

ESCOLA SUPERIOR DE TEOLOGIA
INSTITUTO ECUMÊNICO DE PÓS-GRADUAÇÃO

LEONARDO DE OLIVEIRA GONÇALVES

Igreja Eletrônica:
A IMAGEM COMO CONSTRUÇÃO SIMBÓLICA DO SAGRADO
VIRTUAL

São Leopoldo

2007

Leonardo de Oliveira Gonçalves

Igreja Eletrônica:
A imagem como construção simbólica do sagrado virtual

Dissertação de Mestrado Profissionalizante

Para obtenção do Grau de Mestre em
Teologia
Escola Superior de Teologia
Instituto Ecumênico de Pós-graduação
Religião e educação

Orientador: Julio Zabatiero

São Leopoldo

2007

Gonçalves, Leonardo de Oliveira
Igreja Eletrônica: A imagem como construção simbólica do sagrado virtual / Leonardo de Oliveira
Gonçalves. — São Leopoldo, 2007.

63f. il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado Profissionalizante em
Teologia – Educação Comunitária – IEPG – EST (Escola Superior de
Teologia, 2007.

Bibliografia: 64-68f.

1. Religião 2. Igreja 3. Meios de comunicação 4. Pós-modernidade
II. Título.

“Nosso tempo, sem dúvida [. . .] prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser [. . .] O que é sagrado para ele, não passa de ilusão, pois a verdade está no profano. Ou seja, à medida que decresce a verdade a ilusão aumenta, e o sagrado cresce a seus olhos de forma que o cúmulo da ilusão é também o cúmulo do sagrado”.

(Feuerbach)

LEONARDO DE OLIVEIRA GONÇALVES.

IGREJA ELETRONICA: A imagem como construção simbólica do sagrado virtual.

Dissertação de Mestrado
Para obtenção do grau de Mestre em Teologia
Escola Superior de Teologia
Instituto Ecumênico de Pós-Graduação
Religião e Educação

Data: 20 de Junho de 2007.

Júlio Paulo Tavares Zabatiero – Doutor em Teologia – EST

RESUMO

O presente trabalho pretende desenvolver uma análise da importância da imagem para as Igrejas Eletrônicas via os Meios Televisivos, bem como, demonstrar por meio da análise das mesmas que, a projeção via televisão recria e instaura um novo espaço de conflito entre as religiões, o espaço sagrado virtual, fruto de narrativas de imagem em movimento. Assim, a Igreja Eletrônica passa a estimular não só um hábito televisivo de fundamentação via o espaço virtual, bem como, participa da construção de identidades e educação entre os seus telespectadores.

Palavras-chave: Religião, Igreja Eletrônica, Imaginário e Pós-modernidade

ABSTRACT

This dissertation intends to develop an analysis of the importance of the image for the Electronic Churches through the Televised Media, as well as, demonstrate through their analysis that the projection through television recreates and establishes a new space of conflict among religions, the virtual sacred space, as a result of narratives of images in movement. This way, the Electronic Church starts to stimulate not only a televised habitus of grounding through the virtual space, as well as, participates in the construction of identities and education among the audience.

Key words: Religion, Electronic Church, worldview, Post-modernity

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
I – O SAGRADO VIRTUAL: A IMAGOLOGIA COMO RELIGIAO DO SÉCULO XXI	18
II – IMAGINÁRIO RELIGIOSO: O LÓCUS DE AÇÃO DA IGREJA TELEVISIVA	24
III – A RETERRITORIALIZAÇÃO DO SAGRADO VIRTUAL	29
IV – IDENTIDADE RELIGIOSA EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO	33
V – AS REDES DE TV TBN & REDE VIDA: AS DIVERGÊNCIAS IMAGÉTICAS QUE SE APROXIMAM	37
5.1. A REDE DE COMUNICAÇÃO Evangélica RBN	37
5.2. A REDE DE COMUNICAÇÃO “REDE VIDA”	43
CONCLUSÃO	59
REFERÊNCIAS	63



O ABRAÇO AMOROSO DO UNIVERSO, A TERRA (MÉXICO); EU, DIEGO E O SR. XÓLOTL - FRIDA KAHLO (1949)

INTRODUÇÃO

A televisão, ou TV é um dos meios de comunicação mais importantes para a humanidade. Ela leva imagens e sons de todo o mundo até milhões de lares. Com um aparelho de televisão, e sem sair de casa, uma pessoa pode acompanhar o discurso do presidente da República, o discurso religioso de determinada igreja, bem como, assistir uma guerra em tempo instantâneo.

Identificar como a televisão, via Igreja Eletrônica, cria o espaço virtual de sagrado, codificado via imagem, participando da construção de identidades de seus telespectadores, é um dos objetivos centrais deste trabalho.

A televisão tornou-se o principal meio de atingir as pessoas com mensagens publicitárias, religiosas e de diversos ramos. Por meio das imagens televisivas, projetadas pelo espaço de interlocução: “Espaço [...] resultado do ato do locutor/apresentador se dirigir ao telespectador [...] espaço fruto da interlocução verbal e visual”¹, projetam-se imagens como narrativas, ou seja, a imagem televisiva adentra à vida do telespectador como texto que persuade e o convida ora a se distrair, solucionar problemas ou mesmo, validá-la como construtora de um espaço virtual sagrado. Entende-se, aqui, a imagem como “discurso social ou parte integrante dele”² que, para solidificar-se, legitima-se via espaço virtual, fruto do espaço de interlocução.

¹ TILBURG, João Luis Van. O Telespectador e a relação espaço-tempo: uma questão epistemológica In: BRAGA, J. L., PORTO, S. D., FAUSTO NETO, A. **A Encenação dos sentidos**: mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995. Cap. 4. p.197.

² PINTO, Milton José. Semiologia e Imagens. In: BRAGA, J. L.; PORTO, S. D.; J. L.; PORTO, S. D.; FAUSTO NETO, A. **A Encenação dos sentidos**: mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995. Cap. J. L., PORTO, S. D., FAUSTO NETO, A. **A Encenação dos sentidos**: mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995. Cap. 3. p.143.

Analisar³ a imagem da igreja eletrônica como espaço que reivindica voz e ação no campo midiático televisivo é demonstrar que a Igreja eletrônica cresce e solidifica seu espaço-tempo de ação, construindo possibilidades outras de socialização, em que, o sagrado, mediado, configura nova forma de se fazer e compor igreja.

Para tal, cabe entendermos que a construção deste espaço sagrado é, muitas vezes, fruto de uma disputa da produção do capital simbólico religioso, ou seja, fruto da conquista dos mercados religiosos.⁴

Desde que, as igrejas passaram a utilizar os processos de comunicação como instrumento de conquista de fiéis, legitima-se a presença do sagrado virtual como elemento simbólico de validação espacial.

Sartori, em seu livro *Homo Videns*,⁵ critica a sociedade do século XXI por conceber a imagem um lugar de destaque em relação ao simbólico lingüístico destituído de sua posição cultural histórica.

Olhando o objeto de estudo a partir da imagem para a legitimação de um espaço sagrado virtual, faz-se importante observar no como lemos a imagem projetada pela televisão,⁶ para, então, compreender o espaço que se veicula com a imagem. Cabe importante atenção ao “analista, pois ao realizar análise, deve-se decifrar as significações que a ‘naturalidade’ aparente das mensagens visuais implicam.”⁷

Analisar consiste em compreender o que a mensagem suscita em nós e para o coletivo, ou seja, como as leituras interiores e exteriores (indivíduo e coletivo) se processam até que permaneça um núcleo residual deste processo, considerado interpretação.

³ A análise tem como objetivo decifrar significados evidentes ou latentes, ler nas entrelinhas os *modos de dizer, modos de mostrar* e os *modos de seduzir*, bem como, entender a imagem como ente de conversão semiótica do espaço físico, em espaço virtual do sagrado.

⁴ PRANDI, Reginaldo. **A Religião do planeta global**. In: ORO, P. A., STEIL, C. A. (Org.). **Globalização e Religião**. Petrópolis: Vozes, 1999. p. 70.

⁵ SARTORI, Giovanni. **Homo videns: televisão e pós-pensamento**. São Paulo: EDUSC, 2001. p. 21.

⁶ FECHINE, Yvana. **Uma proposta de abordagem do sensível na TV**. Disponível em <<http://www.google.com.br>> Capturado em 22 de Mar de 2007.

⁷ JOLY, Martine. **Introdução a Análise da Imagem**. Campinas: Papirus, 1996. p.12.

Assim, cabe trabalhar a função pedagógica da análise da imagem:

Demonstrar que a imagem é de fato uma linguagem, uma linguagem específica e heterogênea; que, nessa qualidade, distingue-se do mundo real e que, por meio de signos particulares, propõe uma representação escolhida e necessariamente orientada; distinguir as principais ferramentas dessa linguagem e o que sua ausência ou sua presença significam; relativizar sua própria interpretação, ao mesmo tempo em que se compreendem seus fundamentos. Toda garantia de liberdade intelectual que a análise pedagógica da imagem pode proporcionar.⁸

Este trabalho traz à luz uma problemática despercebida ao meio midiático religioso, qual seja: como o espaço interlocutivo da imagem religiosa reterritorializa o espaço de Igreja via imagem televisiva, compondo um espaço sagrado virtual? E como os elementos simbólicos do sagrado corporificam e validam o espaço virtual de igreja?

A Igreja Eletrônica, por meio de seus textos em imagens, contribui, via virtual, na construção simbólica do espaço sagrado e da formação de identidades em culturas de habitus televisivo,

a geração TV modifica a natureza da comunicação, deslocando o texto da palavra para o contexto da imagem [...] a palavra é símbolo que se processa por aquilo que se faz entender, enquanto imagem é pura e simples representação visual.⁹

A ação do tempo televisivo¹⁰ nos salta aos olhos conferindo-nos a percepção de tempo real em virtualidade, o “virtual é o que existe sem estar diretamente presente ou dado em nossa experiência. Ausente como um dado, está presente como condição de nossa experiência.”¹¹ Ou seja, o que nos rodeia e participa, não são as coisas em si, mas, e somente, sua superficialidade. Os fatos, neste sentido, são operacionalizados como imagem que, via virtual, se propagam e solidificam uma realidade aparente em tons de realidade. Neste sentido, o virtual irá sempre se sobrepor ao real, mesmo sendo este, uma análise a partir da realidade.

⁸ JOLY, 1996, p. 14.

⁹ SARTORI, 2001, p. 21.

¹⁰ Entendendo comunicação como quase-interação media de Thompson segundo o qual, o que prevalece é a monologia. THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia apud GIDDENS, Anthony, Sociologia. Tradução: Sandra Regina Netz. 4ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2005, p. 376)

¹¹ CHAUI, Marilena. **Simulacro e Poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006. p. 15.

As imagens como textos narrativos ou como “[...] elemento importante que através da manipulação, por parte de um [...] autor que constitui o universo dos produtos audiovisuais, da exibição de um produto-texto e da recepção ativa de um leitor-modelo”,¹² são teletransportadas e projetadas pelas Igrejas Eletrônicas às casas brasileiras, em determinado espaço-tempo simultâneo.

Logo, “todo discurso necessita de interpretação [...] sendo que um texto será um artifício que produz seu próprio leitor-modelo”.¹³ E, sendo “o texto uma unidade interna de sentido em si e que, sentido é algo que a interpretação deve reconstruir”.¹⁴ Faz-se necessário uma ação interpretativa não só para com o texto (imagem) ao qual se vê, mas e também, a idéia implícita que o texto quer camuflar.

À frente da televisão, o telespectador é atingido e convidado a participar da celebração religiosa, via textos de imagens que se propagam e legitimam o espaço de interlocução e denotam o espaço virtual sagrado, espaço telemediado, fruto da interação entre imagem e espaço de interlocução.

A partir destas junções, a religião encontrará em seu processo de mobilidade de campo, uma lógica diferente de funcionalidade. Criará seu espaço sagrado virtual, mediado, via *medias* televisivos, os espaços sagrados entre fiel e igreja.

Entre o sagrado projetado, espaço de interlocução e o virtual, espaço carregado de imagens, os telespectadores vivenciam o sagrado segundo as respectivas igrejas e, conforme seus bens simbólicos (fitas, água benta e banho com sal grosso, entre outras), realizam iniciativas de tratamento terapêutico, expulsão de

¹² ROMANO, Maria Carmen Jacob. Análise da composição textual das Telenovelas – Percurso Necessário para Pensar o Fenômeno da Recepção. In: FAUSTO NETO, A., PINTO, M.J. (Org.) **O indivíduo e as mídias: ensaios sobre comunicação, política, arte e sociedade no mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Diadorim /COMPÓS,1996, p. 87

¹³ ECO apud ANTONINI, Eliana Pibernat. **Do receptor das imagens midiáticas**. Disponível em <http://www.eca.usp.br> Acesso em 25 jan. 2007.

¹⁴ HOY, David Couzens. Heidegger and the hermeneutic turn. apud HERMANN, Nadja. **Hermenêutica e Educação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002, p. 78.

demônios e prosperidade financeira.¹⁵

A presente análise que finalizará o trabalho é baseada numa seleção aleatória de imagens em recortes das respectivas TV's [TBN – Tv Boas Novas da Assembléia de Deus, com o culto no Vale da Benção e quatro programas da Rede Vida].

Ou seja, pretende demonstrar como a imagem se processa semelhante a um texto teórico de produção, cujos sentidos se legitimam via espaço de um sagrado virtual que acontece no momento da projeção televisiva. A imagem, como texto de várias intenções que encerra em seu processo uma legitimação espacial de território, ainda que, virtual.

O texto imagético legitima o espaço de interlocução não porque é fruto de um processo de comunicação, mas por ser este produzido sob a intenção do produtor/locutor ao telespectador e, no momento em que é decodificado pelo telespectador, este converte o espaço de interlocução como sendo o espaço virtual sagrado.

Sendo o elemento central de nosso trabalho a imagem, esta será entendida como um texto codificado de intenção para um consumidor/telespectador, à medida que houver conversão de espaços [interlocução e virtual], resultando em um simbólico espaço sagrado de atuação.

“Sabemos que a construção de nosso objeto científico é apenas um olhar e que nem sempre é possível expressar todas as possibilidades de interpretação do objeto”.¹⁶ Para tal, adotaremos os pressupostos documentais de áudio-visual, que objetivam a leitura e releitura da imagem como resultado de um campo midiático

¹⁵ Esta pesquisa percebe que os receptores, telespectadores não são entes passivos do processo comunicativo texto-imagem, mas influenciados a trabalhar, a partir do que vê, a imagem como fidelidade de uma realidade social, da qual, os medias devem trabalhar a persuasão. Parece ser um pouco apocalíptica, contudo, percebe-se que a comunicação e seu processo de reconhecimento na sociedade democrática movimenta-se à sombra da mesma, e necessita desta mesma democracia que concilia a massa como escuta legitimando conteúdos que solidifiquem a real política brasileira.

