



Fé, câmera, ação: a mediação da IURD em território carioca¹
Faith, camera, action: the mediation of the IURD in Rio de Janeiro

Vinícius Ramos Lubanco Amantéa

Patricia Gonçalves Saldanha

Palavras-chave: Mediação, Produção Audiovisual, Neoliberalismo, Religião

Este trabalho faz parte do processo de investigação de mestrado que está em fase inicial. Trata-se de uma pesquisa que pretende pensar sobre a expansão territorial das igrejas evangélicas como estratégia que consubstancia o processo de mediação da fé, a partir da experiência do “Congresso para o Sucesso”, transmitido através da TV aberta pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Além da transmissão, observamos o culto/palestra na Abolição, um dos muitos bairros do subúrbio carioca, na zona norte da cidade, onde reside parte significativa da classe trabalhadora. Procuramos escapar da perspectiva reducionista que comumente entende território enquanto delimitação de um espaço físico, mas percebemos o território como um sentido identitário que preenche e, portanto, pode transformar uma mera referência geográfica num lugar que tem ou renova a própria história e confirma ou reconfigura seu espírito comunitário. O território é a característica “que dá identidade ao grupo” (SODRÉ, 1988:22). Logo, a compreensão do significado de determinado território e sua posterior captura, ressignificação e retransmissão pode ser circuito estratégico para retratar um lugar ou uma comunidade “não como a mera convivência num território, mas como o

¹ Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

compartilhamento (ou uma troca), relativo a uma tarefa, implícito na obrigação simbólica que se tem para com o Outro”. (PAIVA *et al.* 2014:06).

Partimos do pressuposto que o processo de midiatização viabilizou a ampliação territorial da IURD tanto pela TV aberta como pela internet, através do Youtube, a exemplo da transmissão do programa “Congresso para o Sucesso”. Assim, nossa hipótese presume que a articulação entre religião e meios de comunicação podem impulsionar a disseminação de discursos individualistas que, por estarem integrados aos ideais hegemônicos da grande mídia, contribuem para a ampliação do número de fiéis, no caso desta pesquisa, evangélicos e, em sua maioria, neopentecostais. Trata-se de uma construção narrativa que contribui para o fortalecimento de uma coerência capaz de fortificar um “nexo atrativo entre o si próprio e o outro” (SODRÉ, 2002, p. 223), seja o outro um indivíduo ou uma comunidade. Consideramos que os conteúdos propagados têm uma força política baseada na ideologia neoliberal, repleta de valores que vão paulatinamente se enraizando na vida cotidiana não só nas ambiências das igrejas, como em vários pontos de contato midiáticos consumidos por seus seguidores.

Como hipótese secundária, supomos que este discurso de dominação pode configurar um instrumento persuasivo, cujo elemento de enfraquecimento coletivo demonstra um sintoma claro da hegemonia desse tipo de discurso. Conseguimos perceber que a demonização dos movimentos sociais faz parte da estratégia desse discurso, que por sua vez vão minando as forças de resistência política em determinados lugares, a exemplo dos recentes movimentos que vêm ocorrendo no bairro da Abolição, que concentra parcela da classe trabalhadora da cidade do Rio de Janeiro.

Problematizamos em que medida os sistemas midiáticos, que invadem o cotidiano e percorrem nossas casas, podem ampliar valores e determinados critérios, fazendo circular determinados tipos de afetos que fortalecem ou ressignificam as características territoriais de um determinado lugar. Questões sobre a comunicação no cotidiano são imprescindíveis para pensar a circulação desses valores neoliberais, dos quais se confundem aos valores religiosos. E na medida que observamos o crescimento



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

dos evangélicos no Brasil, percebemos a influência cada vez maior da igreja evangélica no Estado e nas instituições brasileiras, em decorrência de suas atuações midiáticas e sua expansão territorial. O crescimento dos evangélicos no Brasil é um fato determinante para entender a conjuntura do tecido social brasileiro nos dias de hoje. Neste início da pesquisa, queremos entender como um recorte de determinado meio de comunicação pode contribuir para um rearranjo social e político. Com a importante ressalva que evangélicos não são uma categoria homogênea e pré-determinada.

