julho de 1997



PROTOCOLO DE ANÁLISE

Edição 1502 - 2 de julho de 1997



Andrea Barros e Laura Capriglione

Com reportagem de Franco Iacomini, de Curitiba

Manoel Fernandes, de Salvador e

Virginie Leite, do Rio de Janeiro

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Um rebanho ordeiro trabalhador, que vem galgando a pirâmide social com velocidade assombrosa.

É um fenômeno que se assemelha aos épicos bíblicos-hollywoodianos: milhões de figurantes, novos apóstolos, canastrões, parábolas de sofrimento abissais antes da conversão; glórias e prazeres depois.

Esse processo de conquista de almas já foi interpretado como puro fanatismo, exploração de gente humilde por espertalhões, desqualificado por boçal e vítima dos preconceitos mais pitorescos. Na versão mais sofisticada, a acrítica atribuiu aos novos fiéis a pecha de fundamentalistas.

[...] Exatamente essa parcela de brasileiros muito pobres, entre os quais se inscrevem os 19 milhões de analfabetos, é alvo privilegiado da pregação pentecostal.

Diferentemente da Igreja Católica, com templos cravados nos lugares centrais de cada cidade, os evangélicos se enfiam nos bairros em formação, em bocadas miseráveis, em favelas encarrapitadas em morros. Essa logística de ocupação das grandes cidades produz o milagre da multiplicação dos templos, que dá a impressão de que eles estão em todo lugar. E estão mesmo. “Onde tem Coca-Cola, Correios e Bradesco, tem Assembléia de Deus”, ironiza Wellington.

“Em vez do ascetismo, agora pregam o hedonismo. Em vez de opor-se ao mundo – antes considerado ninho de pecados –, agora querem integrar-se radicalmente a ele. Adaptaram-se e geraram o maior vetor de acomodação social da atualidade”, avalia Ricardo Mariano, sociólogo da USP.

“Dinheiro, saúde e felicidade”, prega sem peias o bispo Edir Macedo, “são a prova da benção divina”. E basta o fiel testar o merecimento dessa benção ao fazer “apostas” com Deus, na forma das “ofertas em dinheiro”. Se Deus acreditar na sinceridade do ofertante, dizem os pastores, concederá a graça desejada.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
[...] Caio Fábio D´Araujo Filho, pastor da Igreja Presbiteriana Bethânia, que aos 42 anos, se firmou como símbolo de algo que os amigos chamam de “evangélicos éticos” [...] “evangélicos chiques”.
É um fenômeno que se assemelha aos épicos bíblicos-hollywoodianos: milhões de figurantes, novos apóstolos, canastrões, parábolas de sofrimento abissais antes da conversão; glórias e prazeres indivizíveis depois.
[...] Na versão mais sofisticada, a crítica atribuiu aos novos fiéis a pecha de fundamentalistas. Nada mais errado. Tantas almas foram ganhas para o “Deus vivo” – professado sempre aos gritos pelos evangélicos neopentecostais em cultos mais estridentes que uma apresentação de Carla Perez.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo(**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(****) “A perua de Deus”
(***) “Onde tem Coca-Cola e Correios tem Assembléia de Deus”: cultos em todo canto
(**) O queridinho dos intelectuais
(***) Silva: oficina nova graças aos “irmãos” da igreja que antecipam os pagamentos

Edição 1555 de 15 de julho de 1998



PROTOCOLO DE ANÁLISE
Edição 1555 - 15 de julho de 1998



Samarone Lima e Roberta Paixão

Com reportagem de Sandra Brasil, de Brasília,

Luis Ferreira, de Recife

Andréa Vendramini, de Curitiba

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

“Aleluia irmão. Que a paz do Senhor te acompanhe”. Quem escuta a saudação do porteiro José Carlos Gregório, um homem corpulento de modos gentis em um edifício da Igreja Presbiteriana de Niterói, não imaginava que ele já frequentou as manchetes de jornais como bandido de grosso calibre.

Batida funk_ Em vez de ritos contritos, as denominações protestantes que mais crescem fazem questão de celebrar cultos frenéticos, não raro animados pela batida funk que os meninos de morro tanto conhecem, em geral em bailes em que se consome muita cocaína.

Há outros fatores que explicam como os evangélicos, com suas Bíblias surradas nas mãos, estão corrigindo vidas tortas.

Somente na Casa de Detenção de São Paulo, o maior presídio da América Latina, com 6.800 presos, já são 1.600 almas que passaram para o exército da fé.

Babel de religiões – O mundo das penitenciárias é um lugar que só se ouve falar quando há massacres, rebeliões ou fugas espetaculares.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

A idéia de que miséria, dependência de drogas ou envolvimento com a criminalidade são fruto de uma força maligna que, uma vez expulsa, não deixa rastros na personalidade é fundamental. “É uma forma de reinventar a própria trajetória de vida. É até melhor do que Freud, porque com Freud você fica com a culpa”, ironiza Regina Novaes. Ao deixar todas as culpas e erros para o passado, esses homens recomeçam a vida como se estivessem novinhos em folha.

A foto dele sentado no chão enquanto discutia com os policiais, foi publicada em todos os jornais. A fera estava presa.

Gordo era um fascinora e hoje é um homem honesto. Foi salvo de uma “vida infernal”, como gosta de dizer, graças a conversão religiosa.

O fenômeno das conversões não se limita ao universo dos bandidos. Na outra ponta do mundo da violência está surgindo uma legião de convertidos que se apega à *Bíblia* e ao Evangelho para enfrentar a criminalidade – são os policiais militares.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo(**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

Nenhuma ocorrência

Edição 1758 de 3 de julho de 2002

PRESIDENCIAVEIS
Como fugir das promessas falsas

Edição 1758 - número 1.758
em 15 - R\$ 7,90 - 3 de julho de 2002

veja
www.veja.com.br

Resumo de
100.000 fôcos em
Belo Horizonte

A NAÇÃO EVANGÉLICA
O maior país católico do mundo está ficando cada vez mais evangélico.
E isso começa a mudar muita coisa no Brasil

PROTOCOLO DE ANÁLISE
Edição 1758 - 3 de julho de 2002



José Edward

Com reportagem de Mauricio Oliveira e

Neide Oliveira

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
(...) as igrejas evangélicas propõe que sua ovelha se afaste do mal e siga um duro código de conduta, oferecendo em troca apoio e reconhecimento por seu sucesso na empreitada.
Enquanto os católicos fazem cerimônias aos santos, estão sempre sob mediação dos padres para conversar com Deus até na hora de se confessar e desconhecem os códigos que regem a burocracia de sua igreja, os protestantes são estimulados a falar diretamente com o Senhor e podem usufruir as recompensas por sua fé enquanto vivem, em vez de sofrer calados e esperar a morte para conferir se tem direito ao paraíso.
“É fácil entender por que os novos evangélicos se entusiasmam.” Esse entusiasmo gera dinheiro, na forma de dízimo, e esse dinheiro, ao se transferir para as mãos de pastores que vêem a religião como um negócio, tem gerado tanto o crescimento de muitas denominações quanto maracutaias, denúncias e investigações.
[...] Lucrar é legítimo, e a fortuna recompensa quem trabalha, reza a inspiração protestante.
[...] O caso mais notório é o do bispo Edir Macedo, fundador da bilionária Igreja Universal do Reino de Deus. Para erguer seu império, Macedo vendeu até cornetas de torcida organizada como se fossem instrumento divino para derrubar as Muralhas de Jericó.
Várias igrejas evangélicas têm departamentos para atrair gente rica e famosa. A quantidade de colunáveis convertidos mostra que a estratégia é um sucesso.
Na política, os evangélicos são um trator. [...] Se o terreno para as conquistas é o Parlamento, nada mais natural para os evangélicos do que ir até lá pegar seu quinhão.
Como em todos os grupos humanos, há pecado também pecado entre os evangélicos.

Na área da mídia eletrônica, há um verdadeiro império evangélico país afora.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Dedé Santana [...] desde que se tornou evangélico, há oito anos, transformou-se em verdadeiro globe-trotter da causa.

Pôr um terno para freqüentar o culto, levar a *Bíblia* embaixo do braço e ser visto como um modelo de honestidade, para esses crentes pobres, é alcançar pelo menos um pedaço do paraíso da cidadania.

Mas o modelo não se aplica somente aos pobres. Na própria raiz o protestantismo possui a fórmula para pacificar o espírito de quem tem ou persegue a riqueza – numa contraposição à máxima católica de que é mais fácil um camelo passar pelo buraco de uma agulha que um rico entrar no reino dos céus.

A igreja Vida Nova, de São Paulo, é freqüentada por Iris Abravanel, mulher do homem do SBT, Silvio Santos, e por suas quatro filhas. “Igreja não é só para pobre e ignorante”, diz a pastora e primeira dama da igreja, Ivonne Muniz.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo(**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

Nenhuma ocorrência

Edição 1964 de 12 de julho de 2006



PROTOCOLO DE ANÁLISE
Edição 1964 - 12 de julho de 2006



Camila Pereira e Juliana Linhares

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

[...] o pastor Romildo Ribeiro Soares, conhecido como R.R. Soares, e o bispo Edir Macedo. Juntos, eles fundaram a Universal do Reino de Deus e lotaram estádios com seus brados de cura e suas performances exorcistas.

Na tentativa não de abrir portas para o neopentecostalismo nascente, alguns pastores acabaram por arrobá-las.

O Deus que pregam os telepastores da segunda geração não tem na ira sua característica principal. Tampouco cultiva o hábito de espreitar as carteiras de fiéis à procura de tostões secretamente sonogados, como sugeriam, ameaçadores, muitos pastores defensores da tese de que uma boa graça tem seu preço.

