

AMARILDO TOSTA SANTOS

JORNALISMO EM NOME DE DEUS

ANÁLISE DE CONTEÚDO E DO DISCURSO DO  
JORNALISMO EM NOME DE DEUS  
PRATICADO PELO JORNAL FOLHA UNIVERSAL,  
*um jornal a serviço de Deus*

SALVADOR  
1996

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROJETO EXPERIMENTAL EM JORNALISMO

AMARILDO TOSTA SANTOS

ANÁLISE DE CONTEÚDO E DO DISCURSO DO  
JORNALISMO EM NOME DE DEUS  
PRATICADO PELO JORNAL FOLHA UNIVERSAL,  
*um jornal a serviço de Deus*

MONOGRAFIA

Apresentada à Coordenação do Curso de Graduação em  
Comunicação / Jornalismo, da Universidade Federal da Bahia,  
sob orientação do professor Othon Jambeiro, como requisito  
parcial para a conclusão do curso em Comunicação

SALVADOR - BAHIA  
1996, Dezembro

## SUMÁRIO

### 1ª PARTE

1	RESUMO.....	3
2	INTRODUÇÃO.....	4
3	BREVE HISTÓRICO.....	7
3.1	Evangélicos.....	7
3.2	Igreja Universal do Reino de Deus.....	8
3.3	Folha Universal.....	9

### 2ª PARTE

4	ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	12
4.1	Um estudo panorâmico sobre a Folha Universal.....	12
4.2	A Metodologia.....	12
4.3	Análise Morfológica.....	13
4.4	Conteúdo da Ilustração.....	14
4.5	Análise Global do Conteúdo.....	16
4.6	Conteúdo da Informação Jornalística.....	17
4.7	Os Aspectos Importantes.....	19
4.8	Os Gêneros Jornalísticos.....	20
4.9	Conteúdo da Propaganda.....	23
4.10	Conteúdo do Entretenimento.....	25
4.11	Principais Características do Conteúdo da Folha Universal.....	27

### 3ª PARTE

5	ANÁLISE DO DISCURSO.....	29
5.1	As Categorias Fundamentais do Discurso da Igreja Universal do Reino de Deus.....	30
5.2	As Bases do Discurso.....	31
5.2.1	Batismo no Espírito Santo.....	31
5.2.2	A Posse e Fruição.....	32
5.2.3	O Elemento Demoníaco.....	34
5.2.4	Cura, Exorcismo e Libertação.....	35
5.2.5	Os Dízimos e as Ofertas.....	36
5.2.6	Resumo das Bases do Discurso da IURD.....	38
5.3	As Categorias Fundamentais do Discurso da IURD nos textos do jornal Folha Universal.....	39
5.3.1	O Que os Números Revelam.....	41
5.4	Críticas à Rede Globo - A Encarnação do Diabo.....	42
5.5	Proselitismo.....	45
5.5.1	Proselitismo Político.....	45
5.5.1.1	Cristão Vota em Cristão.....	46
5.5.1.2	Uma Igreja em Campanha Eleitoral.....	47
5.5.2	Proselitismo Religioso.....	48
6	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO DISCURSO DA FOLHA UNIVERSAL.....	50
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
7.1	Jornalismo em Nome de Deus.....	53
7.2	Uma Imprensa Apologética.....	54
8	BIBLIOGRAFIA.....	56
9	ANEXOS.....	58

## 1 RESUMO

Este trabalho analisa o conteúdo e o discurso do jornal Folha Universal, publicação oficial da Igreja Universal do Reino de Deus.

A pesquisa foi dividida em três partes: a primeira, a título de introdução no tema, faz um breve histórico sobre a instituição que produz o jornal; a segunda, analisa o conteúdo do jornal com a finalidade de identificar suas principais características; a terceira analisa o discurso buscando verificar suas categorias.

Concluimos que a Igreja Universal do Reino de Deus usa o jornal para reforçar e sistematizar o seu discurso e também como porta-voz dos posicionamentos dos seus dirigentes. Para chegar a esta conclusão foi realizado um estudo dos exemplares de setembro a início de novembro de 1996, período de eleições municipais. Foi incluído um exemplar do início do ano para verificar o comportamento do jornal fora do período eleitoral. As matérias foram classificadas por temas e o seu conteúdo analisado.

## 2 INTRODUÇÃO

O crescente uso dos meios de comunicação para integrar ideais, afirmar valores, fortalecer posições ideológicas, interesses e instituições é um fenômeno atual da sociedade brasileira. Jornais, revistas, rádios e televisões estão cada vez mais nas mãos de grupos empresariais, políticos e religiosos que disputam seus espaços sociais e se servem da mídia para conquistarem seus objetivos. Neste contexto, a produção da informação toma contornos diferentes dos sugeridos pelos “newsmaking”, que apontam para uma “distorção involuntária” da notícia “intimamente ligada às rotinas produtivas e aos valores profissionais” (Wolf, 1992, 174). As notícias adquirem, também, propósitos manipulatórios de origem externa aos “meios” com o intuito de defender determinada perspectiva política, moral ou religiosa.

A apropriação por grupos religiosos do que se convencionou chamar “a mídia de Deus”, na disputa por prosélitos via “mass media”, acabou tornando a evangelização um fenômeno marcante da comunicação na atualidade (Mattiussi, 1995, 4). EM NOME DE DEUS as religiões ocupam espaços na mídia, empenhadas em conquistar fiéis para a palavra de Deus, segundo suas respectivas versões. Os evangélicos, geralmente em contraposição a católicos, espíritas e adeptos de religiões afro-brasileiras, todos falando em nome de Deus, utilizam-se dos meios de comunicação para conquistar novos adeptos.

Desde o dia 12 de outubro de 1995, após o episódio em que o bispo Von Helder da IURD (Igreja Universal do Reino de Deus) tocou com o pé uma imagem de gesso de Nossa Senhora Aparecida, em um programa da Rede Record, o Brasil tomou conhecimento de uma acirrada disputa na mídia montada em torno do nome de Deus. As igrejas de todos os credos fazem dos meios de comunicação um negócio promissor. Entretanto, nenhuma delas valoriza tanto a comunicação como a Universal. A mídia tem um papel fundamental no crescimento desta igreja. No início, em 1977, Edir Macedo, fundador da IURD, começou na Rádio Metropolitana com um programa de apenas cinco minutos, atingindo em pouco tempo, cinco horas diárias. Aos poucos foi ampliando sua participação nos meios de comunicação até chegar ao lance mais ousado nesta área, quando comprou a Rede Record em 1990.

Fora da mídia eletrônica, a igreja é dona do jornal “Hoje em dia”, de Minas Gerais, e do Jornal “Folha Universal”, semanário oficial com tiragem na casa de um milhão de exemplares, atingida em apenas cinco anos de existência. Este jornal, grande sucesso do jornalismo religioso brasileiro sem precedentes na história, é o objeto de estudo desta pesquisa. É publicado em formato “Standard”, com 16 páginas divididas em dois cadernos. Possui editorias de opinião e cartas, nacional, internacional, geral, variedades, saúde, esportes, infantil, colunismo social, educação, turismo e classificados. É um jornal colorido, com anúncios diversos e que no seu conteúdo mistura testemunhos de curas espetaculares (“Família curada de AIDS”), notícias da própria igreja (“IURD é uma das instituições de maior prestígio no país”), variedades (“Caminhada, o melhor exercício”), opinião, política, etc. (Folha Universal, 1995, nº 201).

É exatamente o conteúdo deste jornal que mais desperta interessantes questões a respeito deste tipo de jornalismo. Como se dá efetivamente a imprensa em nome de Deus? O que seria e qual o significado do jornalismo religioso? O jornalismo da Folha Universal deve ser analisado como proposta especializada da atividade jornalística?

O objetivo específico deste trabalho é analisar o jornalismo praticado pela *FOLHA UNIVERSAL, um jornal a serviço de Deus*, caracterizando-o, definindo-o e identificando-o como uma ramificação e especialização do jornalismo atual. Ou seja, enquadrá-lo no que seria o jornalismo religioso. A pesquisa busca basicamente levantar as principais características do discurso jornalístico praticado pelo jornal, para que, dentro deste contexto, possa identificar as características do jornalismo religioso.

A princípio pode-se afirmar que o jornal serve de reforço doutrinário da igreja pois informa basicamente suas realizações, histórias sobre conversões e curas de fiéis e notícias de seu interesse. Dessa forma a produção de suas notícias segue moldes próprios, baseando-se mais em depoimentos e comentários que nos fatos. Além disso, é um jornal partidário no sentido de uma defesa de posição e, ao que parece, não tem pretensão de esconder isso.

Visando a introdução do estudo do tema, optamos por fazer um breve histórico sobre os evangélicos que deram origem à Igreja Universal, ambiente em que se produz o Folha Universal. Na segunda parte fazemos uma análise de conteúdo buscando identificar as principais características

do jornal quanto ao que apresenta. Fazemos ainda uma análise do discurso, relacionando as categorias fundamentais do discurso da IURD com as matérias publicadas pelo Folha Universal.

Verificamos que o jornalismo religioso da Folha Universal possui características tanto da grande imprensa, quando se utiliza de padrões modernos como o uso de grandes fotos e títulos, além dos espaços em branco, o que dá ao jornal um aspecto mais solto e leve, como também do jornalismo empresarial quando se dirige a um público específico de uma instituição. É um jornal elaborado, em linhas gerais, seguindo um propósito, o da evangelização; só que - como demonstraremos a seguir - o que o jornal faz é proselitismo, isto é, busca novos adeptos para os posicionamentos ideológicos da Universal, tanto a nível religioso quanto político.

### 3 BREVE HISTÓRICO

#### 3.1 EVANGÉLICOS

Os evangélicos são divididos em históricos, pentecostais e neopentecostais. Em comum possuem a crença na Bíblia como livro sagrado e, portanto, a maior autoridade religiosa, além do direito de todas as pessoas a interpretarem sem intermediários, o que justifica o grande número de denominações cristãs. Divergem da Igreja Católica quanto à autoridade do papa e o uso de santos ou imagens por considerá-las sem fundamentação bíblica. Divergem também dos espíritas e das religiões afro-brasileiras por considerarem os espíritos dos mortos e as entidades da Umbanda e do Candomblé como anjos caídos ou demônios.

Os históricos são basicamente originários do protestantismo surgido com o movimento reformista do século XVI. Abrangem os batistas, presbiterianos, luteranos e metodistas que fundaram suas igrejas no Brasil no século passado. Representam cerca de 33% dos 18 milhões de evangélicos, aproximadamente seis milhões de pessoas (Trevisan, 1995, cad. 1, p. 10).

A descida do Espírito Santo no dia de Pentecostes, quando, de acordo com a Bíblia (Atos dos Apóstolos, cap. 2), Ele apareceu para os apóstolos, cinquenta dias depois da ressurreição de Jesus Cristo, empresta o nome ao movimento que busca o retorno às origens da Igreja Cristã. O pentecostalismo brasileiro pode ser compreendido como a história de três ondas de implantação de igrejas (Freston, 1994, p.70).

A primeira onda acontece a partir de 1910 com a chegada da Congregação Cristã e em 1911 com a Assembléia de Deus. Essas primeiras igrejas pentecostais dão ênfase à manifestação do Espírito Santo, principalmente à glossolália (falar línguas desconhecidas). Quatro décadas depois, quando os pentecostais começam a se fragmentar, surgem a Quadrangular (1951), a Brasil Para Cristo (1955) e a Deus é Amor (1962). O contexto dessa pulverização é paulista. Passam a dar ênfase também às curas divinas e os cultos tornam-se mais emotivos e informais.

A terceira onda de implantação de igrejas pentecostais acontece a partir de 1977 com o surgimento da Igreja Universal do Reino de Deus e

em 1980 a Igreja Internacional da Graça de Deus. Tornam-se conhecidos como neopentecostais e sua característica religiosa é o destaque à cura divina e o exorcismo.

### 3.2 IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

*“A Igreja Universal do Reino de Deus é a combinação de igreja pentecostal e agência de cura divina, pois une a preocupação com as demandas particularistas e com a demanda espiritual de salvação”*  
( Paul Freston)

Fundada em 1977 por Edir Macedo, a neopentecostal Igreja Universal do Reino de Deus é a que mais tem crescido nos últimos tempos no Brasil. Os números chegam a ser surpreendentes para uma instituição que tem duas décadas de existência. Para se ter uma idéia, o Jornal do Brasil do dia 22/10/95, afirma que “se fosse uma empresa, só com a arrecadação de seus fiéis, a igreja ocuparia a 29ª colocação na relação dos maiores e melhores grupos privados do país”. Ou seja, segundo este jornal, o faturamento anual da IURD é maior que a da Açominas, Norberto Odebrecht, Johnson & Johnson, Hoerscht, Kaiser e se igualaria à Brahma e a Sadia.