¹⁶ NEVES, Manoella & PARZIANELLO, Geder. **Pedagogia da análise dos efeitos de sentido**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 25 Mar. 2007.

forte na sociedade contemporânea, em levar e validar, a legitimação do espaço de interlocução como o espaço do sagrado virtual¹⁷.

A primeira etapa do estudo constitui-se de captura de imagens em VHS dos programas das redes de televisão da Igreja Rede Vida (carismática) e Assembléia de Deus, gravadas em VHS, em Belém do Pará.¹⁸

Correspondem à gravação dos programas televisivos das respectivas igrejas: Pentecostal, – TV Boas Novas (TBN), filiada à Rede Boas Novas (RBN) e Rede Vida, de caráter Católico-Carismático, rede aberta. Foram gravadas sob o interesse de perceber como cada Igreja televisiva desenvolve sua projeção de imagem como sagrado, com tempo total de gravação de 100 minutos.

A validação do espaço sagrado será entendida a partir da imagem em movimento, buscando recortes de imagens religiosas de pouca duração, pois a intenção é realizar uma análise da produção do locutor para o telespectador, tendo as imagens como ícone que compõe uma narrativa que se processa via espaço de interlocução no tubo de imagem.

Pode-se pensar serem poucos os minutos, mas é suficiente para tratar a questão da imagem em movimento, consolidando a ação dos espaços de interlocução que, via espaço virtual, reterritorializa o espaço físico de Igreja e instaura o espaço sagrado virtual.

A segunda etapa foi marcada pela análise das fitas e dissecação de seu conteúdo imaginário religioso, levando em consideração seus principais pontos em comum como: verbete, imagens, discursos doutrinários de formação de identidades, enquadramento televisivo, formação de espaço sagrado, bem como, o processo porque ocorre a sociabilidade entre as partes (emissor/receptor). Para tal, recorreremos a artigos de revista científica, livros, teses de mestrado e doutorado.

¹⁷ Lembrando sempre que o método correto é não conter nenhuma regra que nos faça escolher entre teorias com *base no falseamento*, pois *nenhuma teoria jamais está de acordo com todos os fatos conhecidos em seu domínio*. FEYERABEND, Paul K., *Contra o Método*. São Paulo: UNESP, 2007, p.71.

¹⁸ O autor entende que esta região, por ser muito religiosa, encerra na produção de imagens religiosas uma carga discursiva de persuasão maior que nas demais regiões.

A terceira etapa, marcada pela conclusão da referida análise de vídeo documental, foi marcada pela surpresa de que, um tema tão comum, revelou-se tão rico e problemático quando analisado, haja vista, o objeto ser composto de elementos vários de difícil interpretação de significados e sentidos que operam no campo de produção visual influenciando a leitura do imaginário social.

Por fim, importante se faz trazer um conceito novo da área da Lingüística para ser aplicado como instrumento de análise interpretativa da imagem:

[...] A conversão semiótica significa o quiasmo de mudança de qualidade simbólica numa relação cultural no momento de sua transfiguração. Ela pode ser observada, por exemplo, na criação artística (...). Propomos a denominação de conversão semiótica a essa passagem de mudança de qualidade de signos, que resulta do cruzamento e da inversão das funções situadas no alto e no baixo de um fenômeno cultural determinado, parte do movimento dialético de rearranjo das funções.¹⁹

Ou seja, a conversão semiótica como a transmutação de espaços provocados pela ação da imagem televisiva, validando o espaço virtual como espaço do sagrado. É a imagem legitimando-se via espaço de interlocução e consagrando o espaço sagrado virtual.

Contudo, sabemos que a relação espaço-tempo só confere uma referência válida se, em mente, validarmos a presença de um espaço a partir de um referencial de momento (tempo). Ou seja, a partir do momento em que a imagem é teletransportada, por este espaço-tempo de sagrado de interlocução é tido por aqueles que lêem à imagem, como sendo o próprio território²⁰ de sagrado, ainda que, sabendo ser este território um território virtual.

Pensar sagrado no espaço virtual, em pleno século XXI, talvez não seja tão estranho, o problema é: como este espaço se processa e se legitima na sociedade

¹⁹ LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Elementos de estética**. 3ª ed. Belém: EDUFPA, 2002. p. 124–125.

²⁰ Cabe pensar, aqui também, de forma paralela ao conceito de território que Guattari e Rolnik concebem: *afirmam ser o território sinônimo de apropriação, de subjetivação fechada sobre si mesma. Ele é o conjunto de projetos e representações nos quais vai desembocar toda uma série de comportamentos, de investimentos, nos tempos e nos espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos* GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 1996. p. 323.

brasileira, antes já constituída e trabalhada de forma independente como em sociedades como a sociedade Norte Americana?²¹

A imagem assim estaria não somente como veículo de processo, mas carga de projeção do espaço, aqui estudado. Sem a imagem, o espaço de interlocução e sua legitimação virtual não gerariam o espaço sagrado virtual, ou seja, sem imagem não haveria conversão entre espaços e comunicação de um sagrado que se instaura e legitima.

Esta construção que a imagem estaria construindo como modelo de construção de uma dada realidade criada a partir da concepção da imagem em objeto em si e, passando com o tempo, a trabalhar mais os simulacros dos objetos imagéticos, que os próprios objetos.²² Reflete os processos de telerrealidade fruto da televisão em que Muniz Sodré²³ nos afirma:

A televisão enquanto espaço de Telerrealidade compondo os espaços que possam ser vistos, tocados e apreendidas [...] remanejando as coordenadas históricas do tempo e espaço evocando a magia, a bruxaria tecnológica do Ocidente [...] multiplicando infinitamente o poder de ubiqüidade do espectador, agora confrontado a uma (tele)realidade simultânea, instantânea e global.

²¹ ASSMANN, Hugo. **A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1986. p. 37

²² RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993. p. 145.

²³ SODRÉ, Muniz. **A Máquina de Narciso** – televisão, Indivíduo e Poder no Brasil. São Paulo: Cortez, 1990. p. 30.



CHRISTUS MORTIS TECHNOLOGIES – MAREKI BRONIECKI.

I – O SAGRADO VIRTUAL: A IMAGOLOGIA COMO RELIGIÃO DO SÉCULO XXI

Afirma-se que o pós-moderno, no ocidente, é o período do paradoxo e da contradição, da nostalgia e da reprodução. Poucas manifestações culturais espelham essa paradoxalidade com tanta certeza como o campo simbólico da religião.

Se analisarmos o processo histórico do discurso racional burguês em desconstruir o espaço simbólico da religião e seu processo mitológico fundante de classe no fim do séc. XVIII verificar-se-á que durante as décadas do século XX construiu-se, por meio das imagens, a redução da religião à categoria de discursos não cabíveis, uma visão de retrocessos históricos, negativos e depreciatório.

Porém, atualmente, no século XXI, observa-se um retorno à religião e, em especial, ao seu processo mitológico de ordenação e visão de mundo, contudo, não mais sob a égide de ação dos espaços de poder institucionalizado do campo religioso, mas sim, a partir de uma religiosidade própria do indivíduo que experimenta e vivência as diversas formas de sagrado, não se satisfazendo com um único experimentar, mas e, sobretudo, nas diversidades culturais de formas várias em viver o fenômeno do sagrado.

Vivenciar o mito²⁴ das diferentes culturas, eis o segredo do convívio em tempos de globalização para *François de Bernard*, que entende que:

²⁴ Sentido de experiência de vida. CAMPBELL, Josef. **O poder do Mito com Bill Moyers**. São Paulo: Palas Athena, 1990. p. 24.

“Diferentes culturas produzem ”mundializações”, estas seriam um espaço de compartilhamento dos processos culturais e de outras culturas promovendo um diálogo entre si, mas que não se submeteria ao processo de globalização econômica, nem à privatização de culturas”.²⁵

Ou seja, é envolver-se no processo sincrético, “fusão ou interpretação das religiões, ritos, crenças e personagens culturais”,²⁶ percebendo que, a partir do momento em que se participa da construção das diferentes identidades, ressignifica-se também hábitos, costumes, ritos e espaços.

As diferentes formas de constituição de espaços, a partir dos meios, configurará uma cultura diversa, fruto da sociedade das informações, em que a TV e as novas tecnologias se colocam como capacitadoras de construção de identidades culturais em espaços virtuais e influenciadores de espaços de culturas.

Mas estamos diante de um grande paradoxo Pós-moderno, pois a religião ressurgiu, em meio a uma modernidade que construiu sua cultura de sagrado sem a presença de deus: “deus está morto”.²⁷

Contudo, não é um retorno à religião em si, mas a busca de identidades, e é aí que os especialistas se interpõem, por meio do imaginário, à necessidade social de identidade subjetiva.²⁸

Dessa forma, o homem e a mulher “pós-modernos”, não precisam de pregadores lhes mostrando a fraqueza humana, mas sim, pregadores reafirmando o que se pretende fazer, ou mesmo, de como se deve fazer. Contudo, para fazer, este homem e mulher necessitam ver, enxergar, diluir-se no processo emotivo e porque não, no processo de produção da imagem?

Faz-se necessário buscar, em primeiro plano, o prazer acumulado e castrado e, por meio das imagens sensíveis, trabalhadas e projetadas, despertar para um aprofundamento e envolvimento de um sagrado virtual, não importando de onde

²⁵ BERNAR, François. Privatização ou divisão de diversidade e identidades culturais? In: SIDEKUM, Antonio (Org). **Alteridade e Multiculturalismo**. Ijuí: Unijuí, 2003. p. 60.

²⁶ PORTO, Humberto & SCHLESINGER, Hugo. **Dicionário Enciclopédico das Religiões**. Petrópolis: Vozes, 1995. O autor entende que o multiculturalismo é um processo comum em todas as sociedades, com o capitalismo, vive-se o problema de valorarmos a cultura a partir da lógica do capital [privatização de culturas].

²⁷ NIETZSCHE, Friedrich. **Gaia Ciência**. São Paulo: Cia das Letras, 1984. p. 22.

²⁸ BAUMAN, Zygmunt. **O Mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998. p. 21.

advém, ainda que, da técnica fruto de uma neotelevisão²⁹. Não importa, importa sim, que o capital simbólico do sagrado seja percebido e captado via espaço de interlocução fruto de imagem projetiva que legitima o espaço virtual como o espaço sagrado.

Mas se, cada qual, homem e mulher, no séc. XXI vive uma nova forma de conceber sagrado via imagem que se processa, configurando sensações cada vez maiores e mais emotivas, faz-se necessário entender as novas formas de leituras e sentidos que se processam no interior do campo religioso.

O sagrado, no século XXI adquiriu visibilidade, transpassou limites territoriais e, hoje, confunde-se com a própria imagem como sendo o sagrado que se processa, ou melhor, que se projeta. Assim o espetáculo se processa, hoje, encenado em mensagens monótonas e insistentes de uma identidade vinculada não pelo que se faz, mas sim, a partir do que se é.

Grande responsabilidade pesa sob os ombros das Igrejas Eletrônicas, principalmente em território brasileiro, pois ao difundir as imagens narrativas e projetar a mobilidade do espaço virtual, como sagrado, estes espaços legitimam-se como fruto de um processo sensível de televisão e confere um lócus de ação e mobilidade social de viver o sagrado em comunidade³⁰. Assim, “a imagologia irrompe o século XXI sendo a nova religião dos nossos tempos, seus oficiantes são as estrelas de televisão, jornalistas e animadores [...] que a massa admira.”³¹

Por meio do processo midiático, constrói-se, a partir da superfície das imagens virtualmente televisivas, um sagrado, fruto não da ação de visão de profano

²⁹ Eco, Humberto. Viagens na Irrealidade Cotidiana. 1983 apud CHAUI, Marilena. **Simulacro e Poder**: uma análise da mídia São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006. p. 37

³⁰ A “comunidade”, aqui, aproxima-se da comunidade de Bauman, uma vez que, o melhor discurso em se manter uma comunidade, cujo fim é ela mesma, deve ser o discurso que legitima a exclusão do outro do diferente, cuja ação de “imagens solidárias são forjadas para que os homens possam evitar lidar com outros homens [...] A imagem da comunidade é purificada de tudo o que pode implicar em sentimento de diferença, ou conflito a respeito de o que “nós” somos. Desse modo, o mito de solidariedade comunitária é um ritual de purificação”. (SENNETT apud BAUMANN. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, p. 114)

³¹ MONTIEL, Edgar. A nova ordem simbólica: a diversidade cultural na era da globalização. In: SIDEKUM, Antonio (Org.). **Alteridade e multiculturalismo**. Ijuí: Unijuí, 2003. p. 27.

e sagrado de Mircea Eliade,³² mas a partir de um enlace provocado pela imagem em seu processo de concebimento. Estaríamos trazendo de volta a imagem como sagrado renascido a partir da nostalgia do ser humano, do século XXI? Talvez, por que não?

O único problema é que, de forma despercebida ou proposital mesmo, as próprias Igrejas Eletrônicas acabam por elevar a imagem televisiva à categoria de sagrado mitológico, ao qual, só o emotivo são privilegiados e, via espaço de interlocução, o espaço virtual de sagrado acontece fruto de um processo de imagem como instrumento de comunicação que se processa.

A imagem, neste sentido, estaria adentrando ao cenário social como ente central de inspiração, de elevação, ou de sentimento ordenativo e, ainda que esteja na superfície das aparências,³³ junto à nostalgia, participa de elementos constitutivos do ser “pós-moderno”, conferindo-lhe não uma cultura, mas diversas culturas.

A pertença de um coletivo ordenado que sobressai a vida cotidiana configura validação de novos símbolos culturais e, conseqüentemente, valida identidades diversas.³⁴

A leitura que incorre neste processo acanhado de formação está intimamente ligada à ausência de um capital simbólico lingüístico forte, pois uma vez o midiático televisivo auferindo validação no espaço social de voz e formação, caberá às instituições de formação de leituras, a desconstrução do olhar midiático que constrói uma realidade social, via imagens estereotipadas.

Vale lembrar que as imagens são mais que textos trabalhados por um ente de representação social do espetaculoso;³⁵ são, na verdade, fruto da superfície das aparências, como bem nos lembra Guy Debord:

³² Segundo o qual o profano residiria ao contrário do sagrado, ou seja, parte de uma filosofia do oposto e tenta construir uma definição de sagrado a partir dos contrários. Fica muito fácil fazer filosofia a partir dos contrários, difícil é construir conceitos a partir, não de um contrário que se interpõe, mas a partir de uma subjetividade que interage com a realidade e confere caráter de importância primeira.

³³ MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996. p. 27.

³⁴ Ou seja, o processo de conversão semiótica que a imagem opera de forma direta e indireta no espaço territorial validando o virtual, configura validações culturais de identidades diversas e se legitima como fonte alternante da constituição dos espaços simbólicos.

As imagens fluem desligadas de cada aspecto da vida e fundem-se num curso comum, de forma que a unidade **da** vida não mais pode ser restabelecida. A realidade considerada *parcialmente* reflete em sua própria unidade geral um pseudo mundo *à parte*, objeto de pura contemplação. A especialização das imagens do mundo acaba numa imagem autonomizada, onde o mentiroso mente a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta **da** vida, é o movimento autônomo do não-vivo.³⁶

Ou seja, a imagem além de criar uma pseudo-existência, legitima-se via sociabilidade dos *médias*, validando a ação do espaço virtual e transformando os espaços de saberes em espaços virtuais.