Em ritmos que vão de baladas românticas a animadas canções pop, as letras falam de um Deus bom, que ama a todos e oferece proteção. Nenhuma referência ao demônio ou ao mau-olhado, comuns no receituário dos superpregadores. Filha do pastor Márcio Valadão, que preside a Igreja da Lagoinha há 35 anos, Ana Paula começou a cantar em hospitais, festas familiares e no coral da igreja.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Nenhuma ocorrência

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo(**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(**) Com menos ênfase no sobrenatural e mais investimento em técnicas de auto-ajuda, a nova geração de pregadores evangélicos multiplica o rebanho protestante e aumenta a sua penetração na classe média

(***) Rebanho que cresce_Evangélicos na Marcha para Jesus, evento que reuniu 3

milhões de pessoas em São Paulo em junho
(***)Velha-guarda_Decano dos televangelistas brasileiros, o pastor R. R. Soares está há mais de 25 anos no ar
(***) Sandy dos evangélicos_A pastora e cantora batista Ana Paulo Valadão, entre o pai, Márcio (à esq.), e o irmão André: show para um 1 milhão de fiéis
(***) Fé sobre as ondas_Rinaldo Pereira, fundador da Church Bola de Neve: entre pranchas de surf (acima) e pregando para a “galera”
(***) “Casamento é como conta bancária”_ “Só saca quem deposita”, diz o pastor Silma Coelho
(***) Campeão de vendas_Silas Malafaia, que vende 1 milhão de CDs e DVDs de pregação: “Naquilo que o homem pode resolver, Deus não move uma palha”

Edição 2126 de 19 de agosto de 2009



PROTOCOLO DE ANÁLISE
Edição 2126 - 19 de agosto de 2009



Laura Diniz

Marcelo Marthe

Adriana Dias Lopes e Fábio Portela

Diogo Schelp

Com reportagem de Kalleo Coura

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva

Com base numa investigação de dois anos, o MP afirma que Macedo e seu grupo se converteram em uma organização criminosa ao usar doações de fiéis para engordar seu patrimônio.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Há 32 anos os templos da Igreja Universal do Reino de Deus recebem ricos e pobres, crédulos e descrentes, doentes, despossuídos e desesperados

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(***) AGORA, RÉU Fundador da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo é acusado de formação de quadrilha e lavagem de dinheiro.

Edição 663 de 25 de maio de 1981



PROTOCOLO DE ANÁLISE

Edição 663 - 25 de maio de 1981



Marco Antônio Resende

Correspondente em Roma

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
Em seu hábito branco imaculado, de pé sobre o jipe papal que todas as quartas-feiras circula lentamente entre as importantes colunas de Bernini a vista dos fiéis, o papa era alvo esplêndido. Inatingível no espiritual e intocável no pessoal, ele veio a ser um alvo tragicamente vulnerável ao terrorismo terreno.
Afinal, como disse o reverendo americano Miles Riley, da arquidiocese de San Francisco, “quando alguém atira num presidente, está ferindo um país, mas quando atira num papa, está ferindo o povo”.
Stanislaw escolhe as roupas que o papa deve vestir e fiscaliza seus detalhes, entregando pontualmente os textos de discursos e homilias, e jamais se esquece de carregar a tiracolo medalhinhas que João Paulo distribuiu aos fiéis. É ele quem recebe – e imediatamente camufla – presentes oferecidos ao chefe da Igreja Católica.
(...) a Cúria Romana – o aparato administrativo que regula a vida no Vaticano. Embora a lei canônica não tenha nenhum dispositivo referente a um substituto quando o papa fica incapacitado – há previsões apenas em caso de morte ou viagem ao exterior -- o Vaticano reagiu ao afastamento temporário de seu chefe com uma compostura invejável.
Amigo pessoal de João Paulo II, que seu pontificado, Casaroli, aos 66 anos de idade, desempenha na Cúria Romana um papel que supera amplamente os limites formais de seu cargo de secretário de Estado e segundo no comando do Vaticano.
Na verdade, para todos os efeitos práticos, o cardeal Casaroli estará dirigindo o governo da Igreja, com sua prodigiosa capacidade de trabalho enquanto o pontífice estiver incapacitado – e ninguém ainda sabe ao certo quanto tempo isso vai demorar.
Algumas atribuições do papa, contudo, permanecerão em suspenso durante sua convalescença. A crucial revisão do Código Canônico cai nessa categoria. Há mais de dez anos em fase de preparação, terá de aguardar a aprovação de João Paulo II para

entrar em vigor.
(...) mesmo que João Paulo II venha a recuperar totalmente seu extraordinário vigor físico e força pessoal, e retome com rapidez suas viagens de peregrino e sua pregação da fé, a imagem brutal de seu corpo baleado não desaparecerá tão cedo da consciência do mundo.
Mais de trinta papas na rica história da Igreja tiveram morte não-brutal, a começar pelo próprio São Pedro, e o Vaticano é o Estado que mais chefes perdeu em assassinios: nada menos que vinte, em quase 2000 anos de existência.
O criminoso, na ocasião, acabou sendo imobilizado pela figura robusta e ágil do bispo americano Paul Marcinkus, que mais tarde viria a ser o guarda-costas perfeito de João Paulo II.
Esse esquema é acionado para garantir a circulação de personalidades de relevo – mas o papa, além de pertencer a tal categoria, é um pastor que não admite barreiras humanas entre ele e seu rebanho.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

(...) e atraem os sucessivos disparos das máquinas fotográficas carregadas pelas procissões de turistas.
Muito menos cautelosa, a Santa Sé já avisou que o papa não interromperá seus contatos com a multidão.

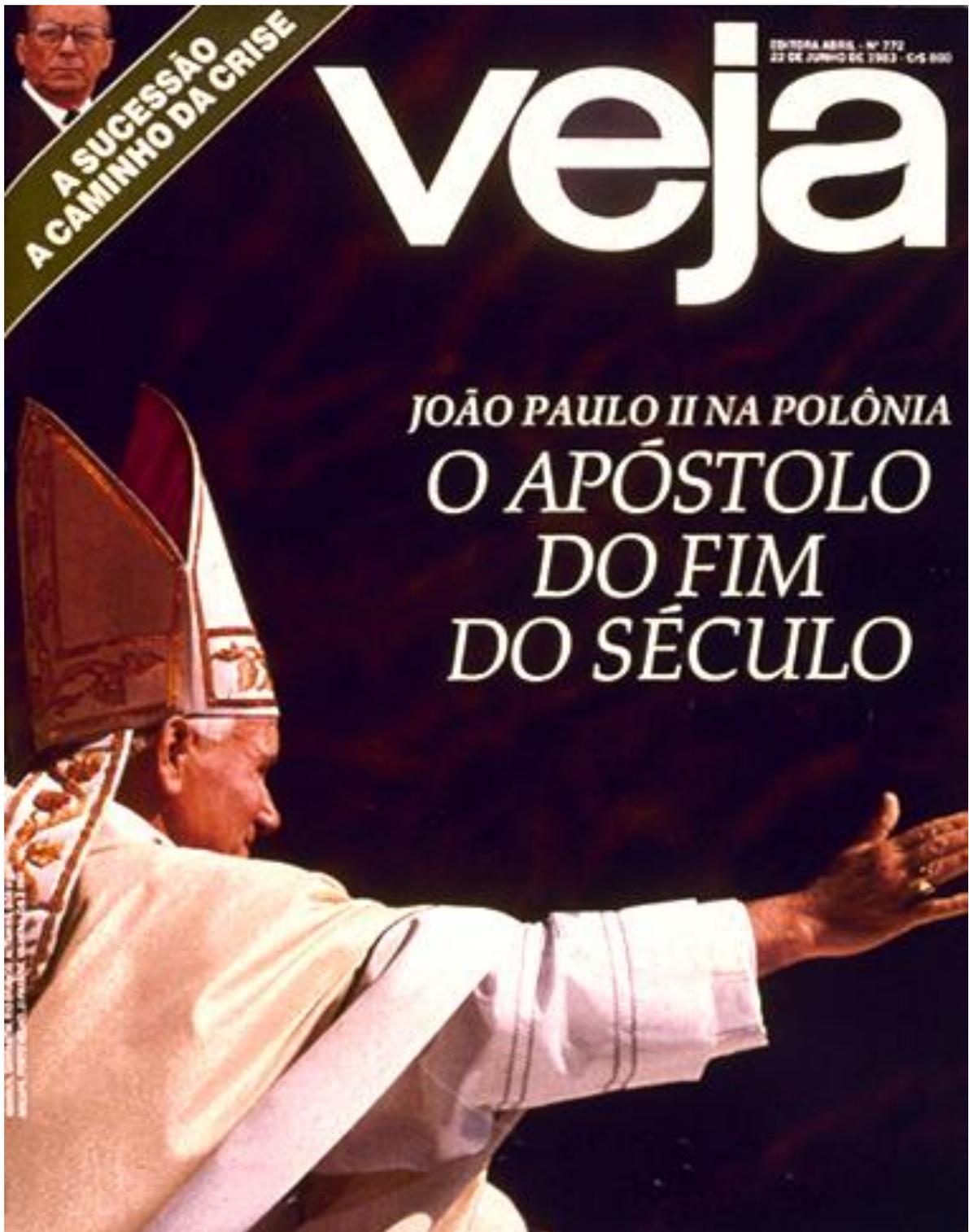
3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo(**), na legenda fotográfica(***), Retranca(****), Capa(*****)

(**) Um mito fulminado
(**) A valentia do pastor ferido
(**) O risonho peregrino

Edição 772 de 22 de junho de 1983



PROTOCOLO DE ANÁLISE
Edição 772 - 22 de junho de 1983



À redação

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
Para os 35 milhões de poloneses, contudo, todos os instantes de João Paulo II em solo pátrio são igualmente preciosos.
Mas acima disto tudo está “um homem de fé , de fortíssima fé, quase infantil”, como a definia o velho primaz da Polônia, cardeal Stephan Wyszynski – uma força mística na natureza, que não iria à Polônia nem a parte alguma se não fosse para pregar sua doutrina aos homens que, crê ele, são o centro do Universo, feitos a imagem a imagem e semelhança de Deus.
Neste século, que para o Vaticano se abriu com a esplendorosa coroação de Pio X usando uma tiara ornada por 529 diamantes, 252 pérolas, 32 rubis e dezenove esmeraldas, todos os papas cancelaram seu currículo com uma passagem pela Secretaria de Estado – órgão diplomático e essencialmente político da Igreja.
Carisma Universal_Repousa assim sobre os ombros de Karol Woityla, desde sua coroação em outubro de 1978, não só a carga de ser o primeiro papa não-italiano em mais de quatro séculos como também o de ser o primeiro cuja percepção da política não acadêmica.
Este pontificado móvel inaugurado por João Paulo II tem suas armadilhas. Quando a viagem vem revestida de um manto essencialmente pastoral, como as visitas ao Brasil, França ou África Negra, o resultado é importante e arrebatador.
Para fazer ouvir sua voz de pastor, João Paulo II teve de gritar como um político. Para se fazer ver, teve de subir num palanque onde murais dos heróis da revolução sandinista conseguiram esmagar sua figura habitualmente grandiosa.
Foi a resplandecente visibilidade de João Paulo II nos quatro cantos do mundo que ajudou a traçar, com mais segurança, o seu perfil de pontífice, no qual sobressaem algumas características básicas. João Paulo é autoritário, direto, sublima o poder da oração e encarna pessoalmente a instituição que representa. No fundo disso tudo, a sua marca indelével – ele é um polonês que é papa, e não o inverso. Trata-se de um chefe incontestável, sem as profundas dúvidas que corroíam o espírito fino de Paulo VI, nem a personalidade paternal de João XXIII ou a vocação de Pio XII para o isolamento.