Para uma igreja que começou numa ex-funerária no bairro da Abolição no Rio de Janeiro, o império econômico que possui hoje é espantoso. Dados de 1995, revelam a Igreja Universal dona de 01 banco, 02 jornais, 01 revista, 30 emissoras de rádio no Brasil e 05 no exterior, 01 rede de TV com 25 repetidoras, 2014 templos no país e 221 em 45 países de todos os continentes, 3 milhões de fiéis em território nacional, arrecadação estimada pela Associação Evangélica Brasileira (AEVB), só em dízimos, de quase R\$ 1 bilhão, 1 partido político em Portugal (Vieira, 1995, p.16), além de um reconhecido poder político no Brasil.

Tal expansão pode ser explicada por atualizações inovadoras do pentecostalismo que provocaram mudanças nos posicionamentos teológicos, litúrgicos, éticos e estéticos. Os neopentecostais estão preocupados não só com a vida espiritual mas também com a vida aqui na terra, quanto à fruição dos bens deste mundo. As liturgias são mais emotivas e informais, a ética e a estética cristã cada vez mais próximas da mundana. “Promessas de salvação instantânea, intimidade com o dinheiro,

tolerância em relação aos costumes dos fiéis, organização empresarial sofisticada, exploração dos meios de comunicação de massa e técnicas de persuasão enérgicas fazem dos neoevangélicos o McDonald's da religião contemporânea” (Silva, 1995, cad.1 p. 14). Se antes “crente não participava de política”, hoje, “irmão vota em irmão”. As igrejas não ficam mais nos altos das escadarias nem de portas fechadas, hoje elas se posicionam à beira das calçadas, portas sempre abertas para os fiéis.

Também na mídia montada em torno do nome de Deus, a estrutura da Universal que, segundo consta, serve para sustentar a missão evangelizadora, é bastante diversificada. São três publicações oficiais: a revista “Mão Amiga” e os jornais “Folha Universal” no Brasil e a “Tribuna Universal” em Portugal. A Editora Gráfica Universal, responsável pelas publicações da Igreja e a Gravadora Line Records, responsável pelos discos e CD's. Na mídia eletrônica é dona de 5 rádios, 1 em Moçambique e 4 em Portugal e da terceira maior rede de TV com concessão própria do país, a Rede Record. São 14 emissoras: 10 registradas em nome de membros da igreja e mais 4 das quais eles são sócios. Só as famílias Marinho (proprietária das Organizações Globo) e Sirotsky (proprietária da RBS), têm mais emissoras próprias que a Universal (Lobato, 1995, cad. 1 p. 18).

### 3.3 FOLHA UNIVERSAL, *um jornal a serviço de Deus*

A Folha Universal é a publicação oficial da Igreja Universal do Reino de Deus no Brasil. Editado pela Editora Gráfica Universal, possui uma tiragem próxima a um milhão de exemplares, atingida em apenas cinco anos de existência. É o grande sucesso do jornalismo religioso brasileiro sem precedentes na história, o maior do seu gênero e um dos maiores do país, se comparado com a grande imprensa. O motivo deste sucesso talvez esteja na sua distribuição. Cada igreja recebe uma quota do jornal que é repassado para os membros ou em retribuição por uma oferta ou simplesmente vendido. As sobras são utilizadas para a evangelização e o custo arcado pela igreja.

Para se ter um exemplo do seu tamanho, um dos principais jornais do país voltados para o público religioso, *O Jornal Espírita*, tem tiragem de 25 mil exemplares em bancas, mais 15 mil distribuídos via assinatura. *O Resenha Judaica*, quinzenal com 45 mil

exemplares. Um levantamento realizado pela Oboré Comunicação, encomendado pela Igreja Católica, encontrou 22 títulos, entre revistas e boletins, que, somados, têm uma tiragem de mais de 300 mil exemplares por mês no Estado de São Paulo (Bresser, 1995, p. 26).

A Folha Universal é publicado em formato “standard”, com 16 páginas divididas em dois cadernos. Possui editorias de opinião e cartas, nacional, internacional, geral, variedades, saúde, esportes, infantil, colunismo social, educação, turismo e classificados. É um jornal colorido, com anúncios diversos e no seu conteúdo mistura testemunhos de curas espetaculares, notícias da igreja, variedades, opinião. política etc.

Uma das características do Folha Universal é a larga utilização de ilustrações. São fotos normalmente relacionadas com a Igreja, grandes concentrações, fiéis, templos etc. É marcante o uso de mensagens icônicas (englobadas em espaços em branco, títulos enormes e grandes fotos) que, em algumas páginas, tomam o espaço de mais da metade. Esta opção pelas mensagens icônicas pode ser considerado uma estratégia do jornal para atrair leitores, utilizando-se de uma técnica empregada no jornalismo institucional que se constitui em tirar fotos de pessoas, pois, quanto mais aparecerem, mais interesse direto o jornal despertará. Além disso é também uma característica do jornalismo moderno.

Definindo-o, portanto, o Folha Universal é ‘jornal’ porque sai periodicamente, usa o formato e o tamanho de um jornal e traz informações (peças que produzem conhecimento) aos fiéis. É igual a qualquer jornal ou informativo corporativo: destina-se aos membros da instituição e, eventualmente, aos simpatizantes. Em consonância com o espírito do grupo que o produz, é polêmico e auto-afirmativo, o que reflete mais o momento sociológico do grupo que qualquer outra coisa.

O semanário FOLHA UNIVERSAL, *um jornal a serviço de Deus*, suscita interesse pela sua especificidade e pela sua linguagem dramática, o que levanta questões sobre o tipo de jornalismo praticado. Para Ciro Marcondes Filho, “antigamente o jornalismo era um tipo de ação política visando alterar o quadro de forças sociais a partir do debate de ideologias e visões do mundo. Hoje em dia, as paixões, os fanatismos, a submissão a uma religião, a um partido, a uma doutrina, a um político são responsáveis pelas deturpações, conforme o jornal: o plano emotivo sobrepõe-se ao racional e permite que o discurso desenvolva-se livremente como uma pregação ideológica” (Marcondes Filho, 1993). Por outro lado Clóvis Rossi afirma que o jornalismo, independentemente de qualquer definição

acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes (Rossi, 1988, p. 7).

Para buscar a compreensão sobre o jornal, a pesquisa procurou levantar primeiramente as principais características do seu jornalismo através da análise de conteúdos, decompondo as categorias de mensagens veiculadas, os gêneros jornalísticos, o conteúdo dos classificados, das ilustrações, sua morfologia, para que assim fosse possível tipificá-lo. Depois de conhecermos o conteúdo, buscamos a compreensão do seu discurso e como ele se dá efetivamente. Após identificarmos as categorias fundamentais da teologia da Igreja Universal, buscamos a sua frequência no jornal e qual o seu significado.

## 4.1 ESTUDO PANORÂMICO SOBRE A FOLHA UNIVERSAL

### 4.2 A METODOLOGIA

Iniciamos essa pesquisa tomando como base dez exemplares do jornal: o número 201, um jornal do início do ano (fevereiro) e o restante 230, 231, 232, 233, 234, 236, 237, 238 e 240, do período de setembro ao início de novembro. A edição 201, deslocada dos meses pesquisados, tem como justificativa verificar qual o comportamento do jornal em períodos não eleitorais. A metodologia aplicada foi a mesma usada numa pesquisa sobre o jornalismo empresarial brasileiro feita por Francisco Gaudêncio Torquato do Rêgo, com algumas adaptações para o estudo deste jornal. Foi feito um estudo panorâmico sobre o jornalismo religioso do Folha Universal que permitiu obter respostas razoáveis acerca de suas características fundamentais.

Dez publicações significam quase vinte por cento (19,23%) da edição anual de um semanário, o que leva a obter uma representatividade estatística satisfatória para se ter respostas significativas quanto à concepção deste jornal. Com este intuito foram feitas algumas análises:

Primeiro, uma análise morfológica para verificar o espaço dado ao texto e às mensagens icônicas, e nessas mensagens, o conteúdo das ilustrações.

Segundo, foi feita uma análise global do conteúdo para se quantificar as principais categorias de mensagens presentes no jornal. As categorias trabalhadas nesta pesquisa foram a informação jornalística, a propaganda e o entretenimento. Após esta análise, para uma maior compreensão, verificou-se no jornalismo o conteúdo das informações e uma análise de gênero jornalístico. Analisou-se, também, o conteúdo da propaganda e do entretenimento.

Após estas análises se obteve as principais características do jornal a nível de conteúdo, o que permitiu tirar algumas conclusões quanto aos seus objetivos e linha editorial, público e linguagem.

### 4.3 ANÁLISE MORFOLÓGICA

Esta pesquisa morfológica foi feita calculando-se em centímetro / coluna o espaço total dos dez exemplares pesquisados, verificando-se o total destinado aos espaços em branco, títulos e ilustrações (aqui tratados como mensagens icônicas), comparando-os com os espaços destinados aos textos. Depois foi feita a média por exemplar.

Quanto ao termo morfológico neste estudo tem o significado tão somente do tratado da forma que o jornal pode tomar e se define comparando os elementos (os títulos, os textos e as ilustrações), encontrados no jornal. Para melhor compreensão definiu-se os elementos da seguinte forma:

#### MENSAGENS ICÔNICAS:

*Espaço em branco:* compreende os espaços circundantes dos títulos, textos e ilustrações.

*Títulos:* compreendendo as manchetes e os títulos principais, os subtítulos, os intertítulos e os antetítulos.

*Ilustrações:* abrangendo as fotografias, charges, desenhos, croquis, propagandas, etc.

#### TEXTOS:

Compreendendo os espaços destinados às notícias, reportagens, editoriais, artigos, crônicas.

ELEMENTOS	Total jornais cm/col.	%	Média por jornal	%
<i>Mensagens Icônicas:</i> <i>títulos, esp./branco e ilustrações</i>	166.292,80	59,2	16.629,28	59,2
Textos	114.607,20	40,8	11.460,72	40,8
<b>Total superfície pesquisada</b>	<b>280.900,00</b>	<b>100,0</b>	<b>28.090,00</b>	<b>100,0</b>

Os números e percentuais encontrados, do ponto de vista morfológico, se apresentam com evidente predominância da mensagem icônica. Essas mensagens representam 59,2% da área impressa, o que dá ao jornal um aspecto menos carregado, mais solto e aberto semelhante às revistas de banca. O Folha Universal é impresso em cores, com muitas fotos e utilização de títulos e espaço em branco circundante aos títulos, sem economia de espaço, o que pode ser considerado como uma estratégia do jornal como chamariz de leitura.

Certamente que a predominância de mensagens icônicas pode significar a característica mais relevante do jornal. Um exemplo marcante aconteceu na edição nº 240 em que a primeira página toda só continha essas mensagens (duas fotos enormes tomavam quase a página toda, dois títulos e dois subtítulos completavam a página).

Se por um lado a opção de utilizar grandes fotos e espaços em branco circundante aos títulos, pode até ser considerado um certo amadorismo em publicação empresarial, por outro, pode também significar uma estratégia das mais importantes, considerando o público alvo do jornal que é o membro da Universal, pois segundo estudos sociológicos, são pessoas de baixa renda e de baixa cultura, por conseguinte, com uma cultura visual (televisiva) muito forte.

#### **4.4 CONTEÚDO DA ILUSTRAÇÃO**

Como já foi identificado, o Folha Universal tem como uma das principais características, as mensagens icônicas (59,2%). Dentro dessas mensagens encontramos as ilustrações, principalmente as fotos que, em algumas publicações, tomam metade da página. Neste estudo o objetivo é decompor o conteúdo das ilustrações para buscar os possíveis significados.

Analisando as edições, foi feita a divisão do conteúdo das ilustrações da seguinte maneira: retrato de membros, grupo de membros, cultos, concentrações, charges/desenhos/gráficos, foto de igrejas, paisagem/gente não pertencente à IURD.