A imagem, assim, estaria não só fortalecendo seu campo de ação, como e também, fortalecendo via processo perceptivo e sensitivo do humano, um imaginário operizador das ações humanas em sociedade. Esta, ainda que, seja de difícil concepção metodológica, mescla-se com o objeto religioso da religião,³⁷ ou seja, a imagem é, não só veículo de transporte do objeto religioso, como e também, passa a ser o próprio sagrado virtual em imagem.

³⁵ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo. A Separação Consolidada**, 1997. Disponível em <<http://www.terravista.pt/ilhadomel/1540>> .Acesso em 8 mar. 2005. 30 Ibidem.

³⁶ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 14.

³⁷ Segundo FEUERBACH, Ludwig. **A essência do Cristianismo**. 2. ed. São Paulo: Papyrus, 1997, p. 92, o homem se objetiva nesse objeto que é ele mesmo: sua essência objetivada. Mas como o homem não tem consciência de que o objeto da religião – Deus – é um produto seu, e, além disso, não se reconhece nele, essa relação entre sujeito e objeto assume a forma de uma alienação.



O RZUCANIU PEREL PRZED SWINIE- MAREKI BRONIECKI

II – IMAGINÁRIO RELIGIOSO: O LÓCUS DE AÇÃO DA IGREJA TELEVISIVA.

Entende-se a imagem como “aquilo que evoca uma determinada coisa, por ter com ela semelhança ou relação simbólica; símbolo [...] produto da imaginação consciente ou inconsciente; manifestação do sensível.”³⁸ Ou seja, a imagem estaria associada à representação do mundo real, expressando-se através da capacidade humana de construir figurações a partir da realidade.

É no processo do imaginário que ocorre às ilusões Ideológicas, bem como, o efeito simbólico da imagem.

[...] chamamos convencionalmente imaginário à combinação destes diversos elementos que mantém a congruência de uma criação histórica. Inclui a Ideologia [...], o horizonte mais ou menos utópicos de seu projeto, o futuro mais próximo e previsível que se projeta, as esperanças absolutas ou a falta delas, o conceito de pessoa ou de sociedade que se traz nas mãos, o modo de sentir-se frente **à realidade sensibilidade** com que reage, o tipo de relação que se propiciam, o modo de produção do próprio objeto histórico [...] O imaginário seria esse molde que se salvaguarda a novidade histórica nas suas origens.³⁹

Sendo o imaginário o lócus da Ideologia e, espaço de ação da TV, percebe-se que no momento em que a imagem religiosa se veicula como discurso de doutrina preestabelecida na condução de ação de seus fiéis, esta retroalimenta o que Juremir Machado chama de tecnologias da crença, ou seja,

³⁸ FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio Século XXI: o minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001. p. 115.

³⁹ TRIGO, Pedro. Imaginario alternativo al imaginario vigente y al revolucionario. In: AYESTARÁN, José C. (Dir.). **ITER - Revista de Teología**. V. 3, n. 1. Caracas : ITER, 1992. P. 61-99.

o virtual encarnado [...] na ação de uma mão única, um catalisador [...] que atuam como forças de concentração e repulsão, ou seja, uma totalidade que, por mais rizomática que possa operar, a imagem religiosa não ultrapassará a inscrição.⁴⁰

O imaginário como extensão da mente será trabalhada sob o efeito da imagem persuasiva que terá como produto: “projeções no espaço de interlocutoridade caracterizando o efeito de culto-espetáculo⁴¹ das igrejas eletrônicas, que se manifestam na personificação do pastor-ator ou padre-ator, astros principais.”⁴² Estes sacerdotes trabalham recorrendo a símbolos religiosos pertencentes ou não a seu campo religioso tais como: água, fogo, alimento, luz, cruz, terço e orações onde cada religião, à luz de suas características sócio-culturais específicas, expressam, vivenciam, ordenam, adaptam e classificam dentro dos quadros culturais próprios, as preces e milagres alcançados.

O imaginário sofrendo da ação de “imagens que nos bombardeiam na sociedade contemporânea, não sendo signos, mas discursos sociais ou parte integrante deles”⁴³ confere à Igreja Eletrônica categoria de verdade imagética, ou seja, por meio de testemunhos televisivos, ao vivo, ou sob gravação, comporá elementos de identificação e empatia em determinado grupo.

Quando o pastor-ator processa sua prédica via igreja eletrônica, este já está produzindo um efeito virtual de mídia televisiva como nova forma de culto ou missa, estendendo-se os bens religiosos para além da igreja via imagem, ou mesmo, via espaço de interlocução levando os fiéis à igreja. Assim, persuadi-los com imagens que os envolvam é ingrediente básico da sociedade pós-moderna que, busca no discurso do pastor conselheiro, um véis de identidade.

⁴⁰SILVA, Juremir Machado. **As Tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 33.

⁴¹ Segundo CAMPOS, Leonildo Silveira. **A Igreja Universal do Reino de Deus, um empreendimento religioso atual e seus modos de expansão** (Brasil, África e Europa). Rio de Janeiro: Lusotopie. 1999. p. 275-367. “A ação do teatro no universo religioso gera o que chamam de espetáculo religioso”.

⁴² CAMPOS, 1999, p. 275-367.

⁴³ PINTO, Milton José. Semiólogia e Imagens. In: BRAGA, J. L., PORTO, S. D., FAUSTO NETO, A. **A Encenação dos sentidos: mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995. Cap. 3. p.141-156.

Ou seja, “se Deus quiser existir, tem que aparecer na televisão; e se quiser se fazer ouvir, não é mais suficiente a palavra, ele tem que se converter em imagens”⁴⁴ ou como *reality show*,⁴⁵ segundo as programações pentecostais.

No processo do imaginário, as ficções tomariam forma de uma pseudo-realidade, da qual, temos prazer em mergulhar, e acreditar que estarmos em posse do poder da revelação. Faz-se necessário ter em mente que o grupo, o corpo social, mantém uma relação do simbólico no imaginário, convocando a mente individualizante ao pensar social, fazendo-o perceber como a ação social, no interior do imaginário, transforma ou diminui a ação do sujeito. Assim:

O Imaginário é o conjunto de imagens e de relações de imagens que constitui o capital pensado do 'homo sapiens' - nos aparece como o grande denominador fundamental onde vêem se arrumar (ranger) todos os procedimentos do espírito humano.

Ou ainda, o museu de todas as imagens passadas ou possíveis quanto os procedimentos, mentais como materiais, de produzir imagens [...]. O imaginário [...] seria a norma fundamental [...] perto da qual a contínua flutuação do progresso científico aparece como um fenômeno anódino e sem significado. Entre a assimilação pura do reflexo e a adaptação limite da consciência à objetividade, constatamos que o imaginário constituía a essência do espírito, isto é o esforço do ser para erguer uma esperança viva diante e contra o mundo objetivo da morte.⁴⁶

Mas, qual seria o lugar do imaginário na teia pós-moderna do século XXI?

O imaginário teria para com a realidade, do dia-a-dia, um processo simbólico de existência que não se reduziria à ideologia ou utopia, mas parte integrante de todo o ser humano mobilizador de grupos e indivíduos.

Quando o produtor de imagens que representa determinado fato social ou grupo, constrói um mundo real facetado de índices que apontam em várias direções

⁴⁴ MARIZ, Cecília Loreto. “A Rede Vida”: o catolicismo na TV. **Cadernos de Antropologia e Imagem**. Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 43. 1988.

⁴⁵ Segundo BEYLOT, Pierre. **O pseudo ao vivo reality show**. Cadernos de Antropologia e Imagem, v. 5, n.2, 1997, p. 35: “afirma ser este tipo de programa em que o mais importante são os acontecimentos autênticos, que tem por finalidade reconstruir a realidade do acontecido, em forma de *show*”.

⁴⁶ DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução a arqueologia geral. Tradução Hélder Godinho. São Paulo: Martins Fontes, 1997. p. 65.

faz do processo de produção de imagens, um discurso imagético de validação da verdade.⁴⁷

Porém, como a imagologia tende a se tornar centro do momento, a sociedade tende a se fragmentar e o resultado desta fragmentação é um imaginário fragmentado, coxo, de visões parciais e não crítico.

Ou seja, as “tecnologias da crença”⁴⁸ tomam a dianteira confundindo a ação do imaginário que é “a vida em uma forma de espírito de época, uma atmosfera existencial, uma impressão no mundo, uma marca registrada pelo existente no corpo do universo, um rastro efêmero e intenso, na pele da existência”.⁴⁹

O que se propõe a discutir aqui é como o espaço virtual, via imagem televisiva é elevado a um espaço de legitimação do poder de vontade?⁵⁰

Os discursos imagéticos são trabalhados de forma a persuadir o telespectador que já corporificou a televisão como sendo uma distração, ou seja, os *médias* televisivos legitimaram sua função massiva via virtual e, hoje, ocupa o lócus da dissimulação funcional representando a sociedade do espetáculo.⁵¹

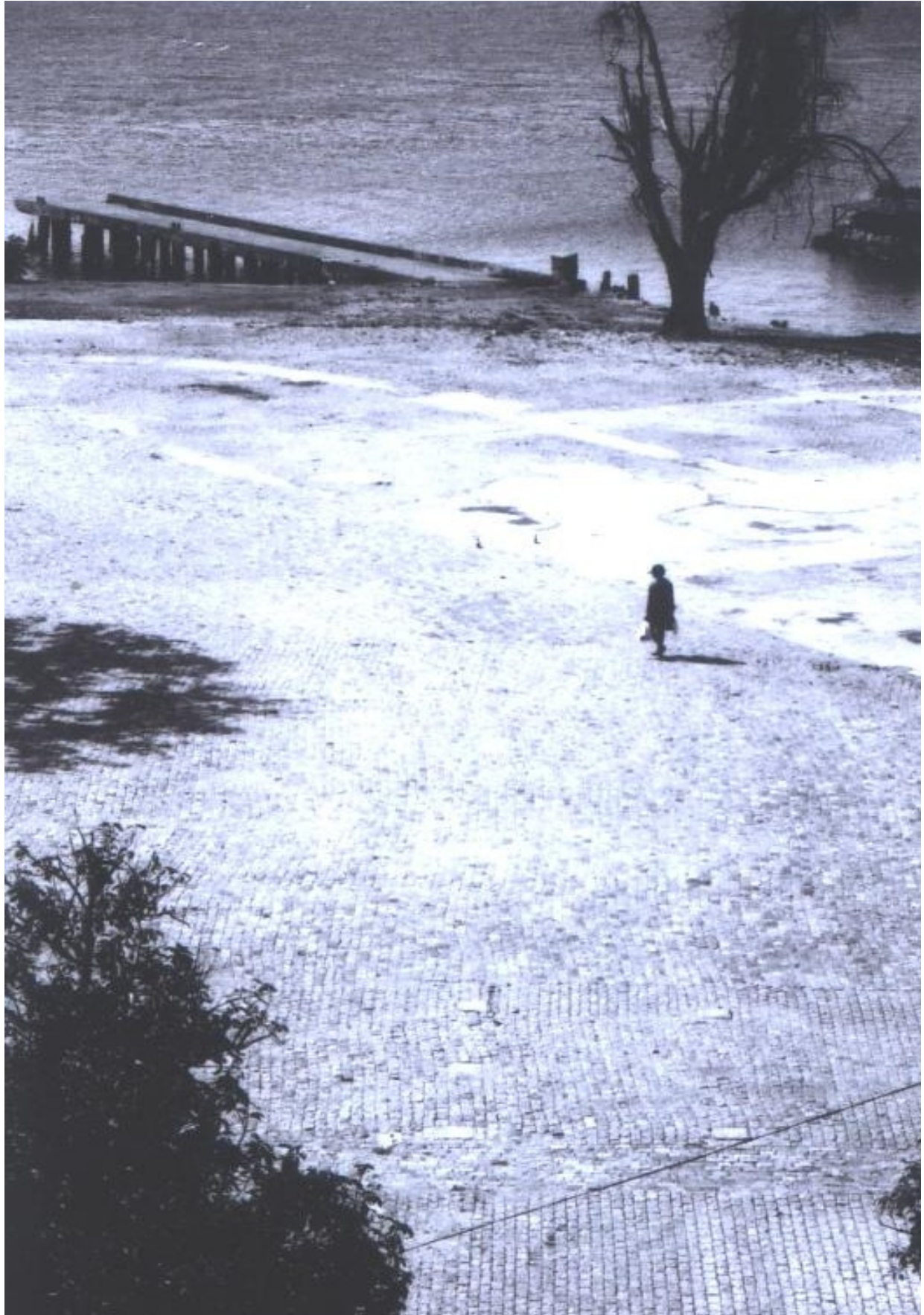
⁴⁷ Segundo FOUCAULT, Michael. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996. p. 9-17: “Há um combate pela verdade, ou ao menos em torno da verdade entendendo-se mais uma vez, que por verdade não quero dizer, o conjunto das coisas verdadeiras a descobrir ou fazer aceitar, mas o conjunto de regra segundo as quais se destinge o verdadeiro do falso e se atribui ao verdadeiro, efeitos específicos de poder.”

⁴⁸ Segundo DEBRAY, As Tecnologias das Crenças apud SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 47, as tecnologias da crença conduziram o movimento do imaginário em sentido inverso, onde se constrói diversidades, buscam-se guetos, onde se busca mitologia individual, encontra-se a totalidade das crenças, ou seja, uma ideologia racionalizada para explicar.

⁴⁹ SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 42.

⁵⁰ SILVA, 2003, p. 42.

⁵¹ DEBORD, 1997 p. 01.



DIMENSÕES DO SER – GALERIA DMAE.

III – A RETERRITORIALIZAÇÃO DO ESPAÇO SAGRADO VIRTUAL

A linguagem televisiva trabalha à existência de três categorias de espaço. A primeira pelo plano enquadramento, que preenche a tela Televisiva, a segunda, caracterizada pelas várias modalidades de projeções, para fora da tela e a terceira ao espaço projetado coincidindo com o espaço do telespectador.⁵²

Desta maneira, quando o pastor, bispo ou padre iniciam suas prédicas, projetando-se em terrenos geográficos, no caso, a casa do telespectador, a virtualização do território da igreja acontece. Contudo, a construção deste espaço não resulta somente de uma localização visual, mas e também, pela própria ação de som, visto que, pelo processo de audição projeta-se o corpo imagético, em virtude da ressonância do som, no espaço.

A existência de dois espaços percebíveis, o espaço de interlocução e o espaço físico [casa do telespectador], no momento da projeção das imagens se confundem, destacando-se o espaço interlocutivo projetado pela TV com seu conteúdo religioso carregado de representações e sentidos, segundo as verdades de cada grupo religioso, adentrando ao interior do espaço privado do telespectador.