Desta forma, partimos de um contexto histórico desse crescimento de fiéis ao final da década de 70. Neste momento, evangélicos representavam apenas 5% dos brasileiros, hoje são um terço da população adulta no país, e na próxima década, segundo projeções estatísticas, o número de fiéis pode superar o de católicos (SPYER, 2020, p.21).

E a partir desse crescimento, vamos observar a ampliação em grande parte nas regiões e territórios onde a classe trabalhadora da cidade do Rio de Janeiro vive. A magnitude deste trânsito religioso nos diz muito sobre a influência de determinados valores capitalistas que percorrem a vida cotidiana.

Nos últimos 30 anos, os evangélicos aumentaram sua participação na vida pública, transcendendo a fronteira da igreja para ocupar espaços na mídia, na cultura e na política. Inicialmente objeto de estudos na sociologia brasileira, o fenômeno passou a chamar a atenção de pesquisadores de outras áreas do conhecimento, como a antropologia, após a divulgação dos resultados do último Censo, realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 2010, que identificou aumento de 61% na população evangélica do país, no período de 10 anos. De lá para cá, múltiplas hipóteses vêm sendo desenvolvidas para tentar apreender a realidade marcada pela disseminação das igrejas evangélicas em todo o território brasileiro – entre elas as diferenças hierárquicas, a organização política e de funcionamento em relação ao catolicismo (QUEIROZ, 2019).

O número de evangélicos cresceu cerca de 61,5% em dez anos, com 16 milhões de novos fiéis, de acordo com levantamento divulgado com base no Censo 2010 do



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

IBGE, que também apontou continuidade na queda de católicos no Brasil. Diante este cenário, ainda temos um crescimento da participação na política institucional, e que a partir de 2020 atinge um alcance de 80% dos partidos no Brasil, com projeções de ocupação de 30% do congresso, segundo matéria da Folha de São Paulo de fevereiro de 2022 (BALLOUSSIER, 2022).

Para percorrermos as relações entre política, economia, religião e a classe trabalhadora, partimos do texto clássico de Weber - “A ética protestante e o espírito do capitalismo”(2013). No capítulo “confissão e estratificação social”, o autor observa que existe uma relação entre a ética protestante e a posse do capital, a partir de dados empíricos, pois percorre sociedades onde o capitalismo está se desenvolvendo, modificando a estratificação social e reordenando a estrutura profissional da população de acordo com suas necessidades (WEBER, 2013, p. 33). A ética protestante se adapta, constrói e influencia o capitalismo moderno, o que fundamenta nosso trabalho, quando examinaremos o programa “Congresso para o Sucesso”, a partir do recorte de cinco programas no ano de 2021. É possível notar, à luz do conceito de valor de Agnes Heller, como valores neoliberais circulam em determinados circuitos midiáticos e como podem estabelecer sua rede de afetos no cotidiano.

Diante de um fato social e de determinado tempo histórico, percebemos que o crescimento de evangélicos neopentecostais no Brasil é um dos fenômenos de massas mais importantes das últimas décadas, e, por isso, merece ser observado por um aparato metodológico que proporcione uma análise das disputas no âmbito da Mídia e do Cotidiano, principalmente nos recortes da classe trabalhadora. A partir de perspectivas que observam a mídia como parte fundamental e constitutiva da formação das sociedades modernas, entendemos que existe uma colisão de valores nas esferas heterogêneas do cotidiano (HELLER, 2008, p.15), e que a midiatização (SODRÉ, 2002) promove um papel fundamental nessas tensões.

Assim, o corpus de nossa pesquisa será estruturado por 5 palestras/programas do “Congresso para o Sucesso”, coletados entre em 2021, ano que temos uma organização



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

e sistematização desse conteúdo no canal da IURD no Youtube. a partir dessa observação, vamos verificar se os fragmentos e signos que atravessam o conteúdo discursivo propagado, indicam valores que conectam o divino com a prosperidade. Recortamos cinco expressões compostas por texto e imagem, para uma consistente análise semiótica: empreendedorismo de si mesmo, sucesso financeiro, superação de alguma dificuldade pessoal, fortalecimento de questões morais. A escolha se deu não só pela possibilidade de constatar a mediação com as características territoriais para quem assiste ao programa, mas como podem servir como referências promotoras de aumento de circulação, ou de miatização, pois

toda vez que se medeia, pressupõe-se que tem alguém intercalando com o usuário final, mas em se tratando de miatização, sugere-se que há uma interpelação direta da mídia. Atualmente, a mediação está na ordem dos espaços tradicionais que, tem sido diretamente miatizados, logo, tem sido, em parte, absorvidos e adequados às imposições mercadológicas (SALDANHA, 2017:193)