Naturalmente, todo papa é um monarca absoluto, mas o que distingue Wojtyla de seus antecessores é o seu lado mais executivo, mais semelhante a um presidente de uma grande companhia, que comanda de forma moderna e faz com que os subordinados executem o que ele quer.

“Esse papa polonês exige uma unidade no pensamento teológico da Igreja, por que a sobrevivência da Igreja da Polônia só foi possível graças à sua inquebrantável união e oposição em bloco a todos os invasores e opressores”, interpreta o especialista Kenneth Briggs.

O raciocínio de João Paulo II é cristalino quando condena a participação político-partidária dos padres.

Munido de relógio digital para controlar o tempo material, o apóstolo João Paulo II mergulha com mais intensidade e em sua missão salvadora, após o atentado.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Nenhuma ocorrência

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo(**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(*) O guerreiro da fé

(****) Carisma Universal

(***) Com Arafat (acima), Galtieri (ao lado), ou falando para o mundo na *ONU* (abaixo): na percepção popular, um líder mais importante do que Reagan ou Andropov

(****) Chefe executivo

(***) No avião do papa, a devoção à padroeira da Polônia

(***) Marcharski: uma ascensão fulgurante

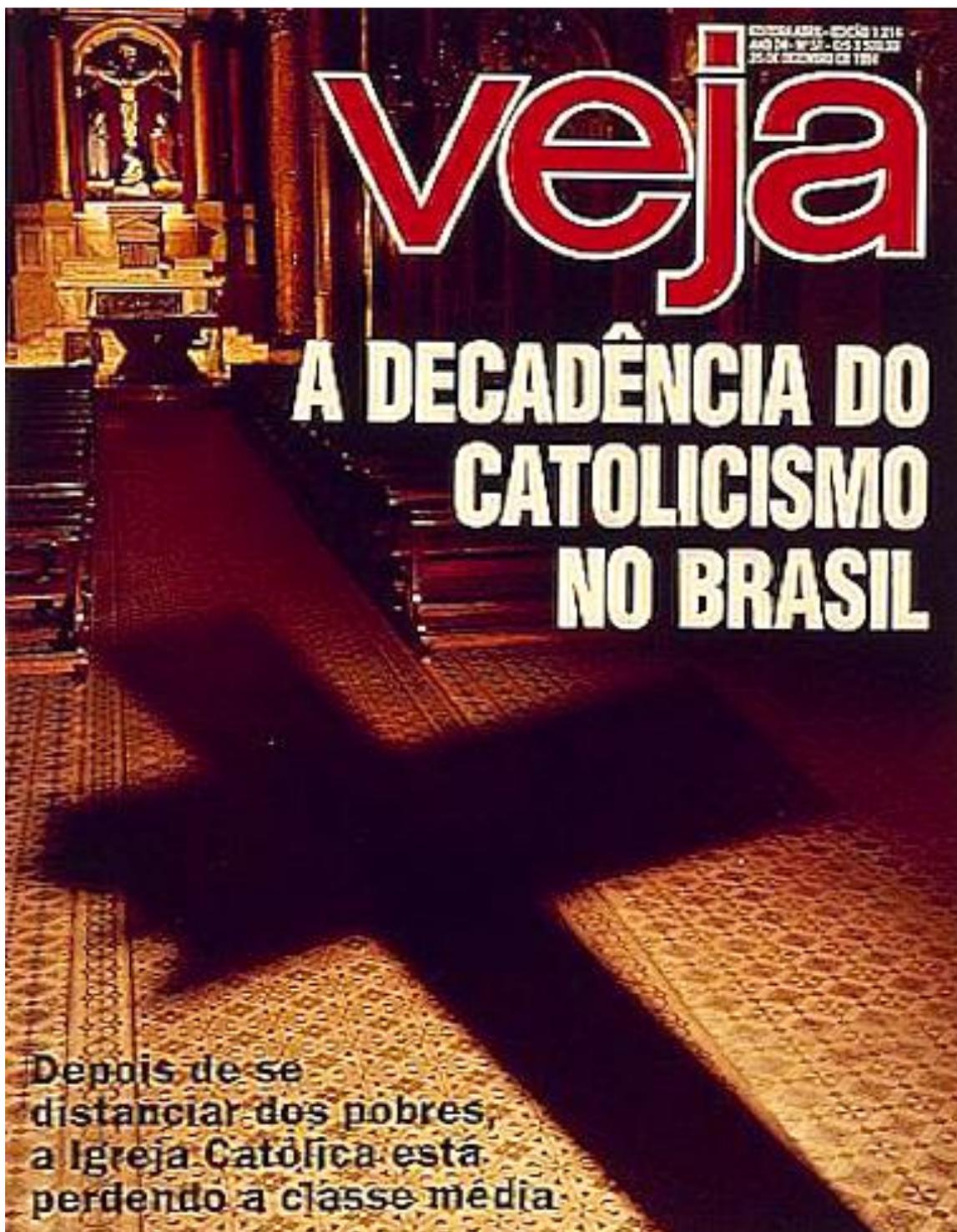
(****) Estilo americano

(***) O franciscano Kolbe (acima) e o carmelita Kalinowski (ao lado) foram resgatados pelo papa como os santos do século XX.

(****) Grande profecia

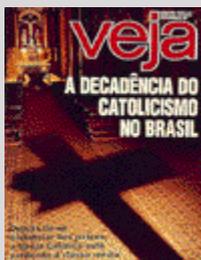
(**) Os homens de ouro de João Paulo II

Edição 1214 de 25 de dezembro de 1991



PROTOCOLO DE ANÁLISE

Edição 1214 - 25 de dezembro de 1991



Eurípides Alcântara

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
As ovelhas mais abastadas também estão se extraviando. É mais fácil um camelo entrar no reino dos céus que um padre se interessar pelas indagações metafísicas dos ricos – mesmo que abra todos os dias as portas do templo para recebê-los em cerimônias luxuosas e caras.
A fratura mais perigosa para a hierarquia católica, no entanto, aquela que estará sendo tema nos sermões de muitas dioceses neste Natal, é a fuga da classe média, o ponto de apoio mais forte da classe média, o ponto de apoio mais forte do catolicismo no Brasil moderno e que a cada dia afasta-se mais da Igreja.
Pecado Mortal_Que não nos ouça a Sagrada Congregação pela Fé, o amigo Santo Ofício, cujos serviços crematórios purificaram pela fogueira as almas enegrecidas de bruxos e hereges na Idade Média.
A igreja não queima mais seus desafetos – embora costume cozinhar em banho-maria ou fritar os dissidentes no mesmo estilo culinário dissimulado dos governos dos homens –, mas considera ainda pecado mortal faltar à missa dominical.
(...) os padres católicos perderam o poder de convencimento sobre seus paroquianos (65% de adeptos das seitas protestantes e evangélicas e do espiritismo já foram católicos) e pregam no vazio quando se dirigem aos gentios (apenas 8% dos novos católicos são evangélicos, judeus ou espíritas convertidos).
Consultar-se com cartomantes e videntes é necromancia, um crime hediondo perante a ortodoxia católica porque fere diretamente o primeiro mandamento: “Amar a Deus sobre todas as coisas”.
Os bispos e padres de esquerda põem a culpa no cura gordo, preguiçoso, de batina engordurada e politicamente conservador que, se pudesse ainda hoje estaria rezando missa em latim e de costas para a assistência.
Os conservadores enxergaram nas atitudes dos religiosos ligados à Teologia da

<p>Libertação o casamento tropical do marxismo com o cristianismo a razão do enfraquecimento da Igreja.</p>
<p>O certo é que na tensão provocada pelo cabo de guerra travado entre as duas correntes políticas da Igreja abriu-se a fenda por onde o rebanho mais pobre fugiu rumo aos templos pentecostais e os mais abastados para os braços dos médiuns espíritas, cartomantes, videntes e tarólogos.</p>
<p>Para ser entendida corretamente, a decadência atual do catolicismo precisa ser vista dessa perspectiva de milhares de anos e de uma abrangência planetária sem precedentes na história das crenças humanas. Há mais católicos no mundo não apenas do que outros cristãos protestantes.</p>
<p>O papado é a mais antiga e duradoura monarquia absolutista do mundo e milhões de pessoas acreditam ainda que o pontífice é o único e infalível intérprete da vontade de Deus. Não se pode entender a História do mundo – sejam suas guerras, conquistas intelectuais, artísticas e científicas – sem o catolicismo.</p>
<p>O que sobra do mármore se se extrair do catolicismo das esculturas de Michelangelo e Bernini? Que significado teriam hoje muitas das composições de Bach, Haydn e Mozart sem a ambientação católica em que foram feitas? <i>A Divina comédia</i>, de Dante Alighieri, que sentido literário teria sem jogo de trevas e luzes arbitradas nela pela fé católica?</p>
<p>(...) No Brasil, o maior país católico do mundo, o refluxo da Igreja de Roma é sentido de forma mais determinada porque desde o dia da descoberta do país pela frota do português Pedro Álvares Cabral a doutrina do catolicismo marmorizou-se de forma indelével em toda a estrutura social do país.</p>
<p>O sociólogo Gilberto Freyre, morto há quatro anos, escreveu em sua obra magistral <i>Casa Grande Senzala</i>, a obra científica brasileira mais distinguida no exterior em todos os tempos (escrita em 1933), que o catolicismo foi o traço de unidade nacional mais forte no Brasil. “Separar o brasileiro do catolicismo é tarefa difícil”, escreveu Freyre. Ele lembra que desde os primórdios da formação do Brasil o catolicismo imperou sobre todas as outras características sociais e étnicas.</p>
<p>Era uma época em que a expressão queixar-se ao bispo significativa, muitas vezes, conseguir a revogação da sentença de um magistrado, por mais alto que fosse seu cargo. “Os bispos poderiam avocar a si as pendências, reformá-las e castigar os magistrados”, escreveu o jurista espanhol Sempere y Guarinos num livro sobre o poder do catolicismo no mundo nos séculos XVI e XVII.</p>
<p>Veneno Filosófico_Ao longo da vida brasileira imperial a Igreja só fez se fortalecer. Teve escravos, terras e títulos de nobreza desfrutados à sombra da riqueza dos engenhos de cana-de-açúcar. A instalação da República e a separação oficial do Estado, com o conseqüente corte dos proventos pagos a bispos e padres, coincidiu com a primeira grande crise do catolicismo: o perigo do positivismo, o modismo intelectual da época que afastou da Igreja as melhores inteligências. Lentamente, a Igreja Católica se recompôs e, animada por uma sucessão de papas esclarecidos, deitou novamente raízes na alma dos brasileiros bem pensantes – os mal pensantes ou não pensantes nunca haviam até então saído de baixo da batina do cura.</p>

Durante muitas décadas o Brasil teve uma inteligência católica e pensadores como Jackson de Figueiredo e Alceu de Amoroso Lima que, mesmo conservadores, não foram propriamente reacionários.