Neste sentido, mundo virtual é entendido como sendo simulação e não uma representação. A simulação passa a ser apenas um exercício do real, na forma de impulsos eletrônicos projetados ao interior da residência do telespectador e, captado, em primeiro momento, pela audição, seguida da formação de imagens.

⁵² TILBURG, 1995, p. 199.

As igrejas, ao lançarem seus sinais televisivos com participação popular – ao vivo-acabam impondo uma realidade de espaço-tempo - o televisivo - em que no processo virtual de espaço, desloca o locutor-sacerdote para dentro da casa do telespectador e vice-versa, sem romper com o tempo. Ou seja, “o espaço virtual pelo processo de simulação atribui movimento tal a determinado espaço (território das igrejas), bem como, ao espaço do telespectador que, ao se projetar, a imagem por meio da ação do espaço interlocutivo, confronta-se dois tempos (o da casa do telespectador e o da cerimônia religiosa) provocando o fenômeno de desencaixe.”⁵³

Quando se fala de espaços sagrados, concebe-os a partir da ação humana de concepção de um lócus de territorialidade, ou seja, “conjunto de práticas desenvolvidas por instituições ou grupos num sentido de controlar determinado território”,⁵⁴ que difere do espaço de interlocução.

A televisão, ao se projetar via espaço virtual à casa do telespectador, projeta também, via imagens, o espaço físico virtual marcado pela territorialidade virtual.

A disputa de território, “apropriação de espaços”⁵⁵ estaria sendo travada via espaços midiáticos entre as respectivas Igrejas eletrônicas e se fortificando como espaços territoriais televisivos, utilizando-se do virtual para conferir significados, sentidos e validação, ou seja, via imagem, estaria se configurando e ratificando o espaço sagrado virtual.

Neste sentido, o poder dos *médias* junto ao capital simbólico do discurso religioso, está aliando-se à permanência e à manutenção de campo de poderes via simbólico comunicacional e institucional religioso.

O espaço sagrado virtual mostra-se inserido na realidade do homem ocidental de modo a lhe oportunizar não só o encontro com o sagrado, mas o resultado, ainda que virtual, deste sagrado, ou seja, a legitimação da ação da imagem como categoria de verdade consagrando o espaço virtual como um espaço equiparado ao espaço físico de território.

⁵³ GIDDEENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991, p. 31.

⁵⁴ ROSENDAHL, Zenny. **Espaço e Religião: Uma abordagem Geográfica**. Rio de Janeiro: UERJ, 1996. p.17.

⁵⁵ ROSENDAHL, 1996, p. 17.

A religião como sistema ideológico e dogmático de ação no campo institucional de costumes e tradições, antes vista como universal e instituição propagadora do capital simbólico da escrita e da leitura, é hoje, vista como produtora de imagens, de representações, ou seja, agência comerciária de bens simbólicos midiaticizados, em que, o comércio de bens simbólicos religiosos atinge e corporifica uma lógica de mercado global e configura a imagem publicitária⁵⁶ a manifestação do próprio sagrado.

O espaço virtual do sagrado é simbolizado e mobilizado como o espaço em que se adentra ao mundo próprio da divindade que acontece via imagem televisiva, ou seja, a midiaticização da igreja configura um espaço participativo na vida dos telespectadores, fazendo-os se sentirem como se estivessem no próprio território de formação da igreja.

Assim, as transmissões das igrejas são configuradas em forma de *shows*, espetáculos, em que os templos projetados tornam-se espaços de interação entre o locutor e seu telespectador. “Toda dominação simbólica supõe, por parte daqueles que sofrem seu impacto, uma forma de cumplicidade.”⁵⁷

A religião e seus segmentos não teriam existido sem a utilização dos “atos retóricos persuasivos”, ou seja, o objetivo da imagem é “convencer, excitar, provocar e inibir ações de um público tentando atraí-lo ou mantê-lo em seu domínio.”⁵⁸ Ou ainda, permanência de um *status quo* da religião e sua operacionalização no imaginário social.

⁵⁶ O termo parece pesado, mas na verdade é na propaganda que encontramos o termo mais apropriado para o sentimento de divulgar o êxtase que o homem pós-moderno sente e quer manifestar. Visto o termo propaganda vir de “propagar = multiplicar uma espécie por meio da reprodução espalhar-se por um território.” Conf. CHAUI, 2006. p. 37.

⁵⁷ BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1996. p. 37.

⁵⁸ CAMPOS, Leonildo Silveira. **A Igreja Universal do Reino de Deus, um empreendimento religioso atual e seus modos de expansão** (Brasil, África e Europa). Rio de Janeiro: Lusotopie. 1999. p. 276.



**IGREJA DE ST. PETER – LÜBECK – ALEMANHA
IGREJA TRANSFORMADA EM LOCAL PARA EVENTOS CULTURAIS**

IV – IDENTIDADE RELIGIOSA EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO

A Identidade pressupõe pertence de cultura em determinado território. Mas, quando este território se processa de forma veloz em espaço virtual, configura-se uma identidade que, via virtualização de espaço, o social é visto como espaço de fronteiras entre culturas.

Em nossa atualidade, a identidade tem-se configurado como “elemento participativo presente de uma desterritorialização da cultura e, frente aos novos símbolos, não se perde, mas ao contrário, incorpora e se reconstitui a partir da diversidade cultural coletiva, provocada pela mídia televisiva e novas tecnologias”.⁵⁹

Neste sentido, adentramos ao processo de formação da identidade social, do qual, associados aos processos cognitivos de buscas de compreensão do ambiente, denotam filiação social em reconhecimento feito pelo indivíduo, em que, ele é parte de um conjunto (grupo de um todo mais organizado) de pessoas que se diferencia dos demais. Desta consciência de filiação, decorre o julgamento sobre seu grupo (o processo de individualidade) que, de certa forma, envolve certa demanda emocional.

A busca da identidade social é definida pela percepção da posição que o indivíduo ocupa perante o grupo social, resultando em filiação a diferentes grupos sociais:

O grupo é o primeiro socius do indivíduo, em que suas possibilidades de vida se acentuam ou atenuam na dependência de sua posição na sociedade, bem como, das redes de proteção em que se insere. É no grupo

⁵⁹ MONTIEL, Edgar. A nova ordem simbólica: a diversidade cultural na era da globalização. In: SIDEKUM, Antonio (Org.). **Alteridade e multiculturalismo**. Ijuí: Unijuí, 2003. p. 25.

que se internaliza as noções (crenças) de dinamismo ou estratificação estabelecendo expectativas de auto-eficácia.⁶⁰

Assim, cabe à religião, mais que uma organização, prover o encontro formativo deste espaço de identificação e pertença de grupo, ainda que, para tal, o processo psicológico esteja envolvido:

A religião aparece como aquilo que compensa os sacrifícios [...] impostos à totalidade dos homens pelo fato de viverem em sociedade [...]. Isto porque, mesmo que estes sejam injustos, excessivos e degradantes, existem meios de compensá-los imaginariamente (ideologicamente) e de transformar em satisfação narcisista os sentimentos de hostilidade que os oprimidos abrigam contra seus opressores.⁶¹

Com as novas tecnologias levando a cultura de um lugar para o outro e, neste sentido, os efeitos da globalização, propaga-se uma reafirmação de identidades em que, as diversidades globais, fruto deste processo, desencadeiam resistências várias em reivindicar uma identidade mais próxima e participativa de seu processo histórico.

Contudo, ao mesmo tempo em que as identidades parecem fragmentadas, ocorre seu sentido reverso ao da fragilização, ou seja, uma coexistência de identidades variadas acontece ao mesmo tempo em que núcleos diversos de identidades provocam em cada indivíduo, identidade flexível maleável e com referentes frágeis.

Resta saber em qual espaço de identificação, a religiosidade cristã está operando em seus textos narrativos e discursivos para a formação de seus membros e telespectadores?

Visto que é de grande interesse às elites sociais, uma sociedade fragmentada em identidades maleáveis e flexíveis. É cômodo a partir desta variedade, legitimar como natural às desigualdades, hierarquias e discursos gerados no interior das classes sociais outras, que tomam da classe privilegiada, referência de formação de conteúdo de verdade.

⁶⁰ BANDURA, A. Social foundations of thought and action: a social cognitive theory. apud PRETTE, A. D., PRETTE, Z. A. P. Assertividades, sistema de crença e identidade social. **Psicologia em revista**, Belo Horizonte, v. 3, n. 13, jun. 2003, p. 127

⁶¹ MEZAN, Renato. **Freud, pensador da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1985. p. 125.

Cabe, aqui, pensar no direcionamento que as religiões devem tomar, visto que seus discursos persuasivos e apelatórios fortalecem o capital simbólico religioso, não importando em quais formas técnicas são processadas e empregadas para fortalecimento do campo simbólico religioso.

A imagem, sendo o carro chefe da pós-modernidade, trabalha um indivíduo contemporâneo fragmentado como a imagem é, ou seja, a construção simbólica de identidade que se processa é tão maleável e retalhável, quanto à composição de um filme com seu enredo afirmando conteúdos, formas e verdades. A imagem manifesta assim, em sua operacionalização projetiva, uma modificação entre o imaginário individual e o coletivo (mito). Talvez como bem salienta Marc Auge a maneira de olhar e de encontrar-se mudaram a partir das tecnologias, globalização e aceleração da história⁶².

A questão é séria, pois uma vez que, a imagem confere sentido de identificação em um mundo multifacetado de culturas, o discurso religioso das respectivas Igrejas Eletrônicas (I. E), busca aproximar suas prédicas ao ouvinte, de forma a conferir não somente a ida do membro à igreja,⁶³ mas e também, conferir um resgate de identidade de pertença ao grupo a que está envolvido.

Parte do discurso da I. E é, hoje, empregado aos ouvintes como fonte de tentativa de resgatar o membro ora pelo milagre, ora pelo discurso econômico ou sensibilizando-o para a cura de doenças.

Contudo, a Igreja Eletrônica em seus processos de ação, constrói seu campo de atuação mediante as várias formas de se viver cultura, identidade e religião no século XXI. Prova disso é a reconfiguração de elementos simbólicos de outras culturas religiosas, hoje presentes na prédica de igrejas cristãs.

Neste sentido, para que as I.E. consigam se movimentar em seu espaço de ação social, necessário se faz reconfigurar sua imagem de igreja às imagens outras, de outras culturas de diversidades, promovendo, via imagem, pontes de saberes entre culturas, mas não perdendo sua pertença de ação via tecnologias da crença.

⁶² AUGÉ, M. **La guerra de los sueños**. Barcelona: Gedisa, 1998, p. 21.

⁶³ Referente ao trabalho de Dissertação da pesquisadora Luciana Maria de Jesus. Análise do discurso religioso da Igreja Universal do Reino de Deus. Uma abordagem do culto televisivo, apresentada à Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da USP. 2002



SOLIDÃO EM BOLA DE BALÃO- MANUELA PINHEIRO

V – AS REDES DE TV TBN & REDE VIDA: AS DIVERGÊNCIAS IMAGÉTICAS QUE SE APROXIMAM

5.1– A Rede de Comunicação Evangélica – RBN

O começo dessa grande arrancada para o que hoje é a RBN – Rede de Comunicação Evangélica⁶⁴ de rádio e televisão, aconteceu em janeiro de 1993. Sob a direção do pastor Samuel Câmara, a Assembléia de Deus, em Manaus, comprou um complexo de comunicação, pertencente a uma rede de comunicação, que incluía uma rádio AM e a duas estações de TV, uma rádio FM, em Porto Velho, e mais de 35 (trinta e cinco) repetidoras no interior daquele estado, denominada Rede Brasil Norte de Televisão. Segundo relatos da própria instituição, os irmãos amazonenses, com muito esforço, compraram a RBN por U\$ 3.000000,00 (três milhões) de dólares a serem pagos em 24 (vinte e quatro) meses, para uma renda mensal de U\$ 300.000,00 (trezentos mil) dólares, e que foi transformada em RBN.

Em 1994, a Assembléia de Deus, em Belém do Pará, na época pastoreada pelo pastor Firmino Gouvêa, adquiriu a Rede TransPaz – AM 1270KHZ e, em 1995, a Igreja em Belém, junto com as demais igrejas da região amazônica, adquiriram uma emissora de TV que passou a se chamar TBN – canal 4, ambas afiliadas a RBN.

A missão da RBN, segundo o grupo evangélico, é oferecer um canal de TV e rádio com programação 100% evangélica, transmitindo uma mensagem positiva para as famílias de fala portuguesa e conduzindo a fé em Jesus Cristo. O projeto do

⁶⁴ A RBN adquiriu em 2000 vários equipamentos... e com fatos marcantes a RBN foi reconhecida como entidades de utilidade pública pelo Governo do Estado e Pela Prefeitura Municipal de Belém.

Satélite – RBN – JESUS SAT é pioneiro e único como TV aberta para viabilizar a programação via satélite para todo Brasil e outros países.

As emissoras de TV afiliadas a RBN no projeto JESUS SAT – TV são: TBN (Belém-PA); TV Amazônia (Santarém-PA); TBN canal 10 (Salinas-PA); TBN canal 13 (Marabá-PA); TBN canal 4 (Oriximiná-PA); TBN (Rio Verde-GO); Rede Boas (Manaus-AM). Há ainda novas concessões que o Ministério de Comunicações concedeu a RBN para operar com novas emissoras nas seguintes capitais: Porto Velho-RO; Rio Branco-AC; Macapá-AP; Boa Vista-RR; Palmas-TO; João Pessoa-PB e Fortaleza-CE. A RBN está operando via satélite, através dos canais digitais.

Recentemente, a RBN assumiu a VINDE TV, com sede no Rio de Janeiro, passando a operar a transmissão em TV a cabo. A VINDE TV cobre 4 (quatro) regiões, 8 (oito) estados, 30 (trinta) cidades e 31 (trinta e um) canais. São 13 (treze) canais em São Paulo; 2 (dois) no Rio de Janeiro (Net Rio e Campos); 3 (três) em Minas Gerais (TV Cabo Governador Valadares; TV Cabo Caratinga; TV Vinde Poços de Caldas UHF) e uma no Espírito Santo (TV Vitória). Na região Sul são 9 (nove) canais em 8 (oito) cidades e 2 (dois) estados, sendo 6 (seis) canais no Paraná; 3 (três) em Santa Catarina; e um canal na região Nordeste (Ceará) e um na região Centro-Oeste, com 2 (dois) canais em Goiânia e em Anápolis. E mais recentemente a ECO TV, TV aberta que transmite para Campos, Barra da Tijuca, Angra dos Reis e Parati.