Tais expressões coadunam com o público em observação pois, conformam um sentido para cerca de 1.477.021 fiéis evangélicos na cidade do Rio de Janeiro (CENSO, 2010), com uma participação política importante na cidade Nossa ideia é analisar se e como a lógica estrutural da comunicação contemporânea tem colaborado para o ajustamento tátil em seus interagentes, compreendendo tatilidade enquanto “interação dos sentidos a partir de imagens simuladoras do mundo” (SODRÉ, 2006, p.105).

Por fim, consideramos que, ainda que não seja uma massa homogênea, estamos trabalhando com um público que possui muitos valores em comum e elegem representações evangélicas não só no Rio de Janeiro, como em todo o país. Ressaltamos que, ainda que a dita bancada evangélica possua movimentos políticos mais ou menos homogêneos, contemplam contradições, divergências e disputas. Em outras palavras, não se trata da fé ou da maneira como as produções audiovisuais são realizadas, mas as ações que derivam de certa miatização de valores, dos quais vão se desenvolvendo e expandindo sua influência no território carioca.



Referências

BALLOUSSIÉ, Ana Virgínia. Bancada evangélica quer ser 30% do congresso, diz seu novo presidente. Folha de S.Paulo, São Paulo, 10 de fev. de 2020. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/02/bancada-evangelica-quer-ser-30-do-congresso-diz-seu-novo-presidente.shtml> >. Acesso em: 10 de ago. de 2022.

FONSECA, Alexandre Brasil. **Evangélicos e Mídia no Brasil**. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco; Curitiba: Faculdade São Boaventura, 2003.

FREITAS, Amanda. Weber, “**A ética protestante e o espírito do capitalismo**” <https://lavrapalavra.com/2020/03/17/weber-a-etica-protestante-e-o-espírito-do-capitalismo/#comments>

HELLER, A. **O cotidiano e a história**. 11 edição. Rio de Janeiro: Paz e terra, 2016.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

MAIA, Eduardo. **Os evangélicos e a política**. Em tese: revista eletrônica dos pós-graduandos em Sociologia Política da UFSC. Vol. 2 no 2 (4), agosto-dezembro/2006, p. 91-112. Disponível em: <http://www.emtese.ufsc.br>

MARIANO, Ricardo. **Efeitos da secularização do Estado, do pluralismo e do mercado religioso sobre as igrejas pentecostais**. Civitas: Revista de Ciências Sociais. Vol. 3(1), Porto Alegre, EDIPUCRS, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Ofício de cartógrafo – Travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARTINO, L. M. S. **Mídia, Religião e Sociedade**. São Paulo, 2018. Disponível em: < <https://midia religiao e sociedade.com.br/midia-e-religiao-o-fenomeno-e-seu-campo-de-estudos-entrevista-com-luis-mauro-sa-martino/> > Acesso em: 10 de agosto de 2021.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

_____. Mediação e mediação da religião em suas articulações teóricas e práticas. In: Maria Angela Mattos; Jeder Janotti Jr.; Nilda Jacks. (Org.). Mediações e

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

_____. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

_____. **A forma de vida da mídia**. Entrevista concedida a Mariluce Moura. Revista Fapesp, São Paulo, ed. 78, ago 2002. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/a-forma-de-vida-da-midia/>

_____. **Estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis (RJ): Vozes; 2006.

_____. **O terreiro e a cidade**: a forma social negro-brasileira. Rio de Janeiro: Mauad X, 2019.

QUEIROZ, Cristina. **O crescimento da fé evangélica**. Nexo, 2019. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/externo/2019/12/09/O-crescimento-da-f%C3%A9-evang%C3%A9lica>>. Acesso em: 20/01/2020.

SPYER, J. **O povo de Deus: quem são os evangélicos e por que eles importam**. 1 edição. São Paulo: Geração editorial, 2020.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 2013.