Não existe mais um núcleo de católicos de pensadores, pelo menos da forma organizada como o país conheceu em décadas passadas. Um dos sobreviventes isoladas dessa corrente é o ministro da Economia, Marcílio Marques Moreira.

“O catolicismo insiste na pregação ética elevada, na idéia de comunidade e de solidariedade. Não é porque algumas pessoas tratam a religião como um produto descartável que a Igreja Católica deve se jogar nesse ciclo comunista. Atualmente as pessoas pegam uma crença aqui, outra ali, de acordo com o que lhes interessa.” Hortal acusa, por exemplo, o pentecostalismo de ter transformado num supermercado da fé que, além da contribuição em dinheiro dos fiéis, não exige nenhuma adesão formal a princípios de conduta ética cristã.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

A Igreja Católica vem perdendo o rebanho dos pobres para seitas evangélicas, que incham na mesma proporção assustadora da urbanização do país.

As ovelhas mais abastadas também estão se extraviando.

Os padres católicos perderam poder de convencimento sobre seus paroquianos (65% de adeptos das seitas protestantes e evangélicas e do espiritismo já foram católicos) e pregam no vazio quando se dirigem aos gentios (apenas 8% dos novos católicos são evangélicos, judeus ou espíritas convertidos).

Quando trata de traçar as estratégias de retomada de fiéis, a Igreja reconhece que apenas um em cada dez católicos brasileiros cumpre rigorosamente suas obrigações de súdito do trono de Pedro.

A Igreja agarra como pode à pouca massa crítica que lhe sobrou para manter acesa chama do verbo divino.

Além da franca hostilidade com os ricos – e para muitos padres basta não ser miserável, bóia-fria, retirante ou sem-terra para ser considerado rico – religiosos marxistas perderam fiéis aos montes quando se vincularam e as suas paróquias a partidos políticos.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(*****) A decadência do catolicismo no Brasil_Depois de se distanciar dos pobres a Igreja Católica está perdendo a classe média
(*) Fé em desencanto_O êxodo dos católicos de classe média sangra uma Igreja já enfraquecida pelo assédio das seitas evangélicas sobre os pobres
(****) Pecado Mortal
(****) Medo da verdade
(****) Boas respostas
(****) História antiga

Edição 1515 de 1 de outubro de 1997



PROTOCOLO DE ANÁLISE

Edição 1515 - 1 de outubro de 1997



Mário Sabino

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
<p>Bispo de Roma. Vigário de Jesus Cristo. Sucessor do príncipe dos apóstolos. Sumo pontífice da Igreja universal. Patriarca do Ocidente. Primaz da Itália. Arcebispo e metropolitano da província romana. Soberano do Estado da Cidade do Vaticano. Servo dos servos de Deus. Nove são os títulos a pesar sobre os ombros de um homem alquebrado pela doença, de voz balbuciante e andar trôpego que visitará nesta semana o Rio de Janeiro = o polonês Karol Wojtyła, de 77 anos, há dezenove o papa João Paulo II.</p>
<p>Para os milhares de pessoas que assistirão à missa campal no Aterro do Flamengo, ápice do evento, talvez importe mais ver do que ouvir o papa. A maioria dos católicos o considera uma figura admirável, objeto até de intensa veneração, mas não infalível. Ao contrário do que João Paulo II prega com mais veemência do que os papas anteriores, boa parte do 1 bilhão de fiéis da Igreja utiliza camisinhas e pílulas anticoncepcionais, admite em diferentes graus a prática do aborto para evitar filhos indesejados e rompe casamentos que viraram uma cruz a ser carregada.</p>
<p>Incisivo, poliglota e desembaraçado diante das câmaras, o papa ainda contava com uma qualidade suplementar, que poderia facilitar a aproximação com os jovens, essas ovelhas desgarradíssimas: era esportista. Suas performances sobre o esqui não só demonstravam o vigor físico e a jovialidade do pontífice como levaram ao engano de que se tratava do primeiro papa-atleta.</p>
<p>Esqueceu-se que Pio XI, por exemplo, era praticamente um profissional do alpinismo = talvez porque não houvesse televisão nem paparazzi entre 1922 e 1939, período em que ele reinou.</p>
<p>O aproveitamento intenso e calculado dos meios de comunicação aliado à estratégia da peregrinação (1 milhão de quilômetros percorridos mundo afora) fizeram que a imagem de João Paulo II adquirisse uma universalidade superior à do próprio catolicismo. Parafraseando a frase de John Lennon, o papa se tornou mais popular do que Jesus Cristo = ou, pelo menos, mais mediatizado, para usar de um jargão contemporâneo.</p>

Celebrado como o apóstolo do Brasil, terra aonde chegou aos 19 anos, em 1553, e morreu aos 63, Anchieta é também considerado uma figura formadora da História nacional, autor da primeira obra literária produzida em nosso solo, o que lhe dá um apelo extra confessional.

Além da importância histórica e cultural, ele seria um santo bem ao gosto de João Paulo II. Como uma espécie de Madre Teresa de Calcutá do século XVI, o padre José (de Piratininga ou Reritiba) foi um religioso ortodoxo, de fé inquebrantável e incontestáveis atos de caridade. Mergulhados ambos em culturas estranhas, cumpriram ao extremo o voto de pobreza e se dedicaram com desvelo aos doentes, abraçando ao mesmo tempo com inflexível fervor as causas da Igreja. Teresa dirigiu sua maior repulsa ao aborto, José à heresia calvinista = cada época tem seus combates.

A Santa Inquisição, a implacável máquina montada pela Igreja para eliminar, fisicamente se necessário, hereges e dissidentes, já andava por aqui. O peso da mão da Igreja foi sentido no caso mais controvertido envolvendo Anchieta e um dos motivos do atraso em seu processo de beatificação = o do francês Jean des Boulez, conhecido pelo nome aportuguesado de João Bolés. Nas primeiras biografias de Anchieta, escritas pelos próprios jesuítas, consta que Bolés, fidalgo luterano que chegou ao Brasil com Villegaignon, o fugaz conquistador do Rio de Janeiro, acabou executado como herege. Antes, foi convencido por Anchieta a abandonar a prática herética, como a Igreja chamava o protestantismo.

A documentação histórica parece eximir Anchieta de participação na morte de Bolés. Numa de suas cartas, enviada em 1560 ao Geral da Companhia de Jesus, ele menciona um francês muito culto que derramava a "peçonha luterana" sobre o "vulgo imperito" = perfil semelhante ao de Bolés. O tal francês deu um trabalho tremendo aos padres, conquistando ouvintes entusiasmados com sua "sabedoria e eloquência".

O caso Bolés é uma quizília do passado. O que se discute hoje é a ação missionária de Anchieta. O padre jesuíta foi o homem que chamava os índios de "uma gente má, bestial e carniceira".

"Para este gênero de gente não há melhor pregação do que espada e varas de ferro", escreveu. Nos momentos mais radicais de Anchieta, os índios, que "não são sujeitos a nenhum rei ou capitão e por isso comumente recalcitram, porque não há quem os obrigue a obedecer", eram almas a ser conquistadas na marra, literalmente. "Nenhum ou certamente muito pouco fruto se pode colher deles, se a força e o auxílio do braço secular não acudirem para domá-los e submetê-los ao jugo da obediência", escreveu.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Para atenuar um pouco a sucessão de anátemas (malditos, excomungados), decidiu-se que João Paulo II discorreria a respeito da necessidade de a Igreja acolher em seu regaço os fiéis que incorreram no pecado de desfazer um casamento = o que não representa novidade. "Esse acolhimento, que já existe, deverá ser fortalecido", explica dom Eugênio Sales, arcebispo do Rio. "Ele visa ajudar os integrantes de famílias incompletas, especialmente os filhos."

Era essa gente, indecifrável a seus olhos, "de tal forma bárbaros e indômitos que parecem aproximar-se mais à natureza das feras que a dos homens", que vinham converter, dominar, aliciar, subjugar ou escravizar, conforme seus interesses específicos. O de Anchieta era convertê-los, e foi a isso que se dedicou, desde sua chegada ao Brasil, para onde fora mandado com apenas três anos de formação no colégio dos jesuítas por motivo de saúde ==é possível que sofresse de tuberculose osteoarticular.

"Corria o ano de nossa redenção de 1553 e corria ainda, como coisa nova e portentosa entre as gentes, o estranho descobrimento do novo mundo, que aparecera entre o abismo das águas do oceano, povoado de nações sem número de gentilidade, desamparado do socorro evangélico e alheio do conhecimento da fé", escreveu, no início do século seguinte, um dos biógrafos de Anchieta, Simão de Vasconcelos. Daqui não mais saiu até sua morte, mais de quarenta anos depois, já louvado pelas autoridades como Apóstolo do Brasil, pranteado pelos índios "amigos" e cultuado pelo povaréu como milagreiro.