Para os Assembleianos, a TV aberta nacional brasileira é uma estrutura profana, onde não se encontra uma programação adequada para a família. A partir desse entendimento, a RBN Brasil foi criada com o objetivo de promover “um oásis de vida no meio de um deserto de escassez.”⁶⁵ Assim, o objetivo maior da TV passa a ser a condução de uma fé pessoal e crescente em Cristo Jesus, através de uma programação integralmente evangélica, possuindo uma programação que venha atender os anseios da família evangélica brasileira, sempre voltada para informação,

⁶⁵ Observamos aqui, que o inimigo primeiro da RBN é, na verdade, a TV aberta que deve perder terreno à medida que a conquista virtual da Igreja eletrônica TBN avança.

evangelização e edificação dos princípios bíblicos combatendo, segundo seu grupo, os danos maléficos que a mídia secular tem causado.⁶⁶

A TBN é uma poderosa arma de comunicação, com programas para família, sendo gerados em 3 (três) núcleos de produção: Manaus, Belém e Rio de Janeiro, procurando atingir todas as classes sociais e faixas etárias com programas musicais, infantis, juvenis, mas de conteúdo mais confessional. A RBN cobre 10 (dez) estados brasileiros e, em breve, presente em mais 07 (sete) estados, seu objetivo é cobrir toda nação brasileira e os países vizinhos. Porém, vale lembrar que este canal de TV destina-se a um evangelismo que, segundo os Assembleianos, faz-se necessário para mostrar a mensagem das boas novas de Cristo para o homem do mundo.

Na esfera pública de comunicação, o crente defronta-se com variedades do fenômeno religioso e, muitas vezes, a forma de reação, é impor aos seus adeptos e não adeptos, um discurso de ordenação social amparado nas raízes históricas, tradicionais, onde o mundo (aos que estão fora de seu grupo) pertence ao maligno e a ação da igreja, está em transformar este mundo caído.

Por ser uma TV fechada ao evangelismo, a programação da TBN de cunho confessional utiliza as mesmas práticas que as demais igrejas eletrônicas, difundem seus apelos orçamentários de objetivo de manutenção da TBN via campanhas como a do cofre pão [grifo meu]. Esta propaganda tem como objetivo, segundo seus produtores, fazer com que o sinal permaneça a transmitir Jesus, convidando a todos e todas a se mobilizarem a pegarem o cofre pão, nas igrejas filhas.

No enquadramento, a TV trabalha o espaço televisivo de forma mais aberta e, ao mesmo tempo, mais centrada, levando ao centro o apresentador, e valorizando mais a amplitude do espaço do palanque, bem como, projetando a imagem de uma igreja cheia.

Na gravação que se dispõe em arquivo, o Pastor Cláudio Pires⁶⁷ inicia sua prédica centrando-se na parábola do filho pródigo. Por meio desta, trabalhou

⁶⁶ CAMARA, Samuel. **História Oficial da Igreja-Mãe da Assembléia de Deus no Brasil – 90 anos de Pentecostes**. Edição Comemorativa 90 Anos. Belém-Pará, 2001 p. 103 – 108.

⁶⁷ Estatura mediana, trajando blusa de manga comprida e usando óculos, configura um discurso de influência entre a sua platéia e o telespectador. Não costuma andar de um lado para o outro, mas em estado estático dá mais ênfase a sua prédica.

assuntos concernentes à prática da ética cristã. Lembrando que o culto produzido se destina a problematizar os prazeres da carne e suas irresponsabilidades sociais e, entre estes prazeres, o carnaval. O pastor, de forma direta em meio ao culto, afirma:

Como pastor e profeta estou aqui para dizer que Deus quer mudar a tua vida, quer te abençoar, te dar uma nova existência [...] porque só Deus muda a história. Se você crer aplauda o senhor.⁶⁸

É comum a interação do pastor com o público (assentados no local e telespectadores), de forma que, os que estão na platéia sintam-se participantes ativos da programação e o telespectador que assiste, sinta-se envolvido pelo mesmo motivo.

Então o pastor, utilizando a TV, afirma:

“Você que esta nos assistindo agora, pela RBN, você que está em casa, você talvez nem saiba, mas Deus mandou te dizer: Ele vai mudar a sua vida em nome de Jesus.”⁶⁹

Neste processo de comunicação midiática, percebe-se como o espaço virtual é importante para o personagem central (pastor), bem como, para o telespectador. Haja vista que, por meio deste espaço virtual é que se edifica a liturgia da Assembléia de Deus, Vale da Benção (local da filmagem).

O pastor enfatiza que “nenhum homem é livre, pois sempre está abaixo da autoridade de um senhor”. Enfatiza que Jesus é o senhor, deixando o ser humano em liberdade para escolhê-lo como senhor. Não estaríamos, aqui percebendo uma legitimação de hierarquias sociais via discurso de um sacerdote, que fala por meio de Deus?

Sim, com certeza que sim, sua prédica trabalha não só os valores cristãos que devem ser cultivados, como e também, legitimam autoridades sociais via espaço sacerdotal de igreja, de mensageiro de Deus.

E insiste em dizer:

⁶⁸ A voz do pastor no momento de sua interlocução via imagem televisiva, projeta este mesmo discurso ao telespectador que acata esta mensagem ou não. Contudo, interessa-nos, aqui, é como este processo de legitimação do sagrado virtual acontece no momento de seu discurso trabalhado em texto visual.

⁶⁹ Voz do pastor Cláudio Pires.

___ “Existem situações que o homem não tem condições de ajeitar”, pois uma vez o membro desviado ou participante da igreja que esteja em pecado, sempre estará se remoendo. Segundo o pastor, a consciência deste membro não o deixara tranqüilo, em paz, pois Deus que tudo sabe é quem tem poder para ajeitar e libertar o homem do pecado.

E dirige-se a platéia:

“Quantos aqui já não foram ajeitados pelo Senhor?”.

“Levante a mão e diga glórias ao Senhor.”⁷⁰

O pastor compara as pessoas que se desviam, semelhantes ao filho pródigo que deseja comer a comida dos porcos, ou seja, o pastor trabalha habitus social, problema social via paradigma teológico de castração, herança da Idade Média, que, nesse tempo via no paradigma de naturalização, a expressão máxima e perigo do prazer.⁷¹

O pastor demonstra exemplos para convencer seu público de seu discurso, afirmando que muitos de seus colegas que se enveredaram para os prazeres: drogas, bebidas, vida promiscua, acabaram se dando mal na vida.

Em seu discurso, ressalta aos que o ouvem que a dependência química, de álcool e de drogas gera uma instabilidade social do indivíduo para com a sociedade, de modo que, aos poucos, este mesmo indivíduo, que antes freqüentava a igreja, passará, então, a desviar-se dos valores tidos pelo grupo como corretos e experimentará a rejeição social do mesmo.

Então o pastor discursa: “só Jesus pode libertar este homem e/ou mulher e, que Ele se encontra presente, aqui nesta noite.”⁷²

Tentando sensibilizar o público local e o telespectador, o pastor passa a combinar a realidade social do filho pródigo à rejeição social que hoje é tão comum. Por meio desta comparação, enfatiza que, como o filho pródigo escolheu aquele

⁷⁰ Voz do pastor Cláudio Pires.

⁷¹ SIEGMUND, George. **O ateísmo moderno – História e Psicanálise**. São Paulo: Loyola, 1966. p. 116 – 118.

⁷² Voz do pastor Cláudio Pires.

caminho, a comunidade ali reunida deve se esquivar, pois do contrário, comerá com os porcos.

E afirma: “Deus manda te dizer, hoje, que o Senhor antes de você vir, antes de você tomar a decisão, só pelo fato de você estar, aqui hoje, Ele manda te dizer: que Ele já te perdoou”. Enfatiza que Deus escreverá seu nome entre aqueles que estão na casa de Deus, com os santos, e conferirá bênçãos aos seus escolhidos.

Dirigindo-se ao telespectador, afirma que Deus, naquele momento, está transformando o coração do telespectador. E para a platéia indaga: “se você crê, dê uma salva de palmas a Jesus.”⁷³ No momento da salva de palmas, o público é filmado em seu todo, e, depois, a imagem é fechada em parte do grupo, provocando no telespectador um convite de palmas.

Finalizando sua prédica o pastor afirma ser necessário o homem e a mulher retornarem à casa do pai e os convida a mudarem de vida. Na oração final o pastor adjunto faz um apelo para que alguém da platéia saia de seu lugar e confesse Jesus.

Para o telespectador é uma forma de, assistindo televisão religiosa, sentir-se inserido ao convite e entregar-se à prédica do locutor [pastor].

Em meio à oração, o pastor adjunto afirma que tudo irá mudar, que tudo encontrará sentido, pois o membro é um servo do Senhor. Então a câmera foca na platéia toda de cabeça abaixada e filma ao mesmo tempo platéia e rosto do locutor ao centro da câmera, procurando no telespectador uma atmosfera de oração e envolvimento, via TV, com o grupo ali presente.

O pastor adjuvante enfatiza que a oração daquela noite se destina a todos aos que estão presentes, bem como, aos que estão via rádio e televisão. Para tal, não esquece de convidar os telespectadores e ouvintes em se fazerem presentes ao templo de oração: Vale da Benção, da Assembléia de Deus.

Não estaria aqui, nesta prática televisiva, um convite para o fortalecimento do capital simbólico da Assembléia de Deus, legitimando-se via espaço virtual? Sem dúvidas, a prédica já é conhecida em vários trabalhos, contudo, o diferencial deste

⁷³ Voz do pastor Cláudio Pires.

trabalho é perceber como o espaço virtual se converte em espaço sagrado mediante a imagem projetada de cultos e programas de Igrejas Televisivas.

5.2 – A Rede de Comunicação “Rede Vida”

A maior rede de TV Católica do mundo, foi adquirida em 5 de novembro de 1988, por João Medeiros de Barros Filho, sendo primeiramente uma emissora de difusão regional, uma TV independente, com exibição de seu programa pelo canal 11, concedida no governo de José Sarney, na então São José do Rio Preto, sob a administração do Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC), coordenada por Monteiro Filho e auxiliado por Dom Antonio Maria Muciolo e Dom Luciano Mendes de Almeida.

Sem estruturas financeiras para levar adiante o funcionamento da TV, haja vista, ser muito oneroso a manutenção de uma TV nacional, a Instituição Bamerindus foi o primeiro anunciante da TV, pagando seus anúncios adiantados, o que financiou seus primeiros equipamentos, bem como, seu primeiro prédio, em Rio Preto. Coordenada pelo INBRAC,⁷⁴ a Rede Vida trabalha com uma programação com sinal de emissoras católicas (100 produtoras) e outras independentes.

A entrada da igreja católica na TV coincide com o surgimento dos canais por assinatura no Brasil, segundo Wolton,⁷⁵ que afirma que este sistema de TV, “conferiria um reforço das diferenças tribais, chegando mesmo a criar novos guetos culturais”, visto que, o processo de massificação, o grande tormento na década de 60, seria substituído, hoje, pelo “aprisionamento dos cidadãos em guetos culturais fechados.”⁷⁶

⁷⁴ Associação Civil criada em 1992, sem finalidade e sem objetivo de lucro, nasceu na paróquia São Judas Tadeu, em São Paulo, elaborados pelos Dr. Gabriel Jorge Ferreira e Prof. Celso Neves.

⁷⁵ WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. Rio de Janeiro: Ática, 1996. p. 37.

⁷⁶ FONSECA, Alexandre Brasil. **Evangélicos e mídia no Brasil**. Rio de Janeiro: - Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997, Dissertação de Mestrado em Antropologia, p. 13.

Contudo, Hoineff⁷⁷ argumenta que a TV por assinatura é, na verdade, um processo de desmassificação que, ao seu ver, seria uma possibilidade de escolha, ou seja, o consumidor da TV não precisaria se submeter a um tipo de programação padrão, argumentando que a TV por assinatura seria mais democrática.

Os anos 60 marcaram tanto a ação dos evangélicos como da igreja católica, principalmente após o Concílio Ecumênico Vaticano II, com o **Inter Mirífica**, da qual a igreja católica não só revisaria seus conceitos sobre a sua compreensão acerca da mídia como passaria a utilizar seus processos comunicativos.

A igreja católica, ao longo do tempo, vem construindo uma reflexão acerca do papel da comunicação que, para muitos, seria a estagnação da liturgia, bem como, a perda do lócus religioso, enquanto para outros, novas possibilidades de fazer avançar o processo de evangelização. Neste sentido, seus ministros se transformam em personagens e vedetes deste novo processo de oferta e sentido, fazendo deste espaço, trampolim para a vendagem de produtos religiosos, não se distanciando em nada da prática neo-pentecostal.

Ou seja, a Rede Vida seria uma contra-reação da ala carismática católica para com os evangélicos contribuindo para um redesenho e formas diferentes da formação e composição religiosa católica brasileira. A midiaticização da religião redefine o que os sociólogos e especialistas chamam de novas estratégias organizadoras e reguladoras da experiência religiosa, no Brasil.⁷⁸

A Rede Vida tem uma programação aberta. Com discursos diretos de padres e apelos de grupos organizados para captação de verbas, possui jornalismo, músicas e filmes, bem como, futebol. Em sua programação, busca-se envolver os indivíduos de maneira diferente dos pentecostais, cuja prédica, manifesta-se apelativa para o campo dos demônios e maldições que agem como empecilhos abrangendo a problemática social, econômica e psicológica do telespectador. Para os católicos carismáticos, o povo deve se sensibilizar ao sacramento católico da

⁷⁷ HOINEFF, Nelson. **A nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996. p. 17

⁷⁸ FAUSTO NETO, Antonio. **Processos midiáticos e construção das novas religiosidades - dimensões discursivas**. p. 1-5. Disponível em: <<http://www.intexto.ufrgs.br/v7n7/a-v7n7a3.html>>. Acesso em: 27 ago. 2004.

missa, enraizado no imaginário religioso brasileiro, o povo deve buscar os caminhos que a TV dispõe em não se limitar, hoje, somente a tradição, mas e também à inovação emotiva, pois os sentidos são também forma de organizar aprendizados e experiências.

Deve-se ressaltar, aqui que o carismático é uma persona que abriga um perfil semelhante ao pentecostal com proximidades medianas mais ao pentecostalismo, na celebração de sua liturgia, mas de dogmas confessos católicos.

No programa **Canção Nova**, em que se encontra arquivada em forma de VCD, observa-se à busca de verbas para projetos de organizações de grupos católicos, em orientar a partilha entre irmãos em bens imóveis, promover a caridade por meio da ajuda financeira direta,⁷⁹ com letrados escritos: “torne-se um membro desta causa”, seguido de orações, segundo a fé católica.

O enquadramento centra-se por inteiro no corpo da apresentadora valorizando o cenário e dando a sensação de um espaço grande em locomoção, adiante, a apresentadora [Laíza] busca a participação de uma família, da qual, afirma estar orgulhosa em ajudar o programa canção nova, rumo aos 100% de contribuição.

A apresentadora sempre sorridente e alegre leva um ar de que para ajudar, basta estar disposto como Ela. Insistente, utiliza-se dos telefones que ocorrem ao vivo e sempre indica em quanto se esta auferindo em percentagem. O programa é voltado para cada região do Brasil; neste dia, a região da campanha era o Nordeste.

Com palavras de fé, dedicação, bondade, ajuda e participação de um mundo melhor, a apresentadora, aos poucos vai conseguindo recolher verba de várias regiões do Nordeste.