## FREQÜÊNCIA DO CONTEÚDO DA ILUSTRAÇÃO

ILUSTRAÇÕES	201	230	231	232	233	234	236	237	238	240	TOT	%
Retrato de membros da IURD	23	26	28	22	32	13	18	11	11	12	196	26,0
Reuniões ou grupos de membros	13	12	7	4	5	4	12	9	2	5	73	9,7
Cultos	6	18	17	20	23	30	15	11	13	13	166	22,0
Concentrações	13	10	5	2	9	8	2	7	-	7	63	8,4
Foto de igreja	-	1	3	-	-	-	-	-	1	2	7	0,9
Charges, desenhos e gráficos	13	12	14	14	12	21	10	12	11	12	131	17,4
paisagem/gente não pertencente à IURD	7	8	9	8	9	11	5	19	25	17	118	15,6
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>87</b>	<b>83</b>	<b>70</b>	<b>90</b>	<b>87</b>	<b>62</b>	<b>69</b>	<b>63</b>	<b>68</b>	<b>754</b>	<b>100,0</b>

Ao se analisar a distribuição das ilustrações no jornal, nota-se que as fotos sem relação direta com a igreja tem um percentual pequeno (15,6%), o restante, 84,4% tem relação direta. 30,4% são de grandes reuniões, ou são templos (22,0%), ou ginásios e estádios de futebol (8,4%), todos superlotados. Isto implica que nas publicações, milhares de pessoas estão diretamente envolvidas com as notícias e, portanto, têm interesse pessoal na edição. Ou seja, 66,1% das fotos são de pessoas, o que pode significar a intenção do jornal de envolver com as notícias publicadas o maior número possível de pessoas para que despertem um interesse pessoal. Como o jornal é direcionado a um público específico (no caso, os membros da IURD), é uma estratégia já conhecida por quem faz jornalismo empresarial. Quanto maior o número de pessoas envolvidas com a notícia, maior interesse a edição despertará.

O conteúdo de fotos mostrando grandes cultos, concentrações e eventos, aliados com manchetes que indicam que a igreja superlota templos, ginásios e estádios, atrai multidões, e que, portanto, cresce,

expressa a imagem de uma igreja vitoriosa. Tudo isto junto reforça o discurso de uma igreja triunfalista, o discurso certo para quem quer esquecer as falhas e encobrir as deficiências em geral.

#### 4.5 ANÁLISE GLOBAL DO CONTEÚDO

A análise global do conteúdo compreende a verificação dos principais gêneros de informação presentes no jornal: a informação jornalística, a propaganda e o entretenimento. Para efeito deste trabalho definimos estes gêneros da seguinte forma:

##### INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

Compreende as informações atuais a respeito dos mais diversos conhecimentos, sob a forma de reportagens, entrevistas, editoriais etc. Acrescentamos a estas formas, uma que aparece no jornal que vai de encontro às formas usuais do jornalismo e ao conceito da notícia, o depoimento. Gênero empregado no jornal para fazer relatos e testemunhos de fé e de conversões dos fiéis. A título de informação, não há restrições. Entretanto, a nível de jornalismo, sim, por que não se faz uma apuração dos fatos, restringindo os acontecimentos a meros relatos e depoimentos. Por outro lado, se for levado em consideração uma nova tendência do jornalismo moderno, “infoteiment”, que apresenta a notícia como entretenimento leve, desenhada para ser sensacionalista, o ‘depoimento’ está inserido tranqüilamente neste contexto.

##### PUBLICIDADE / PROPAGANDA

Compreende toda informação persuasiva com o intuito de influenciar na compra de um produto ou aceitar uma idéia.

##### ENTRETENIMENTO

Compreende toda informação destinada a entreter, divertir, ajudar o leitor a “passar o tempo”, com histórias em quadrinhos, palavras cruzadas, charges, curiosidades e informações sobre programações de lazer.

## DECOMPOSIÇÃO DAS CATEGORIAS DE MENSAGENS

CATEGORIAS	201	230	231	232	233	234	236	237	238	240	TOTAL MENS.	%
INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA	88	89	84	82	87	82	87	94	99	104	896	57,9
PUBLICIDADE/ PROPAGANDA	56	60	68	69	53	57	43	39	35	28	508	32,8
ENTRETENIMENTO	12	16	20	14	13	15	13	11	14	16	144	9,3
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>165</b>	<b>172</b>	<b>165</b>	<b>153</b>	<b>154</b>	<b>143</b>	<b>144</b>	<b>148</b>	<b>148</b>	<b>1.548</b>	<b>100,0</b>

Nesta análise global do conteúdo onde se procurou verificar a frequência do uso das categorias de mensagens, fica visível o predomínio das mensagens jornalísticas (57,9%), em relação às demais, que somadas a propaganda e o entretenimento chegam a 42,1%. Se for considerado o conceito de 'infotainment' (jornalismo e entretenimento), alcança-se o percentual de 67,2%. Se não for levado em conta, fica-se patente o pouco uso de mensagens de entretenimento (9,3%), que somente chegou a este percentual por que foi adicionado além do humorismo, charges, histórias em quadrinhos, as frases da semana (que em essência são curiosidades) e as informações sobre programações e lazer. A grande questão desta análise global de conteúdo de um jornal de uma instituição religiosa, é como separar do seu discurso o que é informação jornalística e o que é propaganda.

Após verificar globalmente o conteúdo do jornal, analisou-se o conteúdo das mensagens de cada categoria. Nas mensagens do jornalismo, foram feitas duas pesquisas: o conteúdo das informações jornalísticas e uma análise e frequência dos gêneros jornalísticos praticados pelo jornal. Na propaganda e entretenimento verificou-se também o conteúdo.

### 4.6 CONTEÚDO DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

Para se verificar a frequência do conteúdo da informação jornalística, foi necessário criar categorias de análise segundo os assuntos

que saem no jornal. Duas questões surgiram: como classificar a informação jornalística direcionada a um público religioso? Quais os assuntos selecionáveis que poderiam ser categorizados? Estas questões foram resolvidas classificando as informações em *notícias institucionais* e *notícias não-institucionais*.

As notícias institucionais são aquelas que tem vinculação direta ou indireta com a IURD. As não-institucionais, aquelas informações gerais sem nenhum vínculo com a Igreja, que aparecem no jornal a título de informação adicional. Os assuntos foram em seguida agrupados nestas duas categorias, segundo sua frequência, constituindo-se assim em subcategorias:

**NOTÍCIAS INSTITUCIONAIS:** doutrina, relatos de fiéis, notícias da igreja, política, colunismo e entretenimento.

**NOTÍCIAS NÃO-INSTAUCIONAIS:** nacional/geral, internacional, variedades, esporte e política.

#### FREQÜÊNCIA DO CONTEÚDO DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

<b>NOTÍCIAS INSTITUCIONAIS</b>	201	230	231	232	233	234	236	237	238	240	TOTAL	%
DOUTRINA	7	7	7	7	8	7	7	7	7	7	71	16,7
RELATOS DE FIÉIS	6	8	5	5	6	8	6	5	6	8	63	14,8
NOTÍCIAS DA IGREJA	16	18	18	19	18	13	21	20	14	22	179	42,1
POLÍTICA	4	4	8	6	7	-	-	-	1	-	30	7,1
COLUNISMO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2,4
ENTRETENIMENTO	1	1	1	-	-	-	1	-	-	2	6	1,4
<b>TOTAL DAS NOTÍCIAS INSTITUCIONAIS</b>	<b>35</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	<b>29</b>	<b>36</b>	<b>33</b>	<b>29</b>	<b>40</b>	<b>359</b>	<b>84,5</b>
<b>NOTÍCIAS NÃO-INSTAUCIONAIS</b>												
NACIONAL / GERAL	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2,4
INTERNACIONAL	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2,4
VARIEDADES	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2,4
ESPORTE	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	09	2,0
POLÍTICA	1	3	2	3	5	3	1	2	4	3	27	6,3
<b>TOTAL DAS NOTÍCIAS NÃO-INSTAUCIONAIS</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>66</b>	<b>15,5</b>
<b>TOTAL GERAL DAS</b>	<b>40</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>45</b>	<b>49</b>	<b>36</b>	<b>41</b>	<b>39</b>	<b>37</b>	<b>47</b>	<b>425</b>	<b>100,</b>



1 - Duas notícias informam isto: na edição nº 201, “*Salvador: Nova Geração evangeliza*”, é dada a informação de que o grupo Nova Geração da sede estadual fez na praça Piedade uma concentração de evangelização com a distribuição do jornal Folha Universal e na edição nº 230, tem a matéria: “*No Rio, Grupo Jovem de São Conrado evangeliza com a Folha Universal*”.

é o mais adequado, haja vista o caráter proselitista de pregação institucional religiosa do jornal. Ainda que ele seja utilizado como um “púlpito mass media” na pregação religiosa, ele, de fato, prega essencialmente a instituição IURD e, secundariamente a palavra de Deus, as “boas novas” de Cristo, como originariamente significava a palavra ‘evangelho’. Além disso, em se tratando de política, o jornal deixa de ser um “púlpito mass media”, com intenção de fazer proselitismo religioso e se torna uma “tribuna mass media” que faz a propaganda política que interessa à igreja.

#### 4.8 OS GÊNEROS JORNALÍSTICOS

Baseado nas funções da informação, extraiu-se três gêneros jornalísticos: o informativo, o interpretativo e o opinativo. Foi acrescentado o gênero “depoimento”, por que aparecem no jornal relatos e depoimentos de curas, milagres, exorcismos e libertações que não se enquadram nos três primeiros gêneros. Esses “depoimentos” não podem ser considerados como gênero opinativo por que são supostos fatos e não defesas de idéias. Não se enquadram no gênero interpretativo por que são simples relatos sem análise e profundidade. Não são do gênero informativo por que o fundamento das informações que divulgam não é o relato puro e simples da *apuração* dos acontecimentos, antes se baseiam nos testemunhos de membros da Igreja.

Para esta análise os gêneros foram definidos da seguinte forma:

##### DEPOIMENTO:

Relatos de curas, milagres, exorcismos e libertações, com base mais na palavra de fiéis que na apuração dos acontecimentos. No jargão religioso significa o “testemunho”.

##### JORNALISMO INFORMATIVO:

Excluem na medida do possível as inferências e os julgamentos, se aproximando muito do comunicado. São os “flashes” noticiosos e a notícia comum que tenham como produto básico o relato dos acontecimentos.

#### JORNALISMO INTERPRETATIVO:

É aquele que relata os fatos dentro de uma perspectiva e com maior profundidade. É também conhecido como jornalismo explicativo, o jornalismo das análises e explicações.

#### JORNALISMO OPINATIVO:

Agrupam mensagens que objetivam influenciar, persuadir ou orientar a conduta, aproximando-se da linguagem inferencial e de julgamento. São as matérias onde está claramente impressa a opinião do autor. São os editoriais, crônicas, artigos, etc.

### FREQÜÊNCIA DOS GÊNEROS JORNALÍSTICOS

EDIÇÃO	GÊNERO INFORMATIVO	GÊNERO INTERPRETATIVO	GÊNERO OPINATIVO	DEPOIMENTOS	TOTAL
201	49	23	9	5	86
230	47	25	10	8	90
231	47	24	9	5	85
232	43	31	9	5	88
233	32	37	8	6	83
234	53	20	9	8	90
236	51	25	9	9	94
237	58	27	10	7	102
238	64	22	9	6	101
240	65	30	8	8	111
<b>TOTAL</b>	<b>509</b>	<b>264</b>	<b>90</b>	<b>67</b>	<b>930</b>

%	54,7	28,4	9,7	7,2	100%
% excluindo o gên. infor.	//////////////////// ////////////////////	62,7	21,4	15,9	100%

Aparentemente os números indicam um jornal informativo (54,7%). Entretanto, se for considerado que as matérias informativas são “flashes” noticiosos, informes e pequenas notas, conclui-se que estes números distorcem a realidade do jornal. O espaço dado às matérias interpretativas (aqui significando as que relatam fatos com alguma perspectiva ou inferência), se forem retiradas as notas informativas, chega a 62,7%, número este que se aproxima da realidade.

Para se conhecer o gênero jornalístico predominante no Folha Universal, basta atentar para o fato que o gênero informativo não tem uma página específica, cabendo-lhe algumas colunas, enquanto o restante têm páginas específicas. As informações que aparecem no jornal, quase sempre não relacionadas com as notícias da igreja, podem ser consideradas como acréscimos, notícias externas colocadas mais com o intuito de curiosidade e gancho de leitura. Quanto às opiniões e aos depoimentos, a ambos são dedicados duas páginas, sendo que na coluna social tem uma parte dedicada a perfis que foi considerada como de opinião. Portanto, o gênero de maior importância é o interpretativo.