Em sua *Vida do Venerável Padre José de Anchieta*, publicada pela primeira vez em 1672 e baseada em trabalhos anteriores de outros biógrafos jesuítas, Simão de Vasconcelos enumera-os em enorme quantidade. Anchieta, segundo esse relato, fazia revelações e profecias, lia pensamentos, falava com os animais, curava doentes, ressuscitava mortos, levitava, dominava os elementos naturais. As maravilhas transitavam pelo terreno do prosaico até o poético (a invocação dos guarás para proteger os irmãos do sol com suas magníficas penas vermelhas) e o espantoso.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

Nenhuma ocorrência

Edição 1541 de 8 de abril de 1998



PROTOCOLO DE ANÁLISE

Edição 1541 - 8 de abril de 1998



Thaís Oyama e Samarone Lima

Com reportagem de Glenda Mezarobba, de São Paulo

Roberta Paixão, do Rio de Janeiro e Marcos Gusmão, de Belo Horizonte

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
Na tradicional Igreja Nossa Senhora do Brasil, há duas gerações frequentada pela fina flor da sociedade católica paulistana, 300 pessoas rezam alto, choram, batem palmas e cantam a plenos pulmões.
No palco improvisado no salão de festas, um jovem religioso esconjura o demônio, invoca os poderes do Espírito Santo e pede a Deus a "quebra de todo encantamento, amarração e maldição" que possa estar prejudicando a vida dos presentes. Parece um culto evangélico da Igreja Universal do Reino de Deus. E algumas coisas nesse ritual católico são de fato muito parecidas com uma reunião evangélica.
"Edir Macedo" _ (...) A Renovação nasceu em 1967, nos Estados Unidos, e chegou ao Brasil em 1971, pelas mãos do padre jesuíta Eduardo Dougherty. Lá, inspirou-se nos televangelistas. Aqui, manteve fonte muito semelhante, como admite uma das estrelas da Renovação em São Paulo, o padre Marcelo Rossi: "Foi o bispo Edir Macedo quem nos despertou. Ele nos acendeu".
Ordenado há apenas três anos, o padre vem fazendo tanto sucesso com sua performance eletrizante e suas missas ao som de guitarras que há dois meses foi obrigado a trocar a igreja acanhada onde recebia os fiéis no bairro de Santo Amaro por um lugar maior.
Ao contrário do catolicismo tradicional, em que se reza pela vida eterna, aqui o que se pede, entre transe e apelos ao Espírito Santo, é qualidade de vida na terra mesmo. Ao mesmo tempo em que pregam a necessidade do perdão e do testemunho, os padres da Renovação falam em "prosperidade" e "bem-estar". Agora, Deus não só é a favor do patrimônio como zela por ele.
(...) o padre carismático Jorge Hermes falou para 300 fiéis, grande parte dos quais era

<p>aguardada do lado de fora por motoristas a bordo de Mercedes e BMW. Com expressões capazes de arrepiar os ouvidos mais ortodoxos, ele conclamou os presentes a levantar os braços, pedindo que Jesus quebrasse as "maldições lançadas" contra eles e curasse todo "câncer, Aids, falências — sim, falências! —, problemas hormonais e digestivos" que os estivessem molestando. Emocionados, os fiéis repetiam cada frase. Na periferia das capitais, o estilo é o mesmo. Muda, porém, o objeto de referência. Entre os pobres, o que se levanta é carteira de trabalho no momento da bênção. No bairro sofisticado, o que se ergue são carteiras de couro recheadas de notas graúdas.</p>
<p>Missa na butique_Nos bairros ricos do país, a rotina é um pouco diferente: cada grupo tem seu padre preferido — e a maior parte dos religiosos aceita de bom grado fazer o que hoje já se tornou uma coqueluche na agenda da elite: as reuniões e missas <i>privées</i>, celebradas nas mansões das carismáticas ou mesmo em suas butiques.</p>
<p>O padre Fernando Altemeyer, do Vicariato de Comunicação da Arquidiocese de São Paulo e braço direito de dom Paulo Evaristo Arns, diz não ter nada contra os carismáticos. Mas faz suas ressalvas: "Eles são bem-vindos, mas o padre Rossi não". Para o padre Altemeyer, o astro emergente da Renovação "está produzindo uma outra igreja, um catolicismo medíocre. Nem só de aleluia vive o homem", acusa.</p>
<p>(...) o padre José Luiz Jansen Mello, ou padre Zeca, discorda: acha que é de aleluia, sim, e de vitalidade que vive a fé. Ex-garotão da Zona Sul arrebatado das areias do Arpoador pelos carismáticos, ele vem fazendo sucesso entre o público jovem com sua linguagem de disc-jóquei: "Deus é dez", proclama o padre surfista, que, em março, lotou com 8.000 almas a Praia de Ipanema no 1º Encontro Gospel Católico do Rio. "A fé não precisa ser taciturna. A Igreja tradicional, como estava, distanciou-se dos fiéis", afirma.</p>
<p>O amor do pai_Enquanto isso, trata de se capitalizar. (...) Renovação, cujo patrimônio está avaliado em 15 milhões de dólares. Boa parte dessa cifra pode ser atribuída ao empenho do incansável presidente da entidade, o padre Eduardo Dougherty. Filósofo e teólogo com cursos de administração e marketing em Dallas, no Texas, ele chegou ao Brasil na década de 70. Na bagagem, trouxe o fervor católico de Nova Orleans, cidade da Louisiana onde nasceu, e o know-how de telepastores famosos, como Jimmy Swagaart, líder de um rebanho de 3 milhões de fiéis. Com a disciplina de um monge e a obsessão de um executivo, Dougherty fundou a Renovação e foi pavimentando seu caminho.</p>
<p>A associação que montou em Valinhos, a 70 quilômetros de São Paulo, ocupa um terreno de 75.000 metros quadrados e tem 95 funcionários, tudo mantido com a contribuição de fiéis. É lá que se fabrica a linha de produtos do movimento. (...) "O que se faz aqui é alta tecnologia com a força do Espírito Santo. Se Jesus estivesse vivo, estaria usando a TV para evangelizar", afirma o padre Dougherty, quase parafraseando o bispo Edir Macedo.</p>
<p>Em seus 2.000 anos de existência, a Igreja Católica já foi açoitada por imperadores hostis, hordas de bárbaros, cimitarras de maometanos. Venceu. Já enfrentou dissidências mendicantes e fanáticas. Venceu. Já entrou em guerras religiosas contra protestantes e venceu.</p>
<p>É a fé pentecostal, na qual o fiel se relaciona diretamente com Deus, com a bênção do Espírito. Teólogos já vêem no pentecostalismo que se apossa da cristandade (tanto na ala protestante quanto na católica, na forma da Renovação Carismática) uma nova revolução religiosa, tão ou mais possante do que a de Lutero. Trezentos milhões de almas em todo o planeta já se curvaram a ela, promovendo uma reaproximação sem</p>

precedentes entre as duas vertentes do cristianismo. Aleluia!

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Os fiéis da Igreja Nossa Senhora do Brasil pouco têm em comum com a maior parte do público que lota os galpões da Universal na periferia das cidades, como é atestado pelo figurino predominante nessa cerimônia católica (tailleurs Escada e bolsas Gucci podem ser vistos a distância) e pelas esmeraldas expostas nos dedos erguidos em prece — reluzentes como o sobrenome de suas donas: Simonsen, Vidigal, Cabrera e Papa, entre outros.

Na tradicional Igreja Nossa Senhora do Brasil, há duas gerações freqüentada pela fina flor da sociedade católica paulistana, 300 pessoas rezam alto, choram, batem palmas e cantam a plenos pulmões.

A elite brasileira, auto declarada apostólica e romana há cinco séculos, sucumbe aos encantos da Renovação Carismática, movimento que pretende "reenergizar" a fé católica por meio do exercício de dons carismáticos como da cura, do milagre e da profecia, e do culto ao Espírito Santo e à Virgem Maria.

No Rio de Janeiro, o movimento ganhou a simpatia de socialites do quilate de Carmem Mayrink Veiga e Gisella Amaral. Em Belo Horizonte, Zilda Couto e Ângela Gutierrez, de famílias de empresários da construção, engordam o rebanho dos convertidos. Terço de pérola nas mãos, a nata do PIB brasileiro se rende à gritaria do discurso pentecostal da Renovação, que já pode ser ouvido até na capela do Palácio da Alvorada, residência do presidente Fernando Henrique Cardoso, onde funcionários carismáticos se reúnem todas as terças-feiras para rezar.

Só Brasília tem hoje 10.000 fiéis, muitos da elite local. Áurea Caixeta de Oliveira, por exemplo, aderiu ao movimento há dois anos. Seu marido, Joaquim Constantino de Oliveira, é dono da maior frota de ônibus do mundo, com 13% dos 10.800 veículos que circulam em São Paulo. Áurea, de 63 anos, diz que encontrou no movimento forças para enfrentar a solidão que sentiu depois que seus sete filhos cresceram. "Busquei nos carismáticos uma forma de preencher o vazio da casa."

Eis o mistério da fé. Essas fiéis que erguem os braços e imploram pela bênção divina têm dinheiro para pagar qualquer psicanalista do país. São mulheres que poderiam relaxar do stress da vida moderna viajando para um paraíso da Polinésia. Em vez disso, preferem submeter-se ao ritual pacificador do divã religioso. Os pedidos, em voz alta, deixariam escandalizados os representantes da Teologia da Libertação, pelo materialismo que evocam.

Com a redemocratização do país, as comunidades eclesiais de base, onde essa corrente se abrigava, sofreram esvaziamento total. Os ricos e remediados continuaram se dizendo católicos, e só se dizendo, enquanto os pobres lançavam-se nas redes de religiões evangélicas, como a do bispo Edir Macedo, que forma mestres em comunicação aptos a promover missas frenéticas e formidáveis espetáculos de cura.

Já seria um grande feito, mesmo se comparado aos cultos da dissidência protestante. Afinal, a Igreja Católica, depois de um período de retração e desânimo de seus seguidores, está outra vez reunindo multidões extasiadas ao pé do altar. A Renovação Carismática fica, porém, mais garbosa quando se pensa que ela vem conseguindo um

milagre nem sonhado pelos evangélicos: trazer os ricos de volta às igrejas.