Outro ponto importante a salientar é a questão da forma em que se processa a contribuição à canção nova que, ora é por meio de um site euajudo.cancaonova.com, ora por meio de pagamentos nas casas lotéricas, ou mesmo, indo direto as casas de missão (distribuidoras do sinal), na qual, constantemente a apresentadora enfatiza serem importantes para manter a canção

⁷⁹ Termo utilizado no meio mercadológico quando se destina um investimento imediato, ou seja, um depósito em conta corrente ou transferência de uma conta para outra, via *on line*.

nova existindo. Os apelos são muitas vezes direcionados as casas de missão que aproveitam, também, para anunciarem suas programações nas respectivas regiões em que estão inseridas.

No momento da apresentação apelatória publicitária, pede-se um tempo e olhando para o teleprompter a apresentadora realiza uma pausa e afirma ser necessário orar, “pois na canção nova em tudo nós rezamos, tudo gira em torno da oração.”⁸⁰ A oração é dirigida a Nossa Senhora de Lourdes a santa que deve interceder pelos associados. A cada programa elege-se um santo. Utilizando-se da estória do santo, uma das apresentadoras afirma ser a Canção Nova semelhante à água pura, como a água da Santa de Lourdes⁸¹.

Segue a oração de Lourdes e, ao final, a apresentadora indaga ao telespectador:

- Qual a graça que você precisa?⁸²
- Então rezemos!

Em cenário que nada lembra uma igreja, ou mesmo, espaço de oração, bem colorido, o vídeo é produzido de forma a dar um ar de descontração, contudo é notório como a televisão veicula e legitima espaços de oração, configurando o espaço real, por meio do espaço virtual.

O segundo ponto importante que se observa, é o fato de que o programa tem característica de gênero feminino muito forte, pois a imagem masculina só foi importante no momento da apresentação da família, com o lado masculino afirmando ser importante pagar o boleto e manter a canção nova.

O terceiro e último ponto importante é a questão do enquadramento e seus convidados. Após receber a família, esta se desfaz e fica tão somente, o lado feminino no cenário, que junto com a apresentadora trabalhará a imagem feminina participativa de forma organizada em buscar e auferir não só recurso, como e

⁸⁰ Palavra da apresentadora principal Laíza.

⁸¹ Cada programa tem um santo referente para construir o programa e incentivar a busca de mantenedores (associados) à canção nova.

⁸² Pergunta da segunda apresentadora (Salette), no momento da oração.

também pregar a fé católica. O enquadramento centra-se no rosto da apresentadora todas as vezes que se fala ao telefone com as casas de missões.

Estas mulheres [apresentadoras] carregam sob o corpo imagem de santos ou de Cristo em camisas confeccionadas para a apresentação do programa canção nova e que, no encerramento do programa, a câmara fixa na imagem de Jesus (uma das figuras estampadas na camisa).

O segundo programa – Queremos ver Jesus – que adquirimos em arquivo tape também gravado via canal aberto, foi o discurso religioso tradicional católico discursado pelo arcebispo Dom Walmor, arcebispo de Minas Gerais, em que, inicia seu discurso realizando a seguinte pergunta: “você pertence a alguma comunidade?”.

E o mesmo responde: “sim todos nós pertencemos a uma comunidade, comunidade religiosa ou comunidades sociais”. A prédica direciona-se a todos de modo que, o discurso transmite a afirmação que, ninguém vive isolado, todos devem estar inseridos em alguma comunidade. Então, sob o discurso da evangelização, traz a razão da fé como elemento de transformação social, buscando sempre considerar no processo de desenvolvimento de fé, sua práxis operacional.

Ou seja, devem-se considerar os valores diversos das diferentes comunidades, com seus valores, organização e respeito.

O arcebispo insiste que apesar de pertencermos a comunidades diversas, estamos inseridos em uma única comunidade, a comunidade humana. Esta, segundo o mesmo, está sendo destruída pelo processo do individualismo que solapa a humanidade via modernidade e seus avanços tecnológicos, ou seja, desfaz o espírito de comunidade.

Contudo, buscando integralizar sua prédica ao homem moderno e isolado, o arcebispo trabalha o conceito de fé atrelado à fraternidade cristã tendo nesta última o resgate do homem moderno como elemento participativo de fraternidade cristã em que, a ação desta fraternidade se processa entre todas as comunidades.

Para Walmor, a marca cristã é ser fraterno. Para tal, reivindica o retorno de valores como: comunhão, carinho, ternura, e respeito como elementos que devem

ser integralizados ao meio social para poder compor comunidade, ou seja, o retorno de uma identidade perdida.

Resgatar a mensagem de comunidade trabalhada tanto para fins católicos ou não é buscar, por meio do discurso religioso, ressaltar a importância da comunidade, a organização e a unidade que a compõe, tendo a fé como elemento que toca na necessidade de ética humana e na reconstrução do espaço de comunidade.⁸³

Importante observar que Walmor sustenta sua oratória sob a égide de um discurso que tem a comunidade como paradigma de locomoção como estrutura social, ou seja, busca-se a velha estrutura de comunidade muito propagada no século XIX.

Vale observar que em seu discurso, afirma que a comunidade humana e eclesial deve seguir junta, por meio da fé na fraternidade, construções e laços de oportunidade de se viver e articular valores de sentido de vida.

Vestindo-se como um padre católico apostólico romano, Walmor centra o vídeo num tempo de 8 (oito) minutos com o a imagem de uma Santa ao fundo do vídeo. A proximidade da câmera e enquadramento é a mais próxima possível para provocar no telespectador um diálogo, bem próximo.

Em seu discurso problematiza a questão de um retorno de identidades às comunidades por meio da fé na ação de fraternidade, buscando sempre a valorização da pessoa como humano que se relaciona com um outro.

Antes de o programa finalizar e o bispo conceder bênçãos ao telespectador, mostra-se uma imagem de um Cristo, branco, com túnicas, cálice dourado, jarro do lado direito e um prato contendo pão. Aqui, para lembrar a eucaristia, uma das doutrinas da Igreja Católica Apostólica Romana mais proeminente e insistente desde a Idade Média aos dias atuais. Ao fundo casas de arquitetura que lembram a palestina. Sem dúvidas uma pintura a óleo que teletransportada pelo movimento da câmera, corporifica, para o telespectador, as bênçãos seguidas do bispo.

⁸³ O conceito de comunidade é antigo, bem como, seu paradigma de funcionalidade social que foi muito trabalhado e creditado não só pelos religiosos, como e também, pelos os socialistas utópicos que viam neste princípio de comunidade, fundamento de organização social.

O terceiro programa, ainda pertencente à Canção Nova, (Resgate já), que tem como intenção, sensibilizar os telespectadores por meio de um som ao fundo com imagens de testemunhos de pessoas que se envolveram com a filosofia do santo católico, busca trazer a caridade aos necessitados e, tenta alcançar os objetivos sociais necessários para sanar e continuar sanando a necessidade dos que são alijados da ordenação social: os que não possuem casa, moradores de rua, mendigo, sem teto, catadores de papelão entre outros.

O programa começa com o apresentador Dunga (músico) tecendo um discurso apelatório de sensibilização e ajuda ao próximo. Afirmando que a Tv canção nova, contagia o mundo com o bem por meio de seu programa. Assim o apresentador insiste em um discurso de benção via Tv, via sociabilidade.

Na voz da dona do estabelecimento, dona da casa de recuperação (Comunidade Amor Perfeito), esta afirma ser movida pela via do amor a exemplo de Santa Terezinha. Segundo a dona do estabelecimento (Raquel) esta já tinha uma empatia com os moradores de rua. Diante da realidade miserável daqueles homens e mulheres, Raquel se sensibiliza e passa a atuar em favor dos desabrigados moradores de rua. “Afirmando em seu discurso que colocava aquela situação nas mãos de Deus e afirma: Deus falou que ia me dá uma casa”, pois “à vontade de Deus se cumpre desde que, sejamos um servo de Deus.”⁸⁴

O enquadramento dirige-se no rosto da entrevistada [Raquel] passando a sensação de que se fala bem próxima ao telespectador. Vestindo uma blusa com o ícone de um santo, o programa trabalha uma música de fundo suave com imagens das pessoas acolhidas em oração, trabalhando e se ajudando.

Em seguida segue a apresentação do coordenador do projeto (Sérgio Godo) que afirma ser um trabalho de Deus, que eles como grupo, levam carinho amor e caridade a comunidade.

Então, enquanto o coordenador fala, seguem imagens de pessoas dando de comer a um acolhido da casa.

⁸⁴ Segundo Raquel em entrevista ao apresentador Dunga.

Após a entrevista do coordenador, segue entrevista com um acolhido (Natal de Jesus Gonçalves), afirmando ser a casa do amor perfeito um local de atenção em que ele se sente inserido e pertencente a uma comunidade. Enquanto, o entrevistado concede a entrevista, mostram-se alguns flashes do mesmo andando por sob o terreno da casa do amor perfeito, com o mesmo, levando um terço na mão, enquanto passeia.

Segundo o coordenador, as pessoas de rua são acolhidas e trabalhadas para adentrarem ao grupo de oração católico, via teatro, via música enfim, faz-se todo um trabalho para que o acolhido entenda que “ele só vai ter uma mudança de vida, na vida dele, quando ele compreender Deus.”⁸⁵ - Claro está, que esta inclusão social é veiculada a uma pertença religiosa – (grifo meu). Em seguida, segue um VT mostrando o acolhido cantando com o coordenador uma música religiosa:

“Aquilo que parecia impossível. Aquilo que parecia não ter saída, mas Jesus mudou minha sorte, sou a tua imagem.”⁸⁶

Segue o comercial e, no retorno, o apresentador, [Dunga] retorna com um discurso apelatório enfatizando a importância do projeto casa do amor perfeito, afirmando ser este importante por cuidar das pessoas desamparadas, ou seja, o apresentador tece todo um discurso que envolve e sensibiliza o telespectador pedindo a este, do outro lado da TV que imite o casal do projeto e, comece a ajudar. – Neste momento aparece o telefone da comunidade amor perfeito – O apresentador entoando seu discurso fala de felicidade, de paz, de alegria e do espírito de família que a comunidade oportuniza aos acolhidos.

Na voz do apresentador, estes só possuem condições de serem felizes por meio de uma comunidade e insiste: “deixe que as imagens convençam o seu coração.”⁸⁷

Os programas das Igrejas Eletrônicas estão voltados atualmente para estas técnicas de persuasão via os sensíveis, ou seja, envolvem o telespectador de forma

⁸⁵ Palavras do coordenador.

⁸⁶ A voz de um acolhido não identificado no programa que cantava junto com o coordenador do projeto.

⁸⁷ Voz do apresentador.

a criar neste, uma cumplicidade com o problema exposto e, via imagens, tenciona a se sentir obrigado a participar.

Segue uma segunda entrevista com um acolhido, que se diz ter saído das drogas e do álcool; durante a entrevista há musical suave ao fundo, e o depoimento é de que a comunidade e o Espírito de Deus, segundo ele, o tiraram de uma vida inválida.

Segue a voz de Raquel afirmando ser gratificante não mais vê-los nas ruas e, depois, seu marido, o coordenador, mostrando em imagens que a comunidade sobrevive de plantações [horta], artesanato e reciclagem.

A presença das imagens sensibilizantes vai direto ao cérebro emocional, trabalhando valores, representações e significados de forma que, a reprodução diária, trabalhada como um convite, legitima um discurso de participação da parte do telespectador e um resultado positivo e alcançado do marketing publicitário.

Estes programas, na maioria das vezes, são ordenados para a ajuda de comunidades organizadas resgatando assim, a ética católica tradicional expressada nas palavras de Dom Walmor: “Todos nós estamos inseridos na comunidade humana [...] todos nós vivemos numa comunidade, ninguém vive isolado [...], na verdade dependemos uns dos outros.”⁸⁸

No momento final de despedida, a mentora do projeto faz um apelo de que, a casa é alugada e que se precisa adquirir um terreno. Então o coordenador aparece e pede que se doe um pedaço de terra para que o propósito do grupo seja atingido, mas adiante insiste ainda, na forma de ajuda via telefone e via depósito bancário em uma conta que aparece no vídeo.⁸⁹

Segundo a fala do coordenador, esta é uma obra de Deus e afirma:

“É uma obra onde Deus habita no coração”.

“São aqueles irmãos que estão necessitando da sua ajuda e, você, pode ajudar, Eu creio que você pode ajudar, por isso Deus esta falando: – irmão, pense naqueles necessitados!”.

⁸⁸ Programa exibido às 16:45, pela Rede Vida.

⁸⁹ Importante observar que são técnicas de publicidade sendo trabalhadas em Igrejas Eletrônicas, cujo objetivo é forçar como no mercado publicitário a venda, ou melhor, a compra do produto, ou seja, acreditar no discurso religioso eletrônico a partir de uma visão participativa do capital.

“E ajude não a mim, não a comunidade, porque você vai tar ajudando o próprio Deus“.

Finalizando, o apresentador indaga em que parte o telespectador se encaixa no propósito de Deus. E afirma que à parte da canção nova foi mostrar este programa. Então insiste:

“Talvez você tenha um terreno [...] este terreno está inativo, se este terreno tem uma casa, se Deus tocou o seu coração e, Eu sei que Ele tocou!”.
Será que você não pode doar este terreno não?
Já pensou nisso?
“Está parado este terreno [...], mas não sou Eu é Deus quem está nos impelindo a fazer alguma coisa por alguém e, se você está vendo este programa, não é por acaso.”⁹⁰
Assim o programa finaliza com um apelo, em nada diferente do apelo pentecostal em outras Igrejas Eletrônicas [I. E.].

O quarto e último programa, **Caminhos de unidade**, tem como figura de centro, a persona de um padre sentado em um cenário bem colorido, com um crucifixo bem avantajado e inicia sua prédica abençoando o telespectador que esta assistindo.

Sua prédica se destina ao amor não a partir da identidade, mas ao amor a partir de uma incondicionalidade, que segundo o padre, advém de Deus. A partir desta comparação o padre enfatiza aos seus telespectadores ser necessário construir um olhar de relacionamentos com as pessoas sem identidades, por meio da figura humana do amor, ou seja, não por pertencimento a determinado grupo, mas porque “somente o amor implosivo fecha a porta e indiferença, a vingança [...] a aplicação do amor é universal.”⁹¹

”Não é só pelo meu vizinho, ou pessoa que sempre se comportou bem, que merece minha ajuda, mas pelo apelo que esta pessoa sem identidade me faz, como sofredor a beira do caminho.”⁹²

Ou seja, o padre enfatiza a importância de se relacionar e ajudar as pessoas em comunidade, mesmo aqueles sem identidade, de modo que, sua a identificação, seja um fator secundário no processo de ajuda. Insiste que não basta ajudar e, enfatiza que o samaritano em Lucas tem auxílio da pessoa que o ajudou, mesmo

⁹⁰ Últimas palavras do apresentador [Dunga] finalizando o programa.

⁹¹ Palavras do padre apresentador.