Verificando os gêneros jornalísticos que o jornal utiliza, nota-se a inovação quanto à utilização do depoimento como notícia. De um lado, como se sabe, foge dos esquemas teóricos estabelecidos sobre a notícia; por outro, este gênero para um jornal religioso é bastante lógico, pois se trata de crença e testemunhos sobre a fé. O objetivo não é provar a veracidade dos fatos, antes porém, alimentar a crença.

O gênero “depoimento” pode ser muito importante para essa espécie de jornal e para o discurso religioso. Entretanto, não se deve esquecer que de um meio de comunicação de massa espera-se um pouco mais de exatidão na divulgação de informações para que a mesma não se transforme em subjetivismo de discursos improváveis. O que esperar de um veículo de comunicação que dá a notícia: “FAMÍLIA CURADA DE AIDS”(nº201), sem pegar nenhuma versão do médico que assinou o exame como positivo e o que deu o exame constando negativo? Se o leitor admite como verdadeira uma história dessa, sem levar em consideração que os

melhores cientistas têm buscado a cura da doença sem êxito, ele está apto a acreditar em qualquer história que lhe contarem e a se tornar alvo fácil na mira de espertalhões. Se o leitor do jornal admite como improvável essa notícia ou mais explicitamente como “enganosa”, então ele estará indo de encontro ao que afirma o jornal oficial da igreja.

Na prática esse gênero jornalístico é inaceitável para um meio de comunicação de massa que busca, na medida do possível, a imparcialidade, a objetividade e a exatidão da informação. Depoimentos sem provas, testemunhos de fé, notícias dogmáticas somente são admitidos para públicos muito crédulos ou indiferentes que, ou não examinam e discutem a informação ou lhes dão pouca ou nenhuma importância.

Vale acrescentar que o jornal Folha Universal em momento algum promete exatidão, objetividade e imparcialidade e nem o seu público espera que ele o seja.

#### **4.9 CONTEÚDO DA PUBLICIDADE / PROPAGANDA**

A propaganda no Folha Universal aparece em quase todo o jornal e representa 32,8% das mensagens impressas. Como na grande imprensa, as mensagens propagandísticas se orientam no sentido comercial mas com a diferença de que ela é direcionada para um público específico. Não possui uma seção de classificados, sendo as propagandas distribuídas pelo jornal sempre na parte inferior das páginas e aparecendo em todas as editorias, exceção feita à de opinião.

O esquema montado para se conhecer o conteúdo das propagandas apoiou-se na leitura prévia dos jornais, selecionando os temas mais frequentes:

1. OBJETOS: máquinas, móveis e decoração.
2. ARTIGOS PESSOAIS: roupas, jóias, perfumes, etc.
3. IMPRESSOS: livros, jornais, cartazes, convites, etc.
4. IMÓVEIS: casas, apartamentos, terrenos e material de construção.

5. PROPAGANDA INSTITUCIONAL: compreendendo a IURD, o jornal e instituições ligadas à Igreja.
6. TURISMO: agências de viagens e excursões.
7. CURSOS: instituições ligadas a cursinhos e que preparam para concursos.
8. MERCADO DE TRABALHO: mão-de-obra, oferta de trabalho, vendedores, revendedores, etc.
9. PRESTAÇÃO DE SERVIÇO: serviços em geral, advocatícios, médicos, trabalhistas, etc.

Percebe-se neste esquema que em alguns casos foram agrupados temas e itens tendo em vista a sua correlação.

#### FREQÜÊNCIA DO CONTEÚDO DA PUBLICIDADE / PROPAGANDA

MENSAGENS	201	230	231	232	233	234	236	237	238	240	TOT	%
OBJETOS: máq. móveis e decoração	4	10	7	7	7	7	5	5	3	2	57	11,7
ARTIGOS PESSOAIS: roupas, jóias, perfumes	5	5	5	10	10	10	4	3	6	3	61	12,6
IMPRESSOS: livros, jornais, convites, etc.	5	4	4	2	2	1	-	1	1	1	21	4,3
IMÓVEIS: casa, ap. terrenos e mat/const.	5	4	5	5	4	5	4	5	2	2	41	8,5
INSTITUCIONAL: IURD e coligadas	4	5	4	6	2	5	6	4	2	6	44	9,1
TURISMO: agência de viagem/excursão	2	2	1	-	1	2	2	2	2	2	16	3,3
CURSOS: prepar. p/ cursos e concursos	2	3	3	5	3	1	2	1	-	1	21	4,3
TRABALHO: oferta p/ vend. e revended.	8	5	16	16	11	11	10	10	9	5	101	20,8
SERVIÇOS médicos advocatícios, etc.	19	17	15	13	12	14	10	7	9	7	123	25,4
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>55</b>	<b>60</b>	<b>64</b>	<b>52</b>	<b>56</b>	<b>43</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>29</b>	<b>485</b>	<b>100,0</b>



informações sobre programações e lazer e frases da semana como categorias de mensagens com o objetivo de entreter. Novamente foi feito o esquema das categorias seguindo sua frequência no jornal. As categorias de entretenimento foram divididas em:

1. CHARGE
2. INFORMAÇÃO SOBRE PROGRAMAÇÕES E LAZER
3. QUADRINHOS
4. FRASES

#### FREQÜÊNCIA DO CONTEÚDO DO ENTRETENIMENTO

CATEGORIAS	20	23	23	23	23	23	23	23	23	24	TOT	%
	1	0	1	2	3	4	6	7	8	0		
CHARGE	1	1	5	3	2	3	1	2	1	1	20	13,9
INF. S/ PROG. E LAZER	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	16	11,1
QUADRINHOS	-	1	1	-	-	-	-	-	1	2	5	3,5
FRASES	8	11	11	10	10	11	11	8	11	12	103	71,5
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>144</b>	<b>100,</b>

As frases, semelhante ao quadro da revista Istoé 'Frases e números', são citações de pessoas das mais diversas, veiculadas na grande imprensa como tendo se destacado durante a semana. Essas citações aparecem numa coluna na editoria de opinião, mencionando-as pura e simplesmente sem comentários, a título de curiosidade, com a intenção manifesta de entreter o leitor. Sua retirada desta frequência, determinará uma queda de 71,5% nesta categoria, tornando-a bastante reduzida e ainda mais insignificante no contexto.

As informações sobre programações e lazer se resumem à programação da Rede Record de Televisão e de rádios que transmitem o programa SOS MULHER. Dois personagens fazem as histórias em quadrinhos: ATRIBULAUDO e TIM.

A parte surpreendente nesta categoria de mensagens são as CHARGES. É certo que elas são representações pictóricas de caráter burlesco e caricatural, em que se satiriza um fato específico, em geral de caráter político e do conhecimento do público; porém, quase sempre se transformam em peças sutis de ataques ideológicos. Ou seja, diz-se por anedota o que não é prudente falar a sério. Isto é adequado para um meio de comunicação que é regido por uma moral “secular”, “mundana”. Entretanto, já não se poderia dizer o mesmo para um meio de comunicação regido por uma moral cristã. O fato é que das 20 charges pesquisadas, 10 tem cunho ideológico, sendo utilizadas para satirizar opositores políticos da IURD (Maluf e Conde), a Rede Globo e a Igreja Católica.

#### 4.11 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO CONTEÚDO DA FOLHA UNIVERSAL

##### 1. O PREDOMÍNIO DAS MENSAGENS ICÔNICAS SOBRE O TEXTO

As fotografias, os títulos e os espaços em branco juntos somam 59,2% da área impressa do jornal. Consequentemente, tornam-no mais arejado, dando uma sensação de “leveza” ao texto, o que certamente é uma estratégia do jornal, tendo em vista seus leitores, que são os membros da IURD, pessoas, como se sabe, oriundas da camada social menos favorecida. É a evidência da utilização das “armas” do chamado jornalismo moderno. As fotos são maioria entre as mensagens icônicas. Normalmente são fotografias de igrejas, estádios, ginásios superlotados, grandes multidões e enormes concentrações nos eventos da Igreja. Essas fotos se traduzem na imagem de uma igreja transbordante, cheia, atuante, vitoriosa e triunfal.

##### 2. NO TEXTO, O PREDOMÍNIO DAS MENSAGENS JORNALÍSTICAS

O domínio é das mensagens jornalísticas: 57,9% do espaço dedicado à propaganda e ao entretenimento. Dessas mensagens, 84,5% são notícias relacionadas com a Universal. Dessa constatação surgem duas considerações: 1º) Confirma o que já se sabia, isto é, o jornal

é um veículo oficial da igreja e o seu jornalismo eminentemente institucional. 2º) O jornal é utilizado para o proselitismo. Não seria possível esperar outra coisa. O jornal se propõe ser o que é. Além do mais o proselitismo não é problema para a grande imprensa, quanto mais para um jornal de uma instituição religiosa.

### 3. O COMPROMISSO DE DIVULGAR A VERSÃO DA IGREJA UNIVERSAL

O jornal Folha Universal é uma publicação oficial da IURD e como tal defende e divulga sempre a versão da Igreja

### 4. O JORNAL INOVA AO COLOCAR DEPOIMENTOS E TESTEMUNHOS DE FÉ COMO NOTÍCIAS.

Quanto ao gênero jornalístico, o jornal inova ao colocar “depoimentos” e “testemunhos” como notícias. Deve-se ter consciência de que esses relatos têm o objetivo de alimentar a crença. O artigo de fé é uma característica específica do jornalismo religioso. É também o encontro entre o discurso religioso com o jornalístico.

### 5. A PROPAGANDA SE CARACTERIZA POR OFERTAR MÃO-DE-OBRA, TRABALHOS E SERVIÇOS

As mensagens propagandísticas se caracterizam pela oferta de mão-de-obra, trabalhos, e serviços autônomos, estando sintonizado com o discurso da IURD sobre a prosperidade que se caracteriza pela busca da independência e de largar o trabalho assalariado.

### 6. AS CHARGES SÃO USADAS PARA SATIRIZAR OS DESAFETOS DA IURD

Das 20 charges pesquisadas, 10 são usadas como “sátiras ideológicas” contra os desafetos da Universal. Normalmente os opositores políticos (Maluf e Conde nas eleições municipais), a Rede Globo e a Igreja Católica. Também não se pode esperar coisa diferente das charges além das sátiras.

### 7. A CARACTERÍSTICA GERAL DO JORNAL É O PROSELITISMO

O proselitismo religioso aparece no momento em que o jornal passa a divulgar quase que exclusivamente as notícias da IURD. Quando expressa a palavra de DEUS o faz sobre o prisma e os dogmas da Universal. Não há problema em afirmar que qualquer religião faça proselitismo pois todas fazem. O Folha Universal não se propõe a algo diverso. Além do mais, como já foi visto, todos os jornais de uma maneira ou de outra, faz proselitismo.

No Folha Universal o proselitismo não ocorre só em termos religiosos. No período que antecedeu as eleições municipais, o jornal deixou de ser um “púlpito mass media” que prega os eventos e doutrinas da IURD e se tornou, também, uma “tribuna mass media” na defesa de seus candidatos e candidaturas.

## 5 ANÁLISE DO DISCURSO DA FOLHA UNIVERSAL

*“Cada um chama de claras as idéias que estão no mesmo grau de confusão que as suas próprias”*

Proust

A apropriação por grupos religiosos do que se convencionou chamar “a mídia de Deus”, na disputa por prosélitos via “mass media”, acabou tornando a evangelização por este meio um fenômeno marcante da comunicação da atualidade. *EM NOME DE DEUS* as religiões ocupam espaços nas mídias, empenhadas em conquistar fiéis para a palavra de Deus segundo suas respectivas versões.

A Folha Universal por ser uma publicação oficial da Igreja Universal, traz em suas mensagens elementos do discurso da Igreja em sua linguagem jornalística. Portanto, para se analisar o discurso do jornal, foi necessário, primeiro, entender o discurso praticado nos cultos e, depois, verificar como este discurso se inseria na publicação.

Neste trabalho, através da análise do discurso, verifica-se que o semanário Folha Universal, um jornal a serviço de Deus, usando seu poder expressivo, promove a sistematização dos conceitos teológicos da Universal e é utilizado pela mesma no reforço do seu discurso religioso

através dos editoriais, das opiniões, nos relatos sobre curas e exorcismos e notícias que despertam a sensação de uma igreja vitoriosa e próspera.