Entre os fiéis da Renovação Carismática no Brasil, estão empresários, socialites e artistas das principais capitais do país. Uns dizem ter chegado até ela por meio dos grupos de oração, outros afirmam ter tomado a decisão de se converter depois de receber um milagre. Em comum, todos são ex-católicos tradicionais e compartilham a impressão de que o movimento "renovou" sua fé.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(*****) A ressurreição da fé_Como os católicos carismáticos reagem ao avanço dos evangélicos
--

(**) Católicos em transe_ricos e pobres, elegantes e desvalidos lotam as missas da Renovação Carismática e mudam a cara da Igreja.
--

(***) O padre Xavier Ibarra (<i>no alto</i>), as celebrações populares do padre Marcelo (<i>centro</i>) e a conversão de ricos como Gisela e Roque Savioli
--

(***) O padre Marcelo Rossi, carregando o Santíssimo Sacramento, desfila entre os fiéis e abençoa carteiras de trabalho: megamissas repetem-se em ritmo eletrizante pelo país

(****) Rebanho estrelado

(****) Kit da carismática elegante

(****) Unidos pelo Espírito Santo

Edição 1571 de 4 de novembro de 1998

Pacote fiscal

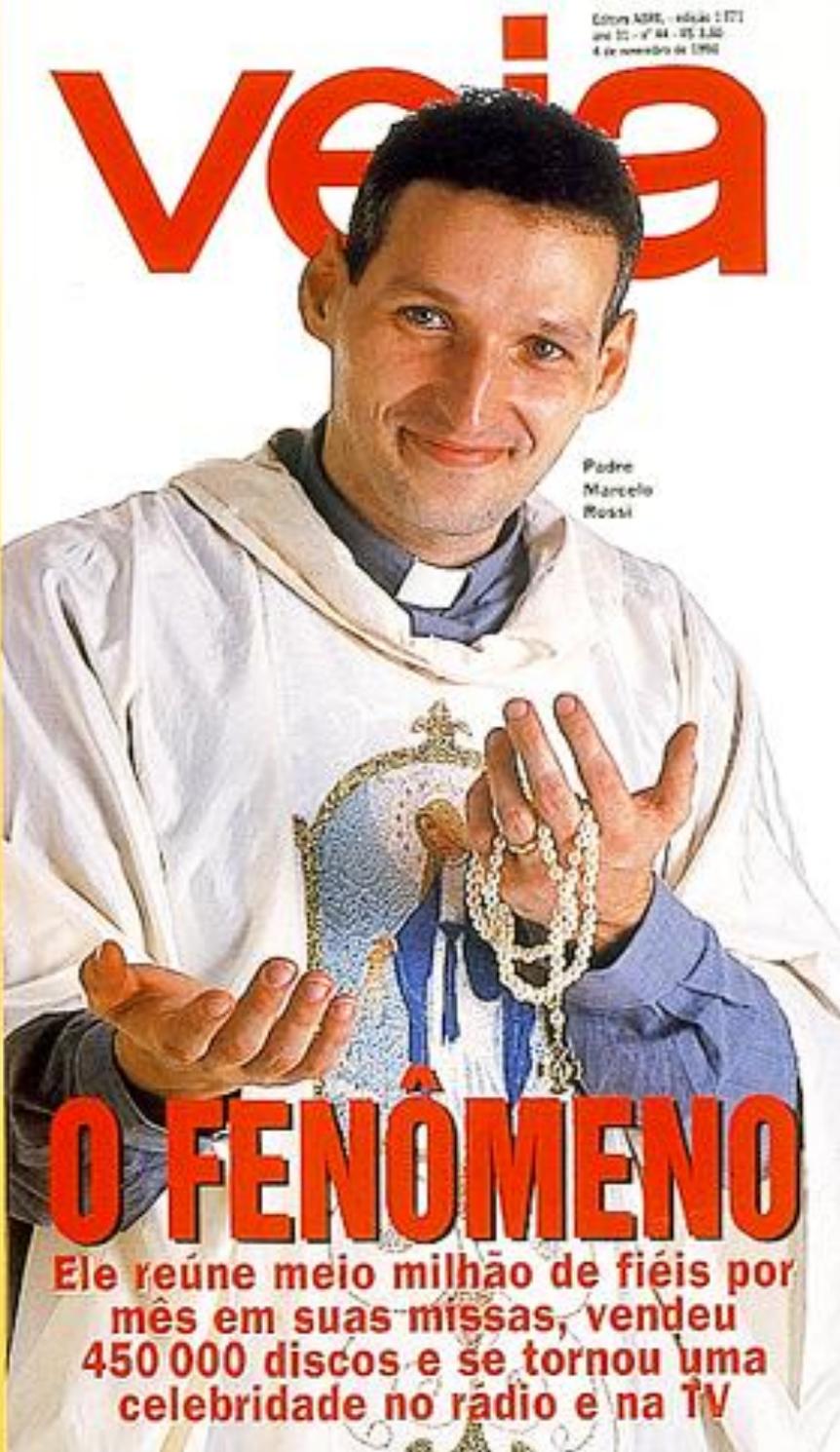
O Plano Real II

- As armas do governo para aprovar as medidas no Congresso
- A reinvenção de um Estado que só gasta o que tem
- O que será viver num país em recessão
- O aperto nos funcionários públicos para tapar o rombo da Previdência
- O que esperar da economia em 1999

Edição 1571, - edição 1 171
ano 22 - nº 44 - R\$ 1,50
4 de novembro de 1998

veja

Padre Marcelo Rossi



O FENÔMENO

Ele reúne meio milhão de fiéis por mês em suas missas, vendeu 450 000 discos e se tornou uma celebridade no rádio e na TV



PROTOCOLO DE ANÁLISE

Edição 1571 - 4 de novembro de 1998



Eduardo Junqueira

Com reportagem de **Angélica Santa Cruz,**

Fernando Luna e Rodrigo Cardoso

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
(...) buscava consolo espiritual. O alvo das esperanças era o padre Marcelo Rossi, 31 anos, o maior fenômeno do catolicismo brasileiro.
(...) Ele já havia saído para fazer seu programa na Rádio América, de São Paulo, na qual é um dos líderes de audiência. Era apenas mais um dos vários compromissos que lotam a agenda do prelado, desde que se tornou a principal figura do movimento católico Renovação Carismática.
Diante da multidão, o padre Rossi é o rei da homilia. Canta, dança, prega de forma didática. Abusa das parábolas e dos diálogos com a platéia.
Acompanhado pelos músicos da banda Ministério de Libertação, o padre engata uma música atrás da outra. Vai para a frente do altar, rodeado por seis coroinhas, e começa o que chama de "aeróbica do Senhor". São coreografias que lembram o filme <i>Mudança de Hábito</i> , em que um grupo de freiras agita multidões com gingados moderninhos. O padre balança os braços, levanta as pernas, dá voltas e pulinhos.
Missa via satélite — Sempre atentos ao aparecimento de estrelas ascendentes, os dois principais programas de TV dominicais, <i>Domingão do Faustão</i> e <i>Domingo Legal</i> , de Gugu Liberato, perceberam o fenômeno.
O padre Marcelo é um grande comunicador, fala de maneira simples, é boa-pinta e atlético", diz o diretor-geral do <i>Domingão</i> , Alberto Luchetti. Nunca se viu coisa igual. A missa, em São Paulo, era regida, via satélite, por Faustão, que estava nos estúdios da Globo no Rio de Janeiro. Fausto Silva mandava parar a missa, entrevistava o padre e, depois, como num show, ordenava um novo número musical. "Ele dá um verdadeiro espetáculo com as danças, as coreografias e os cantos. Isso funciona muito bem na TV", elogia Luchetti.

O milagre da multiplicação dos índices de audiência se repetiu, e foi tão claro o poder do padre para atrair telespectadores que Gugu o manteve no programa durante duas horas e sete minutos cravados.

Bonito, forte, olhos azuis — Os fatores que levaram à escalada de Marcelo Rossi, um jovem de 31 anos, ordenado padre há apenas quatro, são tão simples de explicar quanto difíceis de ser reunidos numa só pessoa. Ele é bonito, alto, forte, olhos azuis.

Ele não se cansa de repetir que quer trazer os católicos de volta à Igreja. Criou até uma campanha inusitada. Os fiéis devem colar adesivos em seus carros com a inscrição "Eu sou feliz por ser católico!"

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Naquela mesma noite a mãe da garota assassinada ainda foi até a região de interlagos, na Zona Sul de São Paulo, assistir à missa celebrada pelo padre Marcelo Rossi para dezenas de milhares de pessoas. Concluído o ritual ela tentou encontrá-lo pessoalmente.

O lenitivo que as duas mulheres envolvidas na tragédia paulistana procuravam é o mesmo que milhões de pessoas estão buscando.

Alguns exemplos: suas missas, no Santuário do Terço Bizantino, um galpão de 20.000 metros quadrados, antiga fábrica na Zona Sul de São Paulo, reúnem até 60.000 católicos. Por mês, os fiéis em frente ao altar somam meio milhão de almas. É gente em busca de cura para todos os males: câncer, depressão, desemprego.

Do ponto de vista formal, são missas impecáveis. A liturgia segue à risca as determinações do Concílio Vaticano II. Ritos iniciais, liturgia da palavra, liturgia eucarística, comunhão e ritos finais. Está tudo lá, pronto para passar pelo crivo do católico mais ferrenho. Mas quando o padre Rossi irrompe no palco, quer dizer, no altar, sob aplausos e assobios da platéia, não é difícil perceber que se está diante de um evento diferente. Cada celebração é um megaespetáculo.

Diante da multidão, o padre Rossi é o rei da homilia. Canta, dança, prega de forma didática. Abusa das parábolas e dos diálogos com a platéia.

Canta bem. É alegre. Fala em nome de uma fé que 83% dos brasileiros designam como sua — a católica.

Tem uma habilidade incrível para aplicar a pregação pastoral a temas muito próximos de milhões de brasileiros que ligam a TV todos os dias.