⁹² Palavras do padre apresentador.

depois do ocorrido. Assim ajudar não implica em demonstrar ajuda de reconhecimento, mas “gerar uma responsabilidade continuada.”⁹³ E afirma: “As ações concretas podem ser uma gota de água, mas estão a caminho de um rio de solidariedade.”⁹⁴

Finalizando, indaga:

- Querido irmão você é solidário?
- Faça assim para ser um seguidor de Deus.

É muito comum, nas I. E., o discurso para se abarcar novos adeptos entre a comunidade. O mais importante, aqui, é perceber como o espaço virtual de sagrado se processa via imagem com o enquadramento fixo no rosto do padre enquanto ele faz a pergunta.

A imagem aqui, não só é trabalhada como legitimação do espaço sagrado, como há, todo um movimento de imagens acompanhado de sonorização para sensibilizar o telespectador.

Essa estratégia de comunicação legitima a ação do espaço virtual de sagrado via imagem, mas não se consolida como território fixado, basta desligarmos a televisão que, o espaço virtual é desfeito, bem como, seu processo de validação.

A partir do exposto acima um dos aspectos pelos quais se diferenciam carismáticos de pentecostais, é o fato de, nos carismáticos, haver o predomínio da celebração centrada na imagem do apresentador. Enquanto nos cultos televisivos protestantes há a valorização do indivíduo, do testemunho da platéia.

Quando há testemunhos no contexto de programas católicos, estes não são pronunciados por seus próprios protagonistas. Pelo contrário, são os clérigos, os ‘padres apresentadores’ que relatam os testemunhos, uma vez que aqui também não se pode quebrar a importância que tem a figura mediadora do oficiante.⁹⁵

Embora não se dirija, àquelas pessoas em crise, a programação da Rede Vida tenta abranger o indivíduo para o coletivo participativo. Na programação da Rede Vida, a manifestação do discurso católico prevalece em formato de missa

⁹³ Palavras do padre apresentador.

⁹⁴ Palavras do padre apresentador.

⁹⁵ FAUSTO NETO, 2004, p.1-5.

como sacrifício, ou seja, não importa a prédica trabalhada, mas sim o culto católico, a forma católica de se expressar, a dimensão católica tradicional.

Já nos cultos protestantes prevalece a prédica⁹⁶ cuja função é mostrar-se como igreja, como instituição prestadora dos serviços dos bens de salvação. Ou seja, para os protestantes os elementos sagrados são as Escrituras, o Espírito Santo, bem como, a invocação de Cristo Jesus, presente ao redor dos que o invocam.

A perspectiva da comunicação, no campo da mídia televisiva religiosa, terá enorme poder de sugestão para criar os climas espirituais. Será o lugar privilegiado para alimentar a espiritualidade. Multiplicando-se os sacerdotes para um trabalho de qualidade, esperando que frente a este clima religioso criado por eles, crie-se um campo atrativo às pessoas em busca de paz, tranqüilidade, consolo e resposta às angústias espirituais, bem como, cura física e melhoria de vida material.⁹⁷

Ou seja, se por um lado a Rede Vida trabalha atrelada às suas raízes católicas, divulgando seus programas por uma pedagogia tradicionalista presa aos ritos católicos, mas de discurso pentecostal, os pentecostais trabalham o imaginário religioso já edificado e enraizado num sincretismo religioso histórico, aliás, diga-se de passagem, é somente por meio deste sincretismo brasileiro e, mais precisamente, de raiz afro descendente que, o discurso pentecostal e neopentecostal conseguem expandir seu campo religioso, uma vez que, o espírito santo não só trabalha o aproximar de Deus ao homem, como e também, determina na prédica do pastor, em oração, a detecção de antiga freqüência ou pertença às casas de religião afrodescendentes entre os fiéis, no interior da Igreja.

Na visão pentecostal ou Neo-Pentecostal, deve-se trabalhar o que já está impresso, enquanto na católica carismática, deve-se manter um padrão católico de discurso agindo no imaginário sincrético, com pouco uso da prédica, que marca o

⁹⁶ Para WILLAIME, Jean-Paul. Prédica, culto protestante e mutações contemporâneas do religioso. **Estudos de Religião**, Ano XVI, n. 23, p. 43, jul/dez. 2002, a prédica seria a alma do protestante, visto que, é por ela que o protestantismo se desvencilhou do catolicismo e é, pela prédica, que a Igreja protestante se apresenta como prestadora de bens de salvação.

⁹⁷ FAUSTO NETO, 2004, p. 1-5.

protestantismo e que, trabalha um discurso vertical de liturgia de cima para baixo, e não de baixo para cima.

Deve-se entender o fenômeno religioso católico a partir de seu corpo eclesial, e não, a partir da interpretação popular de ação religiosa, extravasada pelo povo, pela massa, que trabalha a construção do sagrado a partir de uma óptica interna de baixo para cima.⁹⁸

Uma das diferenças que, aqui sobressai é justamente esta, a questão da verticalização do sagrado de baixo para cima ou de cima para baixo, pois se o protestantismo procura aproximar o povo na celebração litúrgica, a católica carismática tende a ver a comunidade, ali presente, como um todo participativo, ou seja, não trabalha o indivíduo, mas o todo.

Esta atitude de trabalho que envolve mais um contágio de massa, com um coletivo participativo, é próprio da liturgia católica, que ainda se vê como centro e diretriz do pensamento religioso em sua comunidade, não permitindo uma troca de conhecimentos no momento da celebração litúrgica. Já o meio protestante, a individualização gera uma empatia e modelo a ser seguido pelos ouvintes e telespectadores, criando via o sensível, um espaço de identidade para com a figura do pastor, bem como, com o discurso da igreja processada.

O espaço de identidade produzido pela projeção televisiva é carregado de discursos que legitimam o pastor como um ente enviado de Deus, bem como, seu comportamento conferindo sentido de imitação semelhante ao sacerdote.

No momento em que o pastor discursa sobre moral e cristianismo, este está fazendo naquele momento, espaço-tempo de imitação entre os seus que ali se encontram, ou o assistem, não só seu discurso, como e também seu modo de vestir, falar e se expressar.

⁹⁸ BONFATTI, Paulo. **A expressão popular do sagrado**: Uma análise psico-antropológica da Igreja Universal do Reino de Deus. São Paulo: Paulinas, 2000, p. 9, afirma em sua obra que o fenômeno religioso, no caso das igrejas neopentecostais (IURD), tem nas raízes sincréticas do imaginário popular, os atributos que fazem do exorcismo, cura e conversão, a formação de uma igreja que atenda a essa necessidade popular.

Importante destacar também que a presença dos símbolos religiosos que corporificam um território em sagrado são muitas vezes utilizados de forma desfocada ao seu uso freqüente.

Na assembléia, tem-se um espaço de oração que mais lembra um centro de conferência, ali, está a bíblia e o crucifixo, ou seja, haverá sempre elementos simbólicos da religião para caracterizar o espaço como sagrado virtual.

Bem verdade que, para ser um território sagrado, não se necessita de elementos do sagrado, mas tão somente, a legitimação de cultura como sendo sagrado, contudo o espaço virtual de sagrado, projetado pela Tv, só se legitima via imagem através da prédica protestante, da imagem do sacerdote católico vestido de batina, bem como, da bíblia e de momentos de oração.

Ou seja, observa-se uma conversão semiótica dos símbolos religiosos configurando o virtual, como o espaço simbólico de sagrado. O virtual é o espaço em que ocorre o exotérico e esotérico, ou seja, coabitam o mesmo significado de influência externa e interna, ora operacionalizando a mente do telespectador e manifestando o lado exotérico (ação) da religião, bem como, ratificando internamente o lado esotérico (contemplação),⁹⁹ ocasionado pela midiaticização dos sentidos provocados pela TV religiosa.

Os símbolos tidos como próprios de determinada religião, ao serem decodificados pelo processo televisivo, corporificam o espaço de interlocução, como sendo o próprio sagrado que acontece à frente da televisão.

Não é, portanto um espaço somente trabalhado pela ação de técnicas comunicativas, mas sim, espaço fruto de uma conversão que se processa no momento da decodificação do recebimento da imagem televisiva, que externiza um comportamento e uma atitude para com o telespectador, ou seja, desperta no telespectador uma tomada de ação e envolvimento.

⁹⁹ Exoterismo como dimensão exterior, institucional e, portanto, acessível a todas as inteligências [...] ao passo que seu complemento, esoterismo, refere-se antes à dimensão interior e reservada do mesmo ensinamento. SCHUON, Frithjof. O esoterismo como princípio e como caminho. apud AZEVEDO, Mateus Soares. **A inteligência da fé**. Rio de Janeiro: Nova Era, 2006. p. 68.

A partir desta realidade, cabe salientar que nosso século será tomado não mais a partir da operacionalização e manutenção das técnicas, mas sim, pelo sentido que a técnica comunicacional faz externizar alimentando um coletivo representativo e digno de um espetáculo que se retro-alimenta, ou apazigua as ovelhas mediadas via canal de TV.

Como bem nos lembra Martin-Barbero citando Renaud a visibilidade eletrônica passou a fazer parte constitutiva da visibilidade cultural estando o entorno tecnológico e novo imaginário capaz de falar culturalmente : “de abrir novos espaços e tempos para uma nova era do sensível”.¹⁰⁰

¹⁰⁰ REY, Germán & MAERTÍN-BARBERO, J. **OS EXERCÍCIOS DO VER** – HEGEMONIA AUDIO VISUAL E FIXAÇÃO TELEVISIVA. São Paulo: Senac São Paulo, 2004, p. 19.



KAMIEN - MAREKI BRONIECKI

CONCLUSÃO

O fenômeno religioso eletrônico está sendo processado por meio de ícones, em um processo que não leva a uma auto-reflexão em suas atitudes, mas e somente, a reproduções cansativas de elementos simbólicos religiosos, desgastados pela ação humana de racionalização que, com a propaganda, veicula novas formas de atrair mais fiéis.

Observou-se que a religião eletrônica tenta discursar e validar, via projeção de imagens televisivas, um espaço virtual de funcionamento de liturgia das referidas igrejas, ou mesmo, construir novas formas de se reunir e estar entre irmãos de uma mesma fé, mas à distância.

Porém, um dos maiores problemas aqui encontrados e percebidos foi o fato de perceber como este espaço virtual se transforma em espaço de sagrado litúrgico e ao mesmo tempo, se propaga, via imagens, despertando sentidos de emoção e êxtase em determinado leitor visual.

As estratégias de comunicação que operacionalizam o espaço litúrgico virtual de sagrado reúnem os elementos simbólicos religiosos direcionados para a intenção discursiva do sacerdote e, via virtual, induz à concepção de um sagrado em acontecimento.¹⁰¹

Neste sentido, o capital simbólico do sagrado virtual é redirecionado a um viés de sociabilidade em que a imagem conduz o sagrado que se vê e se processa.

¹⁰¹ A introjeção, a concepção do que meu Eu integra e se dilui ao conteúdo da mensagem manifesta, ou seja, há processo de envolvimento de meio e conteúdo. Ousadia de viver o que demais profundo toca o ser humano independente do conceito que o define. Mais para o sentido mitológico, segundo CAMPBELL, 2006, p. 24–32, que vê no processo cosmológico e relacional do mito a natureza humana em processo.

Percebeu-se, contudo, que não basta à ação de imagem, mas, sim, seu processo de leitura, percepção ao sensível que envolve o telespectador e seu processo de montagem, ou seja, como concebe a leitura em meio ao sensível que lhe acomete, lhe transporta e arremata em meio ao seu processo de leitura.

O espaço virtual, ao ser projetado e legitimado como o espaço de sagrado, eleva-se a categoria de um lócus de comunicação, a um lócus de ação integralizadora de ordenação social. Ou seja, o espaço virtual passa a ser tido como o sagrado que se processa e adentra as casas dos respectivos telespectadores, conduzindo e influenciando opiniões por empatias diversas.

A imagem da Igreja Eletrônica estará sempre vinculando a ação de um espaço-tempo de confluência entre o objeto da comunicação televisiva a seu conteúdo. Deixa-se o objeto do sagrado à ação persuasiva da TV como elemento de validação do espaço virtual que se legitima via conversão semiótica, deslocando o objeto do sagrado para a imagem, ou seja, a imagem sem se aperceber, elevou-se de transporte de significados para o próprio significado [Imagologia].

Mas se o espaço simbólico do sagrado virtual tem como ponto forte a neotelevisão e que, o novo estilo comporá daqui para frente o fazer igreja, no séc. XXI. Resta perceber a relação entre o espaço virtual sagrado e a televisão configurando uma nova liturgia, a liturgia mediada. Aqui a combinação do simbólico religioso às técnicas de comunicação, legitima a existência das igrejas e de seu capital simbólico.

O virtual comunicativo externiza e cria o corpo da pseudo-existência, a existência quase alcançada, mas que, sendo espetáculo, sempre revigorará os sentidos das representações perceptíveis. É neste sagrado, corporificado de sentidos, provocados pela imagem, que o espaço virtual está sendo construído como espaço legítimo de sagrado para o telespectador.

Contudo, nos é de fundamental importância, observar até que ponto nos invade a imagem em seu processo operacional, em seu despertar de sentidos que comunica e implica um conteúdo de persuasão?

Não se trata de a partir desta modernidade em tudo desconfiar do sentido operacional que a imagem é pensada, mas cabe sim, estar ciente de sua

operacionalização discursiva, camuflada em metáforas de sentidos, ou seja, perceber que a imagem manifesta-se de várias formas e em vários sentidos e que, viver representações superficializadas no processo de percepção e concepção da imagem, faz parte de seu processo projetivo.

Cabe, porém ao ser humano do século XXI aguçar sua pedagogia da emoção levando à imagem e seu processo de projeção o devido sentido da representação contextual de determinada época, com seu lócus político e social.

Contudo, aqui se trabalhou mais a forma do conteúdo processado para atingir os sentidos e corporificar e validar um território de sagrado. Não são as imagens em si que persuadem, mas a forma como estas são trabalhadas.

A Igreja Eletrônica, ao investir no poder do vídeo, não apenas está destacando a função e o espaço de influência que a TV trabalha na sociedade brasileira, como e também, retroalimenta um espaço, cujo sagrado se confunde com o processo de captação de imagem e a ritualização do mito. Ou seja, na base do elemento estrutural e primeiro do processo de organização de idéias [imaginário], as imagens percebidas confundem-se com o espaço mitológico, comum a todo ser humano, e, logo, convergem à ação imagética do elemento de significação de sentidos e validação de um sagrado que nos alcança, via TV.

Assim, não seria a idéia que se projeta e cria o objeto religioso sem que o sujeito se perceba que o objeto é fruto de sua necessidade humana em vida,¹⁰² mas, sim, a representação já trabalhada da idéia de um grupo que, com seus ritos, doutrina e organização social, retorna ao imaginário deste telespectador e o faz crer que a consolidação do sagrado e sua interseção [benção e maldição] acontecem via ondas.