Fizemos um breve estudo sobre as categorias fundamentais da teologia da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), pela importância e para facilitar a compreensão de como a Igreja se utiliza do jornal para reforçar seu discurso. Para tanto utilizamos os conceitos teológicos fundamentais implícitos nas práticas e discursos da Universal, trabalhados por Wilson Gomes no livro *Nem Anjos Nem Demônios*, ensaio: ‘O Estranho Caso das Novas Seitas Populares no Brasil da Crise’ (Gomes, 1994, 225). Ao final, verificamos o proselitismo do jornal e a caracterização de uma imprensa dogmática.

## 5.1 AS CATEGORIAS FUNDAMENTAIS DO DISCURSO DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS (IURD)

*“Há quem diga que na Igreja Universal do Reino de Deus não há doutrina, ou ensinamento. Nós procuramos praticar o que conhecemos da palavra de Deus (Bíblia). Essa é a doutrina da IURD”.*

*Editorial assinado pelo bispo Macedo na edição de 16 a 22/07/96 da Folha Universal*

Quem lê o jornal *Folha Universal* percebe de imediato que sua mensagem está intrínseca e diretamente ligada ao discurso da Igreja. Para compreendê-lo, tornou-se necessário analisar no seu discurso, como e quais as categorias fundamentais da teologia da IURD apareciam nele e de que forma.

Visando identificar essas categorias, participamos de vários cultos em templos diferentes. As igrejas visitadas foram: Catedral da Fé, no Iguatemi, Igreja dos Dois Leões, Equidabã e Matatu de Brotas. Os cultos foram: Corrente da Libertação (para pessoas que têm problemas espirituais por obra de bruxaria, feitiçaria, macumba, inveja, olho-grande, aqueles que tiveram contatos com entidades, ouvem vozes, vêem vultos), Corrente

Sentimental (trata de amores, matrimônios, problemas sentimentais), Corrente dos Filhos de Deus e Corrente da Prosperidade. Em todos os cultos estão as onipresentes “ofertas”, além das curas, dos exorcismos, dos demônios, dos arrebatamentos, da posse e da prosperidade.

## 5.2 AS BASES DO DISCURSO

Como já foi visto, a IURD se situa no movimento religioso neopentecostal. Tem como marca pentecostal o “*batismo no Espírito Santo*” e a evidência deste batismo é a glossolália (falar línguas estranhas e desconhecidas). Entretanto, na Universal o deslumbramento espiritual é transferido para a *cura* que normalmente está associada ao *exorcismo*, na crença de que todos os males do homem, pobreza, doenças, misérias, distúrbios de toda ordem, tem origem demoníaca. A cura é a “*libertação*” e o exorcismo, a vitória sobre o demônio culpado pelo mal na vida do fiel. A diferença entre os pentecostais e os Universais é que estes buscam em seus cultos o enfrentamento com os demônios.

Neste contexto verifica-se que *a posse e a prosperidade* são evidências da libertação do domínio do demônio da pobreza, o que difere essencialmente dos outros cristãos, principalmente os católicos que admitem a pobreza como parte da vontade de Deus. Fundamentalmente, o discurso da IURD tem por base a posse ou fruição dos direitos e privilégios que Deus nos legou (amor, saúde e prosperidade), sendo que as ausências desses direitos e privilégios são obras demoníacas. A cura e o exorcismo são as vitórias sobre os demônios e a *oferta fiel*, o artigo que estabelece a fé e a adesão singular a Deus.

### 5.2.1 - BATISMO NO ESPÍRITO SANTO

*“E eu rogarei ao Pai, e ele vos dará outro consolador para que fique convosco para sempre. O Espírito de Verdade, que o mundo não pode*

*receber, porque não vê nem o conhece; mas vós o conhecereis, porque habita convosco e estará em vós”*  
*Evangelho de S. João 14:16 e 17*

Terceira pessoa da santíssima trindade, ora designado como O Consolador, Espírito de Deus, Espírito do Senhor e Espírito da Verdade, ao Espírito Santo é atribuída honra idêntica à do Pai e à do Filho. Antes de sua morte, Jesus prometeu o Consolador e que, de acordo com o livro de Atos dos Apóstolos, no dia da festa judaica chamada de Pentecostes, cinquenta dias após a ressurreição de Jesus Cristo, a promessa se cumpriu (Atos dos Apóstolos, cap. 2)..

A descida do Espírito Santo, tal qual é narrada, aconteceu com a igreja cristã do primeiro século. Foi um fenômeno do qual resultou que os cristãos começaram a falar línguas estranhas. Tradicionalmente o falar línguas estranhas ficou sendo a constatação, o sinal exterior do batismo no Espírito Santo.

Ser batizado no Espírito Santo não possui este significado somente. Significa também ter capacidades e talentos excepcionais para executar a obra de Deus, como os profetas inspirados e o próprio Jesus. Falar línguas estranhas, ter o dom de curar, de profetizar, ter entendimento, sabedoria e coragem para a grande obra de Deus, são sinais evidentes e exteriores dos dons espirituais ou do batismo no Espírito Santo.

Com o passar dos tempos esses ensinamentos ficaram confinados à classe sacerdotal e a Igreja Católica pouca atenção dava para eles. Um movimento tentando retornar às origens do cristianismo ficou conhecido como **pentecostalismo**, que é o reavivamento desses ensinamentos sobre o Espírito Santo. Dos pentecostais surgiram os neopentecostais, dos quais a igreja de maior importância é a IURD.

## 5.2.2 - A POSSE E FRUIÇÃO

*“Tudo consiste na posse e fruição dos bens desse mundo, segundo o projeto de Deus: saúde, prosperidade e amor”.*

**Wilson Gomes**

No livro *Nem Anjos Nem Demônios: Interpretações Sociológicas do Pentecostalismo*, encontra-se o ensaio “O estranho caso das novas seitas populares no Brasil da crise” (Gomes, 1994, p.225), Wilson Gomes afirma que o que une as categorias fundamentais implícitas nas práticas e discursos das “novas seitas populares”, é a “posse”. A posse, segundo ele, dá coerência e ordem às idéias de demônios e exorcismos, curas e ofertas. E justifica, em termos argumentativos, os elementos que constituem a concepção do mundo da Igreja Universal.

*“A mola das assembléias e da vida do fiel em geral é a idéia da posse. Os fiéis devem tomar posse daquilo que é necessário para uma vida feliz. É implícita neste imperativo a concepção segundo a qual a vida humana conforme a vontade de Deus, a vida humana autêntica, é aquela em que os homens possuem e desfrutam dos bens do mundo. Prosperidade, saúde e amor inerem essencialmente à existência humana, enquanto são sinais da realização do destino que Deus deu ao homem; só em gozo destes bens o homem vive conforme o desejo do criador” (Gomes, 1994, p. 231).*

Ainda segundo esses estudos, a **posse** não significa a posse mística ou transe, mas a detenção de bens em vista da sua fruição. São, segundo Wilson, “os elementos indispensáveis para aquilo que se pode qualificar de uma vida digna e feliz: saúde, prosperidade e amor”. O doutrinamento da IURD corrobora este entendimento:

*“Todos precisamos tomar conhecimento dos direitos e privilégios que temos. “Nada há de melhor para o homem do que comer, beber e fazer que sua alma goze do bem de seu trabalho”(Eclesiastes, 2:24) diz a Bíblia. Eu penso que a Igreja Católica tem interesse na miséria dos povos”*

**Edir Macedo.**

Nesta declaração de Edir Macedo (Kachani, 1995, p.71), dois elementos que constróem o discurso de sua igreja: a posse ou fruição dos bens nesta vida e, desde já, aponta para uma secularização da ética

protestante, ou ainda, uma tendência mais “mundana” e a culpa da Igreja Católica pela miséria dos povos. Quanto à essas críticas, segundo o repórter Morris Kachani que fez a entrevista com Edir, “não há nada de errado em seu costume de criticar. Todas as seitas e religiões, antes mesmo de a Bíblia ter sido escrita, só puderam prosperar competindo com as crenças que existiam anteriormente. Não é bonito, mas faz parte do jogo”.

Uma característica que muitas vezes passa despercebida é que nas religiões evangélicas, e na denominação que usa em todas as suas igrejas, o lema: ***JESUS CRISTO É O SENHOR*** e, portanto, se propõe cristã, é fundamental identificar as bases dos seus ensinamentos e doutrinas com a BÍBLIA. Para Edir Macedo, teólogo e fundador da IURD, ao citar Eclesiastes, 2:24, além de afirmar que o ensinamento é bíblico, confirma que a sua igreja está certa ao ensinar que a vida humana digna e conforme a vontade de Deus é aquela em que os homens tomam conhecimento dos direitos e privilégios da vontade divina de possuírem e desfrutarem dos bens desse mundo.

Segundo Wilson aqui se estabelece o paradoxo: enquanto a vontade divina é que os homens usufruam e possuam os bens desse mundo, verifica-se que muitos estão fora dessa vontade, enfrentando o desemprego, doenças, problemas familiares etc., ocasionado pelo ***elemento diabólico***, contrário à vontade divina e inimigo da raça humana. A Igreja Universal, segundo seus membros, oferece uma ***tecnologia religiosa*** para expulsar os demônios e restabelecer a situação humana ideal.

### 5.2.3 - O ELEMENTO DEMONÍACO

*“Qual a origem de todos os males que afligem a humanidade? Doenças, misérias, desastres e todos os problemas que têm afligido o homem desde que este iniciou sua vida na terra, têm uma origem: o diabo”.*

Esta afirmação foi feita por Edir Macedo no seu livro *O Diabo e Seus Anjos*. Neste livro Edir ensina algumas coisas sobre os demônios, como estavam presentes nas culturas dos povos primitivos, qual a concepção sobre os demônios no Velho Testamento, como eram tratados no Novo etc. Baseando-se na passagem bíblica de Atos dos Apóstolos 5:16 em que muita gente levava doentes e atormentados de espíritos imundos, os quais eram todos curados, ele afirma que a ênfase da ação dos apóstolos recaía sobre a cura e os demônios eram sempre associados às doenças.

A explicação do porquê Deus permite aos demônios colocar os cristãos à prova é para que os mesmos fiquem envergonhados e para que os cristãos reforcem a sua fé. No pentecostalismo os demônios são considerados anjos caídos, os mortos que se comunicam com os vivos, demônios disfarçados com o propósito de confundir; os deuses afro-brasileiros, são diabos na sua missão de afastar o homem de Deus e destruí-lo, sendo que, enquanto não fazem isso, se aproveitam dele.

No pentecostalismo há o resgate da situação original dos cristãos, quando havia o enfrentamento entre os seguidores de Cristo e Satanás. Se para os pentecostais o exorcismo é uma prática comum, para os neopentecostais a expulsão de demônios chega a ocupar lugar central no culto.

A prática da Igreja Universal de buscar em seus cultos pessoas possuídas pelo demônios e se deslumbrarem no enfrentamento, nos exorcismos, que em essência se constitui uma libertação e cura, pode deixar o visitante a um desses cultos totalmente desnortado. Os gritos de “**queima**”, “**sai**”, os gestos convulsivos com as mãos, as orações em voz alta, uma multidão fazendo as mesmas coisas, lembra uma histeria coletiva. No púlpito os pastores culpam o diabo por tudo: pelo desemprego, pelas brigas em casa, pelo engarrafamento, pelos irmãos não quererem dar a oferta. Enfim, em todos os problemas e dificuldades, invariavelmente a culpa é do diabo. Uma prática dos dirigentes da Igreja para conseguirem coesão e unidade contra qualquer ameaça externa é **diabolizar** os inimigos e desafetos. Na disputa entre a Globo e a Igreja, Edir Macedo não se intimidou em afirmar que “*a Globo é a encarnação do diabo*” (Kachani, 1995, p.75).

#### 5.2.4 - CURA, EXORCISMO E LIBERTAÇÃO

*“Naquela mesma hora alguns fariseus vieram para dizer-lhe: Retira-te, e vai-te daqui, porque Herodes quer matar-te. Ele, porém, lhes respondeu: Ide dizer a essa raposa que hoje e amanhã expulso demônios e curo enfermos, e no terceiro dia terminarei”.*

***Lucas 13: 31 e 32***

Se os demônios são responsáveis pelos malefícios existentes na vida humana, então a sua expulsão ou exorcismo constitui a cura e o retorno à situação ideal do homem. Na prática isto também é chamado de libertação. A libertação ou cura pode ser da enfermidade ou da possessão demoníaca. Nos casos em que se verificam problemas psicológicos, tais como: histeria, ansiedade, neuroses, depressões, transe, inércia, colapso emocional e dupla personalidade, aconselha-se o tratamento médico, seguido de orientação espiritual. Nos casos de “possessões”, há o enfrentamento e o conseqüente exorcismo. A cura, nestes casos, nada mais é, senão um dos efeitos possíveis da expulsão dos demônios.