O padre que hipnotiza as multidões é um protótipo dos sacerdotes que a Igreja espera formar para o próximo milênio.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo(**), na legenda fotográfica(***), Retranca(****),Capa(****)

(*) O FENÔMENO_Ele reúne meio milhão de fiéis por mês em suas missas, vendeu 450.000 discos e se tornou uma celebridade no rádio e na TV
(**) Uma estrela no altar_Jovem bonito e carismático, o padre Marcelo Rossi atrai multidões e renova a Igreja Católica no país
(***) Padre Marcelo Rossi no comando das megamissas que confortam os católicos angustiados: dançando, dando um banho de água benta nos fiéis, pregando o sermão e realizando a consagração.
(*) O fenômeno da televisão
(*) MPB Católica
(***) Entre e cruz e o cronômetro: nos estúdios da TV e da rádio montados no porão da diocese de Santo Amaro, o padre fala para milhões de fiéis.
(****) Bonito, forte, olhos azuis
(***) Camelôs na porta do santuário e ritual típico das missas da Renovação Carismática, com o louvor ao ostensório: a força da fé
(***) Padre Marcelo, dom Fernando Figueiredo e o papa João Paulo II: admiração, obediência e cifose
(***) Com os pais, Antonio e Wilma: tragédia familiar abriu caminho para a vocação sacerdotal

Edição 1748 de 24 de abril de 2002



PROTOCOLO DE ANÁLISE
Edição 1748 - 24 de abril de 2002



Jaime Klintowitz

Com reportagem de José Eduardo Barella,

Eduardo Salgado, Natasha Madov e Rosana Zakabi

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
<p>A Igreja Católica tem como tradição tratar com discrição as denúncias de abusos sexuais em suas fileiras. Como recurso para proteger a imagem da instituição, os casos geralmente são encerrados com reprimendas simbólicas, como a transferência para outra paróquia, ou tratamento psicológico em clínica especializada. Foi dessa forma que a Santa Sé tentou primeiro lidar com a série de escândalos envolvendo padres que atacam sexualmente meninos nos Estados Unidos.</p>
<p>O silêncio na alta hierarquia romana passava a mensagem de que o problema era visto como uma excentricidade americana e acabaria por sumir. Nada mais distante da realidade. Há tal quantidade de casos similares surgindo em toda parte do mundo que a pedofilia de batina se tornou o epicentro de uma das maiores crises da Igreja nos tempos modernos.</p>
<p>O encontro a portas fechadas, marcado para durar dois dias a partir desta terça-feira no Vaticano, é o reconhecimento pela alta hierarquia da Igreja de que os escândalos já não podem ser justificados como o comportamento pervertido, mas perfeitamente controlável, de alguns padres.</p>
<p>O que é preciso fazer para evitar que sacerdotes se aproveitem da autoridade conferida pela batina para tirar terrível proveito da vulnerabilidade de meninos e adolescentes? Devido à fragilidade física do papa, este não é o melhor momento para a Igreja lidar com decisões dessa magnitude. Nem está certo que ele participará da reunião com os cardeais ou se delegará a tarefa a seu braço direito, o cardeal alemão Joseph Ratzinger, que tem atuado no lugar do papa em vários assuntos para poupar o superior.</p>
<p>(...) é muito criticado por não ter respondido mais cedo às denúncias de desvios sexuais entre o clero.</p>

<p>Que os cardeais tenham sido chamados ao Vaticano em caráter de urgência para discutir pedofilia no sacerdócio é um dramático sinal de como as coisas andam ruins.</p>
<p>Em janeiro, quando um certo padre John Geoghan foi levado a julgamento, tornou-se público que o cardeal de Boston o tinha transferido de uma paróquia para outra, sempre que ele se envolvia em novo caso de pedofilia</p>
<p>Geoghan, acusado de estuprar mais de 130 crianças em trinta anos, foi sentenciado a dez anos de cadeia pelo crime de ter abusado de um menino de 10 anos. Ele ainda responde a processo por "assalto indecente" e agressão a outro garoto, em 1990. O cardeal Law teve de admitir que a arquidiocese havia torrado 10 milhões de dólares em acordos extrajudiciais com outras vítimas de Geoghan.</p>
<p>Law entregou uma lista de setenta padres de sua diocese acusados nos últimos quarenta anos de abusos sexuais contra meninos. Foi quando o país acordou para o drama da pedofilia na sacristia, gerando uma onda de indignação que ameaça tragar a Igreja Católica nos Estados Unidos.</p>
<p>Há várias explicações para o fato de a cúpula católica proteger os sacerdotes nessa situação, nenhuma delas convincente para a opinião pública. Do ponto de vista doutrinário, a Igreja vê as ofensas sexuais como um pecado que precisa ser confessado, e não um crime a ser comunicado à polícia.</p>
<p>Nas sacristias, impera o corporativismo. "Pedir a uma família que denuncie um filho que usa drogas é pedir muito. Da mesma forma, a Igreja primeiro vai tentar encaminhá-lo para tratamento psicológico", diz dom Angélico Sândalo Bernardino, bispo de Blumenau e responsável pelo setor de vocações e ministérios da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.</p>
<p>Deixou até de rezar a missa de domingo. Foi por escrito que revelou ter viajado secretamente para discutir sua renúncia com o papa João Paulo II.</p>
<p>Nos anos 60 e 70, Shanley era famoso como "padre hippie", por seu trabalho com jovens de rua e viciados em drogas. Ele dedicava especial atenção à comunidade homossexual. Pelos documentos da arquidiocese, sabe-se que Shanley defendia publicamente a pedofilia e o homossexualismo.</p>
<p>Como castigo, que ele deve ter recebido como prêmio, o padre foi removido do trabalho pastoral e encarregado de aconselhar adolescentes atormentados com problemas sexuais.</p>
<p>O relato aterrador de Gregory Ford, de 24 anos, deverá ser decisivo para a condenação pesada. Ford foi estuprado por Shanley dos 6 aos 12 anos, quando freqüentava aulas de religião na igreja na qual o padre era pároco. Toda semana, Shanley o levava para uma sala, jogava pôquer com o menino – quem perdia tirava uma peça de roupa a cada rodada – e o atacava sexualmente. Segundo o pai do rapaz, "depois de estuprá-lo, ele o devolvia à sala de aula e subia para rezar a missa". Ford tornou-se um jovem problemático, que perambulou por instituições psiquiátricas e até hoje é medicado com tranquilizantes.</p>
<p>Calcula-se que 1% da população em geral sofra de distúrbios de preferência sexual, sendo a pedofilia o mais comum deles. Não há estudos conclusivos sobre a incidência</p>

entre os religiosos, só especulações sobre a existência de tantos pedófilos de batina.

A sucessão de escândalos põe fogo em outro debate envolvendo o sacerdócio – o celibato obrigatório para o clero, o que obviamente não tem nenhuma relação direta com pedofilia. Estima-se que, entre os padres católicos acusados de avanços sexuais indevidos, poucos tenham se envolvido com pedofilia.

A "mulher do padre" é uma instituição em muitos países latino-americanos. Pior são casos como o de Franziskus Eisenbach, bispo auxiliar de Mainz, na Alemanha, que renunciou após ter sido acusado de abusar sexualmente de uma mulher durante sessões de exorcismo. Mas não há evidência alguma de que a abstinência sexual leve à perversão.

O jornal *Boston Globe*, responsável pelas primeiras revelações sobre a pedofilia nos domínios do cardeal Law, afirmou que o papa convidou as pessoas erradas. "Por que o papa não tem abraçado os pais dessas crianças, da Irlanda à América Latina e aos Estados Unidos, que foram estupradas pelos padres, em lugar de dar boas-vindas aos homens que fracassaram na tarefa de supervisioná-los?", escreveu em editorial. O fato de ter reunido um grupo tão pequeno de prelados, cuja idade média está acima dos 70 anos, não é bom presságio.

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Grupos de manifestantes se revezam diante da catedral da cidade pedindo sua renúncia.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(*****) O calvário da igreja_ no caso de seu pontificado, o papa enfrenta o problema mais doloroso de seu reinado: o escândalo dos padres pedófilos

(**) Uma mancha no coração da igreja_ O papa convoca cardeais americanos para discutir o escândalo dos padres pedófilos, que está se tornando uma das piores crises do catolicismo nos tempos modernos

(**) Segredo do Passado_ Anthony O'Connell, bispo de Palm Beach, admitiu ter pago 125 000 dólares para calar um ex-seminarista com quem fez sexo nos anos 70. No mês passado, o caso veio à tona e ele renunciou

(***) Assédio e Exorcismo_ O bispo-auxiliar de Mainz, na Alemanha, Franziskus Eisenbach, renunciou na semana passada ao se tornar pública a acusação de ter violentado uma mulher durante sessões de exorcismo

(**) Um pedófilo com a benção do cardeal

(**) Uma crise mundial

Edição 1890 de 13 de abril de 2005



PROTOCOLO DE ANÁLISE
Edição 1890 - 13 de abril de 2005



Vilma Gryzinski

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
<p>As prodigiosas cenas que se desenrolaram aos olhos do mundo entre o sábado 2, quando o papa morreu, e a sexta-feira 8, quando seu corpo foi depositado na terra, como pediu, reuniram uma combinação de elementos tão singular que é muito difícil que venha a se repetir.</p>
<p>Entre eles: o caráter universal da Igreja que ainda contabiliza em suas fileiras mais de 1 bilhão de almas, a grandeza ímpar do morto, a quantidade sem precedentes de dignitários presentes para as homenagens finais, o cerimonial de enorme solenidade, o cenário sublimemente decorado ao longo dos séculos por alguns dos maiores gênios da arte, a cobertura ininterrupta de todos os meios de comunicação imagináveis (a maior da história, computando-se quase três vezes mais de tudo o que foi escrito sobre o 11 de Setembro).</p>
<p>Os que certamente dedicaram pensamentos respeitosos ao que aconteceria quando da sua morte, tão longamente previsível, viram-se às voltas com o imponderável. "Nada na história se compara a este evento", disse o prefeito de Roma, Walter Veltroni.</p>
<p>O papa deixou a vida, literalmente, nos braços do mundo e sob os brados emocionados de uma multidão que clamava, sem conseguir parar: "Santo, santo, santo".</p>
<p>O homem que morreu sem deixar nenhum bem material, numa tocante demonstração de fidelidade ao voto de pobreza, foi velado e sepultado cercado de rituais desenvolvidos ao longo de muitos séculos para celebrar a força, a história e o poder espiritual que, se não tem mais a contrapartida temporal, continua a emanar da mais antiga instituição humana.</p>
<p>Enterrar os papas no mesmo lugar é uma tradição que começou por volta do ano 150 da era cristã – quando os primeiros bispos de Roma ainda nem se chamavam papas, mas já emergiam como a semente de uma hierarquia que reivindicava a sucessão direta dos apóstolos Pedro e Paulo</p>
<p>Desde então, o cerimonial se manteve mais ou menos da mesma forma, perdendo apenas os sinais mais ostensivos do tempo em que o papa era também um monarca,</p>