Para tal, vale lembrar que a este processo de projeção entre a imagem que tenho de meu objeto religioso e o encontro da imagem trabalhada, confere ao espaço virtual de ação, autoridade de legitimação de um espaço decorrente, não propriamente da TV, mas da interação entre espaço de interlocução e a conversão

¹⁰² FEUERBACH, 1997. p. 115.

semiótica da própria imagem televisiva, que converge à *imago* em aspecto de sagrado.

Assim, o virtual como sagrado não é sagrado porque foi produzido como sagrado, ainda que, a intenção de seus produtores seja de levar Jesus,¹⁰³ mas fruto de uma modernidade que, longe de distanciar-se das novas tecnologias de comunicação, compõe e valida o espaço das representações como o espaço do espetáculo e da tragédia, da saúde e da doença, da riqueza e da pobreza.

O espaço da pós-modernidade é espaço das possibilidades, de encontros e desencontros, é o espaço que delibera a favor do sentido, do sentimento alcançado ou que se queira alcançar, das intenções manifestas, mas nem por isso entendidas. É, de fato, o espaço em que ocorre a idéia e sua auto-consumação. A consumação dos sentidos e desejos, ora lidos, mas não entendidos, mas externizados à capacidade de solidão. Não a solidão de exclusão, fruto de uma rejeição de grupo, mas uma solidão, resultante de um processo do aprisionamento pelo desejo do desejo do outro e, ao mesmo tempo, minha auto-negação, ou melhor, não aceitação.

A imagem, neste sentido, cria corpos cuja razão não encontra o sentido de existir, e o simulacro passa a ser a principal alternativa de contemplação, cuja visão já casada ou trabalhada só enxerga o que os produtores de imagem querem que se veja.

Cabe, pois, entender que a imagem virtualizada não é somente a intenção de seu produtor junto ao telespectador, mas, sim, a carga ideológica que transpassa tanto o discurso do produtor [igrejas eletrônicas], como a própria idéia operacionalizada na mente do telespectador.

É no encontro da idéia do telespectador ao do produtor, que o sagrado virtual solidifica sua existência de ação, sem que, para isso necessite compreender e problematizar as técnicas comunicativas.

Neste espaço tecno-solitário do virtual televisivo que o sagrado humano vivenciará sua angústia existencialista e solidificará a idéia de um sagrado cada vez

¹⁰³ Refiro-me a TV Boas Novas.

mais fulgaz, mais virtualizado e distante da lógica coletiva de grupo, de comunidade, julgando-se auto-suficiente, em espaços de interseções e vivenciando uma transcendência solitária de auto-suficiência¹⁰⁴.

Caberá ao ser humano deste século buscar solucionar o vazio, a distância da humanidade complexada¹⁰⁵, sonolenta e narcisica, compreendendo que os laços de sentidos, de desejos e repressões são registros de imagens marcadas e processadas no interior do imaginário humano como forma de não operacionalizar e externizar o poético bachelardiano, cuja imagem é criadora de pensamentos estando para as causas e não efeito.

Necessário despertarmos para uma humanidade a parti do “Eu sinto” ao invés do “Eu vejo” olhando o futuro não a partir de filosofias velhas, mas sim, de um olhar novo sobre o mundo colocando o mundo como provocação e a vida como processo contínuo de reencantar o presente na promessa de um futuro melhor.

¹⁰⁴ LIPOVETSKY, Gilles. A Era do Vazio – ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri, SP: Manole, 2005. pp. 1-50.

¹⁰⁵ Entendida segundo Sigmund Freud.

REFERÊNCIAS

- ANTONINI, Eliana Pibernat. **Do receptor das imagens midiáticas**. Disponível em <http://www.eca.usp.br> Acesso em 25 jan. 2007.
- ASSMANN, Hugo. **A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.
- AUGÉ, M. **La guerra de los sueños**. Barcelona: Gedisa, 1998
- AZEVEDO, Mateus Soares de. **A inteligência da Fé – Cristianismo, Islamismo e Judaísmo**. Rio de Janeiro: Nova Era, 2006.
- BAUMAN, Zygmunt. **O Mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- _____, **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BERGER, Peter. **O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião**. São Paulo: Paulus, 1985.
- BERLO, David Kenneth. **O Processo da comunicação: introdução à teoria e a prática**. 10. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BERNAR, François. Privatização ou divisão de diversidade e identidades culturais? In: SIDEKUM, Antonio (Org). **Alteridade e Multiculturalismo**. Ijuí: Unijuí, 2003. p. 59-69.
- BEYLOT, Pierre. **O pseudo ao vivo reality show**. Cadernos de Antropologia e Imagem, v. 5, n.2, p. 53-60, 1997.
- BONFATTI, Paulo. **A expressão popular do sagrado: Uma análise psico-antropológica da Igreja Universal do Reino de Deus**. São Paulo: Paulinas, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.
- BRAGA, J. L.; PORTO, S. D.; FAUSTO NETO, A. **A Encenação dos sentidos: mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- CAMARA, Samuel. **História Oficial da Igreja-Mãe da Assembléia de Deus no Brasil – 90 anos de Pentecostes**. Edição Comemorativa 90 Anos. Belém- Pará, 2001.
- CAMPBELL, Josef. **O poder do Mito com Bill Moyers**. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. **A Igreja Universal do Reino de Deus, um empreendimento religioso atual e seus modos de expansão** (Brasil, África e Europa). Rio de Janeiro: Lusotopie. 1999.
- CESAR, Waldo. O mundo pentecostal brasileiro. **Cadernos Adenauer nove: Fé, vida e participação**. São Paulo, nov. 2000. p. 53-69.

- CHAUI, Marilena. **Simulacro e Poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006. p. 37
- COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural?** 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- CORREA, Roberto Lobato; ROSENDHAL, Zeny. **Paisagem, imaginário e espaço**. Rio de Janeiro: UERJ, 1999.
- CUNHA, Paulo José. Televisão e Poder no Brasil. **Observatório da Imprensa**. p. 5-6. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>. Acesso em: 5 jun. 2002.
- DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arqueologia geral. Tradução Hélder Godinho. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- FAUSTO NETO, Antonio. **Processos midiáticos e construção das novas religiosidades** - dimensões discursivas. p. 1-5. Disponível em: <http://www.intexto.ufrgs.br/v7n7/a-v7n7a3.html>. Acesso em: 27 ago. 2004.
- FECHINE, Yvana. **Uma proposta de abordagem do sensível na TV**. Disponível em <http://www.google.com.br>.> Capturado em 22 de Mar de 2007.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio Século XXI: o minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.
- FEUERBACH, Ludwig. **A essência do Cristianismo**. 2. ed. São Paulo: Papirus, 1997.
- FEYERABEND, Paul. **Contra o Método**. São Paulo: UNESP, 2007.
- FONSECA, Alexandre Brasil. **Evangélicos e mídia no Brasil**. Rio de Janeiro: Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997. Dissertação de Mestrado em Antropologia. 87f.
- FOUCAULT, Michael. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- FRANÇA, Fernando César T. Retorno ao poder teológico-político? In: NOVAES, A. (Org.). **A crise do Estado-Nação**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p. 169-206.
- FREUD, Sigmund. **O Futuro de uma ilusão** (1927). Rio de Janeiro: Imago, 1997.
- GALLO, Silvio. Anarquismo e Filosofia da Educação. Disponível em: www.sitinn.hpg.ig.com.br/oparadigmaanarquistaemeducao. Acesso em: 16 jan. 2007.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- GIDDEENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.
- GIDDEENS, Anthony. **Sociologia**. Porto Alegre: Artmed, 2005.
- GOMES, P. C. O. Conceito de religião e discussão. In: CASTRO, I. E. (Org.). Geografia, conceitos e temas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995 apud RAMAGEM, S. B. Judaísmo e ecologia. **Humanistas**, Belém, v. 14, n. 1/2, p. 73-88, jan./dez. 1998.

- GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- HABERMAS, Jürgen. **Teoria de la acción educativa: complementos y estudios previos**. Madrid: Catedra, 1997.
- HERMANN, Nadja. **Hermenêutica e educação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- HOINEFF, Nelson. **A nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.
- HOUTART, François. **Mercado e religião**. São Paulo: Cortez, 2003.
- HUIZINGA, Johan. **HOMO LUDENS – O jogo como elemento de cultura**. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- JESUS, Luciana Maria de. **Análise do discurso religioso da Igreja Universal do Reino de Deus**. Uma abordagem do culto televisivo. São Paulo: Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas (FFLCH)/USP, 2002. Dissertação de Mestrado.
- JAPIASSU, Hilton. **Introdução ao pensamento epistemológico**. Rio de Janeiro: F. Alves, 1991.
- JOLY, Martine. **Introdução a Análise da Imagem**. Campinas: Papyrus, 1996.
- LEDOUX, J. **O cérebro emocional: os misteriosos alicerces da vida emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.
- LÉO, S.C.J. **Tocar o Senhor**. São Paulo: Loyola, 1994.
- LEGROS et al. **Sociologia do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- LIBERA, Alain de. **Pensar na Idade Média**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A Era do Vazio – ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Barueri, SP: Manole, 2005.
- LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Elementos de estética**. 3ª ed. Belém, EDUFPA, 2002.
- MAFFESOLI, Michael. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- MARIZ, Cecília Loreto. “A Rede Vida”: o catolicismo na TV. **Cadernos de Antropologia e Imagem**. Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 41-55. 1988.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico**. São Paulo: Paulus, 2003.
- MAY, Rollo. **O homem à procura de si mesmo**. 25 ed. Petrópolis. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.
- MENDONÇA, Antônio Gouvêa. **Protestantes Pentecostais e Ecumênicos: o campo religioso e seus personagens**. São Bernardo do Campo: UMESP, 1997.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1971.
- MEZAN, Renato. **Freud, pensador da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

- MICHELET, Jules. **A agonia da Idade Média**. São Paulo: EDUC, 1992.
- MONTES, Maria Lúcia. "As Figuras do Sagrado: entre o Público e o Privado", In: SCHWARCZ, L. M. (Org.) **História da Vida Privada no Brasil**. 4. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- MONTIEL, Edgar. A nova ordem simbólica: a diversidade cultural na era da globalização. In: SIDEKUM, Antonio (Org.). **Alteridade e multiculturalismo**. Ijuí: Unijuí, 2003.
- NEVES, Manoella & PARZIANELLO, Geder. **Pedagogia da análise dos efeitos de sentido**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 25 Mar. 2007.
- NIETZSCHE, Friedrich. **Gaia Ciência**. São Paulo: Cia das Letras, 1984.
- ORLANDI, Pulcinelli Eni. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- ORO, Ari Pedro, STEIL, Carlos A. (Org.). **Globalização e religião**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- PASSETI, Edson. **Anarquismo e sociedade de controle**. São Paulo: Cortez, 2003.
- PINTO, Milton José. Semiologia e Imagens. In: BRAGA, J. L., PORTO, S. D., FAUSTO NETO, A. **A Encenação dos sentidos: mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- PORTO, Humberto & SCHLESINGER, Hugo. **Dicionário Enciclopédico das Religiões**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- PRANDI, Reginaldo. A Religião do planeta global. In: ORO, P. A.; STEIL, C. A. (Org.). **Globalização e religião**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- PRETTE, A. D.; PRETTE, Z. A. P. Assertividades, sistema de crença e identidade social. **Psicologia em revista**, Belo Horizonte, v. 3, n. 13, p. 127, jun. 2003.
- RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.
- RAJCHMAN, John. **FOUCAULT – A Liberdade da Filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.
- RAMAGEM, S. B. Judaísmo e ecologia. **Humanistas**, Belém, v. 14, n. 1/2, p. 73-88, jan./dez. 1998.
- RENAUD, A. **Videoculturas de fin de siglo**. Madri: Cátedra, 1990.
- REY, Germán & MAERTÍN-BARBERO, J. **OS EXERCÍCIOS DO VER – HEGEMONIA AUDIO VISUAL E FIXAÇÃO TELEVISIVA**. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.
- ROCCO, Maria Thereza Fraga. **Linguagem autoritária – Televisão e Persuasão**. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- ROMANO, Maria Carmen Jacob. Análise da composição textual das Telenovelas – Percurso Necessário para Pensar o Fenômeno da Recepção. In: FAUSTO NETO, A., PINTO, M.J. (Org.) **O indivíduo e as mídias: ensaios sobre comunicação, política, arte e sociedade no mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Diadorim /COMPÓS, 1996.

- ROSENDAHL, Zeny. **Espaço e religião**: uma abordagem geográfica. 2. ed. Rio de Janeiro: UERJ, 2002.
- SANCHIS Pierre. Religiões, religião... alguns problemas do sincretismo no campo religioso brasileiro. In: _____. **Fiéis e cidadãos**: Percursos de sincretismo no Brasil. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001.
- SANCHIS, P. (Org.). **Fiéis e Cidadãos: Percursos de sincretismo no Brasil**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001.
- SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem, cognição, semiótica e mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1985.
- SARTORI, Giovanni. **Homo videns**: televisão e pós-pensamento. São Paulo: EDUSC, 2001.
- SCHOPENHAUER, Arthur. **O mundo como vontade e representação**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.
- SCHULTZ, Adilson. **Agenciamentos teórico-metodológicos básicos para o estudo do lugar do protestantismo no imaginário religioso brasileiro a partir do encontro da teologia com a literatura** (na casa de João Guimarães Rosa). Disponível em: http://www.est.com.br/nepp/numero_01/artigo_02.htm. Acesso em: 27 ago. 2004.
- SIEGMUD, George. **O ateísmo moderno** – História e Psicanálise. São Paulo: Loyola, 1966.
- SILVA JÚNIOR, Otoniel Fernandes da Silva. Por uma geografia do imaginário: percorrendo o labirinto mundo do imaginário em uma perspectiva geográfica cultural. **Revista eletrônica do Centro de Estudos do Imaginário**, ano 1, n. 3, out./dez. 2001. 17 p. Disponível em: <<http://www.unir.br/~cei/artigo31.html>>. Acesso em: 16 nov. 2004.
- SILVA, Juremir Machado da. **As Tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis** – Afeto, Mídia e Política. Petrópolis: Vozes, 2006.
- _____. **A Máquina de Narciso** – televisão, Indivíduo e Poder no Brasil. São Paulo: Cortez, 1990.
- THOMPSON, John B. **Mídia e modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.
- TILBURG, João Luis Van. O Telespectador e a relação espaço-tempo: uma questão epistemológica In: BRAGA, J. L., PORTO, S. D., FAUSTO NETO, A. **A Encenação dos sentidos**: mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- TRIGO, Pedro. Imaginário alternativo al imaginario vigente y al revolucionario. In: AYESTARÁN, José C. (Dir.). **ITER - Revista de Teologia**. V. 3, n. 1. Caracas : ITER, 1992.

- WILLAIME, Jean-Paul. Prédica, culto protestante e mutações contemporâneas do religioso. **Estudos de Religião**, Ano XVI, n. 23, p. 41-45, jul/dez. 2002.
- WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. Rio de Janeiro: Ática, 1996.
- ZAMORA, Martha. **Frida Kahlo** -The Brush of Anguish. Chronicle Books: San Francisco, 1990.