De acordo com os discursos dos próprios membros, a Igreja Universal é a única igreja que oferece tecnologia religiosa realmente eficaz para restabelecer a condição humana ideal, exercendo sua força em rituais de expulsão de demônios. Boa parte da base teológica da Universal reside no enfrentamento com os demônios e chega a se constituir uma luta constante. Há nessa maneira de encarar a realidade um perigo latente. Na prática ideológica, qualquer coisa, qualquer pessoa, qualquer inimigo ou opositor das idéias da Igreja Universal, como já foi visto no caso da Globo, pode se transformar automaticamente em ***encarnação demoníaca***.

### 5.2.5 - OS DÍZIMOS E AS OFERTAS

*“Trazei todos os dízimos à casa do tesouro, para que haja mantimento na minha casa, e depois fazei prova de mim, diz o Senhor dos Exércitos, se eu não abrir as janelas do céu, e não derramar sobre vós uma benção tal, que dela vos advenha a maior abastança”*

***Malaquias, 3:10***

Uma das mais controversas doutrinas da Igreja Universal são as insistentes e onipresentes ofertas em qualquer culto da IURD. Aliás, diga-se algo em favor da Igreja: esta doutrina é bíblica, como está escrito acima, e das mais antigas, sendo, inclusive, tratada por muitos como artigo de obediência e fidelidade. A diferença é que no enfoque na Universal o fiel não tem que dar, mas ele só recebe as promessas divinas, ofertando. Quanto mais der, mais irá receber. Esta argumentação também é encontrada na entrevista que Edir Macedo concedeu à Veja de 06.12.95, onde ele cita a passagem bíblica do livro de II Coríntios 9.6, em que o apóstolo Paulo diz: “o que semeia pouco, pouco também ceifará. E o que semeia com fartura, com fartura ceifará”. Ele ainda completa: “de acordo com o tamanho da fé, a pessoa faz a oferta. Para que alguém alcance as riquezas de Deus, é preciso manifestar uma fé”. E arremata: “a fé no Deus vivo é o melhor investimento que uma pessoa pode fazer na vida”. A argumentação torna-se inquestionável, a nível de crença, por causa da fundamentação bíblica.

O cristão não mais dá a oferta por obediência e fidelidade somente, ele faz a oferta, por que assim o fazendo, Deus necessariamente e “obrigatoriamente” lhe dará também. A inovação teológica da Universal em relações aos demais evangélicos é que para estes os dízimos e as ofertas significam devolver a Deus uma parte daquilo que Ele dera, sendo Deus o doador de tudo, inclusive da própria vida. Na crença da Igreja Universal, dar a oferta é um ato de amor e de fé sim, só que o dinheiro é um bem que pertence ao membro e quando ele faz a oferta, Deus, segundo as suas promessas, lhe dará em dobro. Neste aspecto Edir Macedo, teólogo da IURD, fica tranqüilo e suficientemente seguro para dizer que a fé no Deus vivo é o melhor “investimento” que uma pessoa pode fazer na vida.

Wilson Gomes, falando sobre o significado da oferta para a Igreja Universal do Reino de Deus, a iguala a um negócio, intitulando-a de “**barganha cósmica**”. É possível que dar uma oferta a Deus possa ser o melhor “investimento” que uma pessoa pode fazer na vida, o certo, porém, é que as ofertas levantadas pela Igreja Universal se constituem em um excelente negócio para ela. Segundo as estimativas feitas pela Associação Evangélica Brasileira, no ano de 1995 a Igreja arrecadou de dízimos quase R\$ 1 bilhão de reais.

### 5.2.6 - RESUMO DAS BASES DO DISCURSO DA IURD

- O batismo no Espírito Santo capacita o servo para a obra de Deus, dando-lhe dons que antes não possuía ou aprimorando-os. Dons notórios: falar línguas estranhas, curar, profetizar, entendimento da Palavra, sabedoria e coragem para fazer a obra de Deus. Dos dons do Espírito Santo, o dom da cura IURD é o mais festejado, desejado, etc.

- A posse e a prosperidade consistem na fruição dos bens desse mundo, sendo não um pecado ou ostentação, mas um desígnio de Deus.

- O elemento demoníaco é a origem de todos os males que afligem a humanidade. Doenças, misérias, desastres e todos os problemas que sobrevêm ao homem têm origem demoníaca por que o demônio se opõe à vontade de Deus, qual seja, a fruição, pelo homem, dos bens desse mundo.

- A cura, exorcismo ou libertação é o retorno à situação ideal do homem no plano de Deus. Curar ou libertar pode ter o mesmo significado de expulsar os demônios da vida das pessoas.

- Os dízimos e as ofertas, segundo Edir Macedo são o maior investimento que alguém possa fazer. Na Universal a crença é de que o que se dá, se recebe em abundância. Há muitas controvérsias quanto às ofertas. Segundo Wilson Gomes é a “barganha cósmica”.

Além dessas categorias encontradas no discurso da IURD, são encontradas no discurso do jornal críticas à Igreja Católica (por ensinar

coisas que não possuem sustentação bíblica, como o celibato e a adoração de imagens), críticas ao Espiritismo ( por acreditar que os “mortos” que se comunicam com os vivos sejam demônios disfarçados), críticas às religiões afro-brasileiras (por crerem que os exus, erês, orixás, caboclos, pretos-velhos, guias, etc., são anjos decaídos), e, atualmente, críticas terríveis à Rede Globo. Numa dessas críticas Edir disse que a Globo era a própria encarnação do diabo : “Onde quer que a Globo jogue as imagens de sua programação nojenta degrada as pessoas”.

### 5.3 AS CATEGORIAS FUNDAMENTAIS DO DISCURSO DA IURD NOS TEXTOS DO JORNAL FOLHA UNIVERSAL

Após termos identificado no discurso da Igreja Universal suas categorias fundamentais, verificamos qual a frequência dessas categorias nas mensagens da Folha Universal. Preliminarmente ficou caracterizado que a igreja se utiliza do jornal para sistematizar e reforçar seu discurso, através das notícias e reportagens, o que evidencia, por sua vez, o proselitismo do jornal. Esta característica o afasta do jornalismo da grande imprensa e o aproxima do jornalismo empresarial no sentido de divulgação institucional.

As categorias utilizadas para fazer as frequências das mensagens no jornal, foram: notícias sobre *doutrinação, fruição, posse e prosperidade dos membros, fruição, posse e prosperidade da igreja, cura/libertação/exorcismo - tendo o mesmo significado -, dízimos e ofertas, críticas à Igreja Católica, críticas ao Espiritismo, críticas às religiões afro-brasileiras, críticas à Rede Globo.*

A parte de política se constitui uma categoria a parte, tendo o jornal, neste ano de eleições municipais se “inclinado”, de forma evidente, para algumas candidaturas, passando facilmente do proselitismo religioso para o político. Neste ponto o jornal faz um jornalismo parecido com o sindical. Ou seja, os políticos que têm o apoio da IURD são, no dito evangélico, abençoados; os opositores, malditos. A diferença no discurso de



Espiritismo	---	001	---	001	---	002	---	001	003	001	0009	2,1
críticas às religiões afro-brasileiras	001	001	001	001	001	001	---	001	---	---	0007	1,6
críticas à Rede Globo	003	001	001	---	002	001	---	002	001	---	0011	2,5
política	015	016	015	014	022	003	006	013	007	004	0115	26,2
<b>TOTAL</b>	<b>048</b>	<b>051</b>	<b>043</b>	<b>043</b>	<b>052</b>	<b>035</b>	<b>041</b>	<b>044</b>	<b>041</b>	<b>039</b>	<b>0437</b>	<b>100,0</b>

### 5.3.1 O QUE OS NÚMEROS REVELAM

É importante que fique entendido que esses números e percentuais são proporcionais às matérias pesquisadas e não ao total das matérias veiculadas nas edições.

*Os dízimos e as ofertas*, tiveram o menor dos percentuais encontrados, só 07.%. As matérias sobre o assunto apareceram no jornal na forma doutrinária, ou seja, explicando a necessidade, a obrigação e a origem bíblica. É surpresa quando comparado com a importância e o espaço que tem nos cultos, quando os pastores utilizam técnicas incisivas de persuasão, pedindo de R\$ 100,00 (cem reais), às moedas de centavos esquecidas nos bolsos, mas não para Deus. Aparentemente não tem lógica a preponderância dos dízimos e as ofertas nos cultos e a pouca importância dada no jornal. Entretanto, se analisado que pedir dinheiro em um jornal, sem uma causa comovedora, seja algo complicado e delicado, além de pouco eficiente, é racional deixar este assunto restrito às igrejas onde são artigos de fé e onde a igreja tem realmente demonstrado muita eficiência.

Quanto às *críticas às religiões afro-brasileiras* (1,6%), *críticas ao espiritismo* (2,1%) e *críticas à igreja católica* (3,2%), os números apontam para uma proporcionalidade em relação à importância delas. Em comum as três tem perdido adeptos para a IURD e se mostrado ineficazes em suas reações. A Universal se posiciona contrária à Umbanda, Candomblé e ao

espiritismo por acreditarem que os deuses e os mortos que se comunicam com os vivos são demônios disfarçados. Quanto à Igreja Católica - a única combatida dentre as religiões cristãs - se justifica, segundo a IURD, pelos ensinamentos não bíblicos do celibato, da adoração de imagens, da aceitação da miséria etc.

Além das críticas às religiões (juntas somam 6,9%), das notícias sobre fruição, posse e prosperidade dos membros (3,9%), fruição, posse e prosperidade da igreja (32,7%), das ofertas (0,7%), doutrinação - ensinamento e posições religiosas - (13%) e depoimentos sobre curas, libertações e exorcismos (14%), esses itens, no seu conjunto (71,2%), formam uma unidade que tem como significado o *proselitismo religioso* veiculado no jornal.

As críticas à Rede Globo (2,5%), atualmente se resumem à programação e são feitas de forma pragmática. A Igreja Universal oferece uma rede de televisão (a Record) que, segundo os seus pastores, possui uma programação mais “saudável”. Este item é um capítulo à parte por que aqui a Igreja Universal se utiliza de conceitos religiosos, no caso a “diabolização”, para caracterizar um inimigo secular ou não religioso. Este fato tem implicações ainda não analisadas. Voltaremos a isto adiante.

Quanto à parte de política (26,3% das matérias pesquisadas), o jornal apoiou nessas eleições municipais de 1996 várias candidaturas, dentre as quais citamos a de José Serra em São Paulo, Sérgio Cabral no Rio de Janeiro e Imbassay em Salvador. O importante a ressaltar aqui é o pragmatismo político e a transformação do proselitismo religioso para o político.

Analisaremos mais detalhadamente esses três tópicos: “a encarnação do diabo” ou críticas a Rede Globo, o proselitismo político e o proselitismo religioso.

#### **5.4 CRÍTICAS À REDE GLOBO “A ENCARNAÇÃO DO DIABO”**

As desavenças entre a Igreja Universal e a Rede Globo tiveram seu momento público no dia 13.10.95 quando o Jornal Nacional deu um grande destaque ao episódio da agressão à imagem de Nossa Senhora

Aparecida feita pelo pastor da IURD, Sérgio Von Helder, em um programa da Rede Record de televisão. A grande cobertura deste fato ocasionou uma mobilização religiosa no país a ponto de se pensar em rediscutir a sua imagem de tolerância religiosa. Numa edição especial, nº 185, na semana de 22 a 28/10/95, a Folha Universal, sob o título de sua manchete “*Rede Globo provoca guerra santa*”, afirma que a Globo se aproveitou do episódio para atacar a Igreja. Está publicamente declarada a guerra. Entretanto, a CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil), se pronunciou dizendo que muito embora o episódio tivesse um cunho religioso, deveria separar a disputa “econômica” da “religiosa”. A partir desse pronunciamento, a questão passou a ser uma mera briga de emissoras, entre a Globo e a Record. Dermeval Gonçalves, Diretor-superintendente da Rede Record, afirma que nenhum grupo econômico investe tanto hoje em televisão quanto a Igreja Universal e é isto, segundo ele, que está provocando a reação da Rede Globo. “A questão religiosa é apenas pano de fundo” (Lobato, 1995, p. 18).