como o catafalco de 8 metros que perdurou até o século XIX.
Multidões desfilaram diante do corpo de João XXIII, o querido papa camponês levado pelo câncer.
O papado de João Paulo II, porém, durou tanto e sua figura se impôs de tal maneira que mesmo quem viveu o suficiente para ver seus antecessores receber idênticas honras fúnebres parecia estar assistindo a cerimônias sem precedentes.
O corpo longamente exposto em toda a pungência da carne humana já desprovida do sopro da vida, as vestes cerimoniais (a túnica branca; a casula vermelha, cor de luto dos papas, como a usada, em vida, no percurso na Via Crucis; o báculo pastoral; a mitra branca e, no ato final, longe dos olhos do público, o véu de seda colocado sobre o rosto), a procissão pela praça, a interminável visitação à Basílica de São Pedro.
O que movia o infindável mar de gente, a torrente humana que tomou Roma? As respostas podem ser buscadas em muitos escaninhos do comportamento humano. Comoção, fé, respeito, afeto. O sentimento de perda diante de uma figura paterna de dimensões heróicas. Catarse coletiva, um doce entregar-se ao seio da massa.
Não é preciso ser católico, ou crente, ou mesmo simpatizante para constatar que o papa polonês tocava em desvãos normalmente recônditos das emoções do público, despertava manifestações talvez nunca antes percebidas, sentimentos que muitos passam a vida sem deixar aflorar. Muitos pareciam sair melhores, mais purificados, das aglomerações congregadas em torno de João Paulo. Nesse sentido, ele era um verdadeiro portador do carisma, no significado original da palavra, de "força divina" que, conferida a um indivíduo, o dota de liderança excepcional.
Um fim à altura de João Paulo II. Chamado de "o grande" imediatamente depois da morte, foi sepultado ao som de palmas e dos gritos que invocavam um poder superior. "Santo, santo, santo."

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Entre eles: o caráter universal da Igreja que ainda contabiliza em suas fileiras mais de 1 bilhão de almas, a grandeza ímpar do morto, a quantidade sem precedentes de dignitários presentes para as homenagens finais, o cerimonial de enorme solenidade, o cenário sublimemente decorado ao longo dos séculos por alguns dos maiores gênios da arte, a cobertura ininterrupta de todos os meios de comunicação imagináveis (a maior da história, computando-se quase três vezes mais de tudo o que foi escrito sobre o 11 de Setembro). E, sobretudo, a erupção contínua, interminável, espontânea – e incontrolável – de manifestações populares. O oceano de gente que afluiu a Roma não pode ser quantificado exceto em números presumidos, arredondados.
Mas nenhuma cabeça coroada, nenhum líder de grande potência, nenhum chefe religioso de outras fés – nada teve eloquência comparável à eletricidade em estado bruto emanada pelas massas que se sucederam para o último adeus.

O que movia o infindável mar de gente, a torrente humana que tomou Roma? As respostas podem ser buscadas em muitos escaninhos do comportamento humano. Comoção, fé, respeito, afeto. O sentimento de perda diante de uma figura paterna de dimensões heróicas. Catarse coletiva, um doce entregar-se ao seio da massa.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(*****) Quem? O desafio de eleger um novo papa com carisma, força moral e sabedoria.

(*) João Paulo II, o grande, se despede da vida...

(*) ...nos braços do mundo

(*) Em cenas sem precedentes na história, um oceano de gente, dos mais simples aos mais poderosos, afluiu a Roma para a comunhão final com o papa, que foi enterrado sob um brado unânime: "Santo, santo, santo".

(***) A cerimônia da missa solene, com 164 cardeais, contrasta com a modéstia do caixão sem adornos: o papa polonês morreu sem deixar nenhum bem terreno

Edição 2008 de 16 de maio de 2007



PROTOCOLO DE ANÁLISE
Edição 2008 - 16 de maio de 2007



Mario Sabino

1. Adjetivos e Figuras do Pensamento – Igrejas e Líderes

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Sequência Discursiva
<p>Por mais que fotógrafos e câmeras de televisão tentassem o contrário, em sua busca por uma imagem eloqüente ou tocante, a visita de Bento XVI ao país revelou aos brasileiros que o papa está longe de seu antecessor, João Paulo II, em matéria de carisma.</p>
<p>Sem a moldura do carisma e desprovido daquele tipo de misticismo tão ao gosto das massas, ao papa restou apresentar a verdade, toda a verdade, nada mais que a verdade da Igreja. E o fez de forma didática, porque seu talento mesmo é o de professor. "Ele pode não ter carisma, mas tem o dom de saber explicar o Evangelho com grande clareza e simplicidade", resumiu o vaticanista Marco Politi à repórter Adriana Dias Lopes.</p>
<p>Os grandes embates cristológicos, que movimentaram a história eclesiástica durante séculos, tiveram seu suspiro derradeiro no Concílio Vaticano II, na década de 60, embora vez por outra um teólogo tresloucado da América Latina procure "humanizar" a figura de Cristo, ao transformá-lo num Che Guevara da Judéia.</p>
<p>Nesse caminho, não se lançarão anátemas (malditos) contra quem abandonar a barca de Pedro. Religião condenada por tantos como obscurantista, o catolicismo, ao contrário do islamismo, evoluiu no plano teológico em direção ao livre-arbítrio. Os que permanecerem no seio da Igreja o farão por própria escolha.</p>
<p>Ao contrário do que se acredita, a Igreja sempre mostrou ser uma instituição capaz de se adaptar às circunstâncias, sem jamais abrir mão de seus preceitos básicos. Bento XVI, goste-se ou não, é a encarnação dessa verdade.</p>
<p>Um acordo inofensivo_Durante a visita de Bento XVI, noticiou-se que o Vaticano e o governo brasileiro estariam negociando secretamente um acordo que feriria a laicidade do estado brasileiro. Entre outras coisas, a Igreja Católica estaria pedindo ao governo que o ensino de religião se tornasse obrigatório nas escolas públicas e que fossem criados mecanismos para dificultar a ampliação da prática do aborto no país. Foi dito, ainda, que a Igreja queria um meio de evitar processos na Justiça brasileira, sobretudo</p>

na área trabalhista.

Perda de fiéis_ "Essa é nossa preocupação comum na conferência episcopal. Queremos encontrar respostas convincentes, estamos trabalhando nisso já. O sucesso dessas seitas (evangélicas) demonstra que existe uma sede de Deus, por Deus, de religião. As pessoas aceitam que essas seitas se apresentem como capazes de solucionar os problemas cotidianos. Nós, da Igreja Católica, temos de transformar isso num objetivo da conferência, para sermos mais dinâmicos, mais missionários, para responder a essa sede por Deus. E devemos ser conscientes de que as pessoas, principalmente os pobres, querem ter isso mais perto delas. Somos conscientes de que, junto a essa resposta à sede de Deus, devemos ajudá-los a encontrar as condições de vida justa, sejam microeconômicas, nas condições concretíssimas – como fazem as seitas –, sejam macroeconômicas, pensando em todas as exigências da justiça."

2. Adjetivos e Figuras do Pensamento - Fiéis

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

A mensagem que Bento XVI trouxe ao país foi serena, mas enfática. Ele não abrirá mão dos princípios morais, o cerne da doutrina católica, para atrair um imenso contingente de ovelhas desgarradas. Prefere um rebanho menor, mas seguidor dos mandamentos da Igreja. Quem apenas se declara católico não lhe interessa.

Cite-se outra vez uma fala do então cardeal Joseph Ratzinger, que já expressava a visão do futuro papa: "A Igreja diminuirá de tamanho. Mas dessa provação sairá uma Igreja que terá extraído uma grande força do processo de simplificação que atravessou, da capacidade renovada de olhar para dentro de si. Porque os habitantes de um mundo rigorosamente planejado se sentirão indizivelmente sós. Descobrirão, então, a pequena comunidade de fiéis como algo completamente novo. Como uma esperança que lhes cabe, como uma resposta que sempre procuraram secretamente".

A opção por poucos e bons não significa, evidentemente, que a perda de fiéis tenha deixado de ser fonte de preocupação.

A clareza de Bento XVI deixou muitos comentaristas atônitos. Foi-se ouvir até prostitutas sobre o que o papa ensinou. Todas são filhas de Deus, é certo, mas a opinião delas é dispensável nessas questões. Em um tom ainda mais patético houve quem pretendesse dar lições de sobrevivência a uma instituição com mais de 2.000 anos de existência. A Igreja não precisa dos conselhos dos neófitos. Foi suficientemente humilde para reconhecer uma série de pecados e, assim, restringi-los aos livros de história.

3. Adjetivos e Figuras do Pensamento

(1) Alusão (2) Eufemismo (3) Hipérbole (4) Ironia

Título (*), no subtítulo (**), na legenda fotográfica (***), Retranca (****), Capa (*****)

(*****) A verdade de Bento XVI
(*) BENTO XVI - A verdade, nada mais que a verdade
(***) A PRIMEIRA NOITE _Cerca de 10 000 pessoas foram receber Bento XVI em frente ao Mosteiro de São Bento, no centro da capital paulista. No alto, à direita, o papa faz orações na capela do mosteiro, pouco depois de chegar ao país. À direita, detalhe do "anel do pescador", com uma representação de São Pedro
(***) CANONIZAÇÃO DE FREI GALVÃO_A missa que elevou frei Galvão à condição de primeiro santo 100% brasileiro foi realizada no Campo de Marte. No fim de semana, antes de ir embora, o papa inauguraria, em Aparecida, a V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe
(**) Papas do diálogo_ <i>A partir da segunda metade do século XIX, diante de um mundo em transformação acelerada, quatro pontífices se destacaram por abrir canais de comunicação com a modernidade</i>
(****) JOÃO XXIII (1958-1963) Um dos papas mais amados da história do catolicismo, fazia visitas pastorais regulares a bairros populares de Roma, penitenciárias e hospitais – numa "opção preferencial pelos pobres" sem proselitismo.