Posteriormente, a rede de televisão de Roberto Marinho exibiu uma minissérie, “*Decadência*”, que tratava da trajetória de um pastor evangélico charlatão que montou uma igreja para tirar dinheiro dos fiéis. A IURD reagiu por que, no seu entender, era uma clara alusão ao seu fundador, Edir Macedo, que no auge dessa disputa fez a seguinte declaração:

*“A Globo é a própria encarnação do diabo. Ela destrói a sociedade com sua programação de novelas sujas, podres. Leva à família a podridão toda que ela é e vive. Esse Deus grande que nós cremos, que fez de um povo escravizado uma nação poderosa, esse Deus que eu amo, ele vai destruir a Globo. Onde quer que a Globo jogue as imagens de sua programação nojenta degrada as pessoas”.*

Pode-se afirmar que nessa história ninguém é santo, mas isto não importa, o que importa é que nesse instante se explicita um elemento do discurso que sempre esteve implícito: a “diabolização”. O diabo é o culpado por todos os males que afligem o homem no mundo espiritual e que termina refletindo no mundo material. Diabolizar algo ou alguém significa torná-lo não só inimigo dos homens, mas também de Deus. Este tipo de discurso tem antecedentes históricos dos mais terríveis. Na Idade Média, pessoas eram mandadas para a fogueira pela simples acusação de serem adoradores de satã. Na atualidade, nas sociedades de direito, essas

atitudes não têm mais lugar. Entretanto, permanece ainda o significado que as coisas diabolizadas devem ser repudiadas, condenadas, evitadas e encaradas como inimigas daqueles que amam a Deus. Referir-se à Globo como a encarnação do diabo, equívale a transformá-la de inimigo secular em, também, inimigo espiritual.

No Folha Universal, tribuna da Igreja, verifica-se que a Rede Globo recebe este tratamento e em quase todas as edições há sempre uma nota sobre os malefícios que ela causa. Na edição nº 201 de 11 a 17/02/96, quatro meses após o episódio, três matérias ainda sobre o mesmo assunto: “A liberdade dos diferentes”, “A democracia está comprometida” e “Solidariedade”, cujo teor demonstra a debilidade da democracia e o seu comprometimento em função do grande poder que a Globo tem na mídia.

Com a matéria: “Apenas mais uma tentativa para prejudicar a Igreja Universal”, na edição nº 230 de 01 a 07/09/96, o jornal denuncia a Globo como caluniadora por passar a informação de que houve fraude na outorga de canais de retransmissões, afirmando que o governo deu a concessão à Igreja em troca do apoio à candidatura de José Serra à prefeitura de São Paulo.

Na edição seguinte, nº 231, se lê: “Globo ataca IURD mais uma vez”, defendendo-se de uma possível matéria do jornal O Globo: “Igreja Universal faz política no altar”. Segundo esta edição, tiraram uma foto de uma concentração realizada em um ginásio de esportes em Belford Roxo no Rio de Janeiro, como se fosse um templo da igreja, em mais uma tentativa de denegrir sua imagem.

Na edição nº 233 de 22 a 28/09/96, o jornal passa da defensiva para a ofensiva. “Globo promove baixaria e sensacionalismo com anomalias e excentricidades humanas”. A matéria é sobre o mal gosto da programação da Rede, quando o “Domingão do Faustão”, competindo com o SBT, apresentou um rapaz de 15 anos com 87 centímetros de altura, e no programa “Sai de baixo”, quando Dercy Gonçalves, 89 anos, mostrou os seios. E arremata: “A Globo é mestra na programação “trash” (lixo), que em nada eleva os valores sociais ou contribui para a dignificação do ser humano e engrandecimento do cidadão e da família. Em cima dessa matéria tem uma charge de um gari varrendo televisores quebrados com a logomarca da Globo. Na edição 234 há um box sobre o mesmo assunto.

No número 237 de 20 a 26/10/96 aparece uma charge em que uma TV com a logomarca da Globo está no divã de um psicanalista, com os

dizeres: “ homossexualismo, sexo, drogas... É, seu caso é grave!” O editorial fala da programação global no mesmo tom.

Todos esses exemplos servem para ilustrar a utilização do jornal como tribuna da Igreja Universal e púlpito “mass media”, no qual a Rede Globo aparece como um agente influenciador do homossexualismo, do sexo, e da degradação moral da sociedade brasileira.

## 5.5 PROSELITISMO

Prosélito é uma palavra que remete ao início da era e da literatura cristã. Originariamente o termo é grego (prosélytos) e significa ‘aquele que se aproxima’, ‘recém-chegado’, ‘aderente’. É o indivíduo convertido a uma doutrina, idéia ou sistema. Proselitismo é a atividade diligente em fazer prosélitos, ou ainda, a conquista de novos adeptos para a sua crença ou ideologia.

### 5.5.1 PROSELITISMO POLÍTICO

A idéia do asceticismo como um sinal de uma vida eleita no protestantismo se secularizou e o cristão passou a aceitar as recompensas desse mundo como o resultado do esforço intramundano. As mudanças se refletiram inclusive no campo político. Se antes o “crente” não participava de política, atualmente a ordem do dia é: “*irmão vota em irmão*” e cada vez mais essa bancada corporativista tem aumentado. Para se ter uma idéia, atualmente a bancada ligada a ala evangélica no congresso é de 29 (vinte e nove) deputados e 05 (cinco) senadores. Quem mais tem inovado neste campo, entre as igrejas evangélicas, é a Universal com uma postura ‘agressiva’ politicamente e que, por isso, tem sido acusada de fazer política

no altar. Quanto ao Folha Universal, esta postura é evidente, sendo sua editoria de política utilizada como se fosse um jornal sindical, mostrando a participação e as atividades dos políticos da casa e daqueles que, mesmo não sendo da Igreja, tenham o seu apoio.

Um exemplo dessa participação aconteceu nas eleições municipais de 1996, em que a editoria de política fez, abertamente, propaganda política dos políticos apoiados pela IURD. Na edição nº 230 de 01 a 07/09/96, um mês antes das eleições (03/10), na matéria “ ‘Muda Rio’ lota ginásio do Olaria”, os fiéis começaram a ser ‘preparados’. A matéria afirma que o bispo Marcelo do Rio de Janeiro na sua pregação “levou as pessoas à reflexão sobre o ano político e lembrou a importância da conscientização política do povo evangélico. Muitos cristãos pensam que não devem se envolver com política, mas ele mostrou ‘biblicamente’ que as pessoas devem se conscientizar dessa necessidade”. Nessa mesma página, na reportagem: “Bispo Max: ‘Temos candidatos evangélicos com testemunhos irretocáveis’, onde são apresentados cinco candidatos da IURD, lemos que na igreja de Campo Grande, no Rio de Janeiro, em reunião superlotada, o bispo juntamente com pastores do templo, apresentou os candidatos às eleições de outubro, indicados pelos fiéis da Igreja Universal. Como ingrediente novo na história, temos notícias de uma certa ‘teologia política’, pois somos informados de que ele “citou referências bíblicas, como fórmula de dizer que o cristão “*deve*” votar em cristão. Esse fato é uma evidência da utilização do púlpito como palanque.

No mês de setembro a campanha eleitoral estava na reta final, e o jornal que, fora do período de eleições, utiliza normalmente uma das suas 16 páginas para a política, o que representa 6,25% do espaço total, passou a usar uma média de duas páginas e meia, o que equivale a 15,6%, um aumento de 249,6% do espaço utilizado para a política. Esse aumento do espaço foi utilizado para a propaganda política dos candidatos da IURD em todo o país. O resultado da campanha saiu na edição 237 de 20 a 26/10/96, com a seguinte reportagem: “Candidatos apoiados pela IURD se elegem em todo o Brasil”. O resultado pode ser considerado expressivo: no Estado do Rio de Janeiro elegeu 23 vereadores e nas câmaras das principais cidades do Brasil, fez pelo menos um representante da IURD.

### 5.5.1.1 CRISTÃO VOTA EM CRISTÃO

Nos meses que antecederam as eleições municipais, este foi o ‘slogan’ que apareceu em todas as edições do jornal. Nas campanhas eleitorais a Igreja tem se mostrado tão eficiente quanto no campo religioso. Esta frase tem transformado os eleitores evangélicos antes avessos à política em eleitores disciplinados e corporativistas. Muito embora na edição 232, o bispo Edir Macedo tenha escrito que ‘o voto é livre’ e que a Universal jamais obrigou a ninguém a fazer qualquer coisa, a Igreja tem ‘conscientizado’ seus membros a votarem em candidatos evangélicos.

A campanha, ou melhor, a atividade diligente para mudar a compreensão dos evangélicos para votarem em evangélicos tem sido o fundamento da ‘doutrina’ política da IURD que é pragmática no objetivo de eleger políticos que defendam os seus interesses.

#### 5.5.1.2 UMA IGREJA EM CAMPANHA ELEITORAL

Na matéria da edição 231, “Globo ataca IURD mais uma vez”, a Igreja se defende da acusação feita pelo jornal O Globo de estar fazendo política no altar. Segundo o Folha Universal a “Globo se lança ferozmente contra a IURD, acusando-a de fazer política no altar, citando inverdades e publicando foto de uma concentração realizada em um ginásio em Belford Roxo, no Rio de Janeiro, como se fosse um templo da igreja”. O próprio jornal na edição anterior ( 230), afirma que o bispo Max na igreja de Campo Grande no mesmo Estado, apresentou os candidatos às eleições de outubro, indicados pelos fiéis da Igreja Universal. Segundo o pastor, “sinais divinos indicam que Jesus Cristo está tocando nos corações do povo e autoridades para que o Brasil seja transformado definitivamente em uma nação cristã”.

Ao que parece, as acusações da Globo eram procedentes quanto ao fato da Igreja fazer campanha eleitoral em seus cultos<sup>1</sup>. Além disso, o jornal Folha de São Paulo do dia 10/09/96, fez a seguinte denúncia: “Pastores da Igreja Universal em São Paulo Pedem Voto para Serra em Culto”. A repórter foi a um culto na igreja do Brás, sede da Universal em São Paulo e no culto ouviu o pastor Júlio César pedir voto. “Acredita em nós e vota no Serra”. Segundo ele a vitória do PSDB traria benefícios para a igreja. Além do pedido formal de votos aos fiéis, a oração final do culto foi iniciada com um apelo em favor do candidato. “Senhor Jesus, elege o

senador Serra, rogava o pastor, sendo acompanhado por uma platéia que repetia suas frases. Além disso, logo na entrada do templo, uma faixa já evidenciava a preferência política dos responsáveis pelo local: “Vamos orar pelo candidato a prefeito Serra” (Zorzan, 1996, p.8).

A questão é polêmica pois envolve o lado da ética e da moral religiosa. Segundo a declaração do coordenador político da Universal no Estado de São Paulo, Wagner Salustiano, “Nosso povo é fiel, elegemos até poste”. Isto só faz confirmar a influência dos pastores junto aos seguidores, acirrando a polêmica sobre a mistura entre religião e política.

---

1. Um fato que aconteceu no dia 06/09/96, quando visitamos o templo da IURD, chamado Catedral da Fé, no Iguatemi. Ficamos surpresos quando uma mulher nos perguntou se não tínhamos levado o título de eleitor. Ela insistiu para pegar nossos dados nos dando uns ‘santinhos’. Dentro da Igreja havia uma faixa com os dizeres: IRMÃO VOTA EM IRMÃO.

De concreto temos as evidências da utilização do púlpito como palanque. É certo que a Igreja Universal não obriga seus membros a votar em determinado candidato, mas que a ‘pressão’ exercida por ela em seus membros, tem criado um eleitor obediente, fiel e disciplinado, esse fato nem ela mesma pode negar. O jornal em período eleitoral assume uma postura política só vista em jornais sindicais, numa mistura sem precedentes no país entre política e religião.

## 5.5.2 PROSELITISMO RELIGIOSO

*“Ai de vós, escribas e fariseus, hipócritas! pois que percorreis o mar e a terra para fazer um prosélito; e, depois de o ter feito, o fazeis filho do inferno duas vezes mais do que vós”.*

Mateus 23:15

Historicamente, os prosélitos eram gentios convertidos ao judaísmo e eram de duas classes, ou de dois graus: (1) aqueles que, a todos os propósitos, se tornaram judeus pelos três ritos de circuncisão, batismo e sacrifício - os prosélitos de Mateus 23:15; Atos 2:10; (2) os devotos ou tementes a Deus que renunciaram a idolatria, freqüentavam a sinagoga,

guardavam o sábado e evitavam as formas crassas de corrupção (Watson, 1979, p.156).

A razão de ser da expansão de qualquer religião é o proselitismo, ou seja, a busca diligente por novos adeptos. No cristianismo essa mesma atitude é definida como evangelização, que significa levar as boas novas de Cristo. Nos tempos atuais, toda mídia montada em torno do nome de Deus tem o pressuposto da missão evangelizadora ou a conquista de novos prosélitos. Esse deve ser o serviço em nome de Deus que o jornal Folha Universal afirma estar fazendo.

Em nome de Deus sim, mas a serviço da Universal. A distinção entre evangelização e proselitismo muitas vezes torna-se difícil quando se trata das igrejas cristãs. Evangelizar significa ‘boas novas’, são as boas novas da ressurreição de Jesus Cristo, é pregar a palavra do Filho de Deus. Proselitismo é buscar novos adeptos para essas boas novas segundo as suas respectivas versões. Uma está a serviço de Deus, outra, a serviço da religião.

O semanário Folha Universal é inegavelmente proselitista. Quando não fala da sua igreja, fala das coisas pertencentes a ela e, quando fala da palavra de Deus, evidentemente fala segundo sua versão. As notícias de curas, libertações e exorcismos, todas elas trazem uma característica comum: *o enaltecimento da Igreja*. Na edição nº 201 em um relato de cura na matéria “A Umbanda e a magia negra destruíam a minha vida”, temos: ‘fui à Corrente dos 70 (um dos cultos da IURD) e comecei a buscar em Deus a minha cura. Na mesma edição, na matéria “Família curada de AIDS”, o relato começa assim: ‘não fosse a Igreja Universal a anunciar um Deus vivo e poderoso o que seria de nossas vidas?’

Na edição 236 na matéria, “Comia despachos e conversava com os mortos no cemitério”, consta a seguinte declaração: ‘assistindo o Despertar da Fé, na TV Record, se fortaleceu e procurou uma Igreja Universal onde teve um verdadeiro e maravilhoso encontro com o senhor Jesus Cristo’. Na 237, “Ficou dois anos em estado de coma”, o relato: ‘Ninguém mais acreditava em sua recuperação, mas a família se uniu e, através da fé em Deus, conseguiu o milagre. A situação de Júnior era desesperadora. Todos os dias, porém, a família de Júnior se reunia na casa com membros e pastores da IURD, de Santos, até que aconteceu um milagre em nome do Senhor Jesus. Na 238: “Vivia no submundo do crime e das drogas”, segue-se o relato até chegar no desfecho: ‘Na Igreja Universal do Reino de Deus o amor do Senhor Jesus tomou conta do meu coração’. Na edição 240

temos: “Universal, a igreja das vigílias”. “Está acontecendo um grande avivamento na Igreja do Senhor Jesus”.

Em todos os exemplos citados é mostrado uma mensagem intrínseca: a solução estava na Igreja Universal. Em todos os relatos de cura ela chega através da Igreja, para depois ser, em nome de Jesus. A construção de qualquer mensagem percorre o caminho lógico da ideologia que se quer transmitir:

Ao arrumar deliberadamente um discurso em que o indivíduo chegou à cura através da Igreja, encontrou Jesus na Igreja Universal, se não fosse a Universal a anunciar um Deus vivo e poderoso, o que seria de nós, etc. o jornal prioriza a importância do acontecimento ter sido na Igreja. Está a dizer: lá é o lugar certo, é lá que está a solução dos problemas, é lá que Deus opera. Estas mensagens não são evangelizadoras. A mensagem principal não é a cura, que é um mero chamariz da atenção, não está em Jesus que fez o milagre, mas na Igreja onde pode ser feito o milagre.

O jornal cumpre o seu papel divulgando a mensagem que a Igreja quer passar. Nesse instante ele adquire uma feição de púlpito ‘mass media’, uma tribuna de onde a Igreja divulga a sua mensagem religiosa. EM NOME DE DEUS o jornalismo se torna mero proselitismo e a imprensa dogmática.

## **6 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO DISCURSO DA FOLHA UNIVERSAL**

No estudo sobre o discurso do jornal Folha Universal, verificou-se que ele integra o discurso da IURD com o seu, formando uma unidade a tal ponto de não se perceber onde começa o seu discurso e onde termina o da IURD. Esta união dá origem a um jornalismo diferenciado, mesclando linguagem jornalística com a religiosa. Esta mescla se cristaliza em várias matérias de defesa dos interesses da Universal e pelo papel desempenhado pelo próprio jornal de tribuna combativa à moda dos jornais sindicais. Essas notícias podem ser aglutinadas em vários tópicos:

### **1. INVESTIDAS CONTRA OS DESAFETOS DA IURD**

Pelos mais diversos motivos a Universal se opõe a algumas instituições do país. No ramo religioso, são as crenças afro-brasileiras, o espiritismo e a Igreja Católica. Com a Rede Globo, por causa da Rede Record de televisão, ambas fazem propagandas contrárias. Na política, atacam os opositores ou concorrentes de seus candidatos. Em todos esses casos a Igreja utiliza o Folha Universal como tribuna de combate ideológico e púlpito “mass media”. 9,4% das mensagens do jornal são de investidas diretas contra aqueles a que a igreja se opõe. Este percentual, se forem consideradas as mensagens políticas constantes nos relatos de curas, libertações e exorcismos e que têm como “pano de fundo”, críticas aos inimigos, pode chegar a 20% (verificar frequência das categorias do discurso).

## 2. DEFESA DOS INTERESSES POLÍTICOS E RELIGIOSOS

Que um jornal oficial defenda os interesses da instituição que o mantém, é o esperado e compreensível. O período pesquisado ocasionou uma distorção e ao mesmo tempo deu uma perspectiva nova. Por causa do período eleitoral que coincidentemente foi o pesquisado, as mensagens políticas alcançaram o percentual de 26,2% . O discurso em essência é simples: os candidatos da IURD ou que têm o seu apoio são honestos, trabalhadores e bons; os outros, no mínimo não possuem as mesmas qualidades. Um exemplo ocorreu na edição nº 233 (jornal da semana anterior às eleições), o Folha Universal afirma que Serra e Cabral eram os prefeitos que São Paulo e Rio precisavam e a vantagem sobre os adversários era não serem teleguiados pelos atuais prefeitos.

## 3. DIVULGAÇÃO E SISTEMATIZAÇÃO DAS DOCTRINAS DA IURD

O jornal, nesse aspecto, torna-se um “púlpito impresso”, com a incumbência de divulgar as notícias dos cultos em todo o país, das curas, libertações e exorcismos, além dos artigos de, normalmente, seis bispos. O semanário, basicamente, divulga o que ocorreu e não o que vai acontecer. Dessa forma os relatos sobre milagres são a comprovação de que o culto é “verdadeiro”, de que a igreja possui o entendimento correto sobre a palavra de Deus (Bíblia). Os sermões impressos, sempre nas páginas 2 e 3, são os guias para toda a congregação, e o jornal, o seu púlpito.

## 4. A IGREJA DO IMPOSSÍVEL

O jornal constrói a imagem da IURD como a igreja dos milagres. A igreja onde o impossível se faz real e o irreal não existe, onde até curar uma família de AIDS é possível (ver edição nº 201), onde expulsar demônios, libertar os fracos dos vícios e curar são coisas que normalmente acontecem. Essas mensagens funcionam no sentido de afirmar que nos cultos da IURD tudo pode acontecer e acontece, por que lá se adora a Deus de verdade, é lá que se tem o entendimento verdadeiro da vontade do Senhor. Uma matéria de primeira página da edição nº 240 afirma isto: “*A superlotação de ginásios e templos em todo o país, durante as vigílias da Semana do Espírito Santo, comprova que a Universal é a igreja da comunhão com Deus*”. *Este discurso se vê repetidas vezes e de diferentes formas.*

## 5. UMA IGREJA TRIUNFALISTA

As informações sobre a Igreja aparecem no jornal com expressões que indicam uma igreja triunfante, transbordante, vitoriosa. Como exemplo pode-se citar várias manchetes de como o jornal define a IURD: IURD É UMA DAS INSTITUIÇÕES DE MAIOR PRESTÍGIO NO PAÍS. O MAIOR BATISMO DE ALAGOAS. LOUVOR NA MAIOR IURD DA AMÉRICA. VIGÍLIA SUPERLOTA IURD EM MADRI. IURD SUPERLOTA DE NORTE A SUL DO PAÍS. MULTIDÃO OCUPA ATÉ TELHADO NA INAUGURAÇÃO DE MAIS UMA IURD.

É assim que o jornal constrói a imagem da igreja. É a igreja que superlota, a que não pára de crescer, a que arrasta multidões, a que prospera e mais inaugura templos, a verdadeira, a infalível. É possível que sem saber o jornal incorre no mesmo erro *triumfalista* que ocorre na tão criticada Igreja Católica que possui alguns membros que tendem a não ver suas falhas históricas ou suas deficiências em geral.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muito poderia ainda ser dito sobre o jornal **FOLHA UNIVERSAL**, *um jornal a serviço de Deus*. Entretanto, os principais pontos que o caracterizam foram explicitados nesta pesquisa. Resta acrescentar o que define um jornal que tem o seu papel muito bem definido pela instituição que o patrocina. Um jornal que funciona como peça de ligação de todos os templos, noticiando os fatos e idéias mais importantes. Para a IURD, portanto, é uma peça funcional e pragmática. Para o público, o jornal é um grande púlpito de onde saem as mensagens que regem suas vidas. Um “púlpito impresso” de grande alcance, onde vários pastores fazem seus sermões e os membros dão os seus testemunhos.

Para o jornalismo, inova-se quando introduz o depoimento e o testemunho como notícia. O ‘artigo de fé’ é uma característica específica do jornalismo religioso, pois não tem o objetivo jornalístico de buscar a exatidão dos fatos, antes porém, de alimentar a crença religiosa. Quanto ao jornal em si, sua característica geral é a propaganda religiosa, ou ainda, o proselitismo.

## 7.1 JORNALISMO EM NOME DE DEUS

Esta pesquisa se iniciou afirmando que grupos religiosos têm se apropriado do que se convencionou chamar “a mídia de Deus”, na disputa por prosélitos via “mass media”. EM NOME DE DEUS, as religiões ocupam espaço nas mídias, empenhadas em conquistar fiéis para a palavra de Deus, segundo as suas respectivas versões. A Folha Universal é uma atualização desta proposta, porém, o objetivo principal não é mais o de conquistar prosélitos, mas informar os convertidos.

O jornalismo praticado por este jornal é uma mescla do discurso religioso com o jornalístico, combinando as técnicas jornalísticas às técnicas de pregação religiosa, com o intuito de informar este público e formar uma concepção ideológica de que a Igreja Universal é a igreja da comunhão com Deus. Isto está dito na edição nº 240 (*A superlotação de ginásios e templos em todo o país, durante as vigílias da semana do Espírito Santo, comprovou que a Universal é a igreja da comunhão com Deus*).

*Em nome de Deus*, o jornal se permite transformar depoimentos e testemunhos em notícias, sem verificar os dados dos relatos, simplesmente solicitando do leitor a crença na notícia.

*Em nome de Deus*, o jornal faz proselitismo ao anunciar, como no exemplo da edição nº 201, na manchete “Família curada de AIDS”, “não fosse a Igreja Universal a anunciar um Deus vivo e poderoso, o que seria de nossas vidas?”. Ou na edição nº233, semana anterior às eleições municipais de 1996: “*Serra e Cabral: os prefeitos que São Paulo e Rio precisam*”. Duas vertentes deste proselitismo, o religioso e o político.

Clóvis Rossi afirma que “jornalismo independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens” (Rossi, 1980, p.7).

Acrescente-se a esta definição de jornalismo de Rossi, a definição da notícia de Adelmo Genro Filho que afirma ser “o singular a matéria prima

do jornalismo” e a de Ciro Marcondes Filho que diz que “torna-se notícia aquilo que é **anormal**, mas cuja anormalidade interesse aos jornais como porta-vozes de corrente políticas”. Transpondo estas definições para o jornalismo religioso praticado pela Folha Universal, teríamos que o “singular” e o “anormal” seriam usados na batalha para a conquista de mentes e corações dos membros e de novos adeptos que é o objetivo de qualquer religião.

## 7.2 UMA IMPRENSA APOLOGÉTICA

O jornal tem como objetivo geral informar os membros da IURD o posicionamento da Igreja e divulgar os acontecimentos e notícias. Neste aspecto, assume o papel de jornal institucional, ou ainda, um púlpito que estende o culto para a imprensa. Nele se prega as doutrinas, se divulga testemunhos de fé, se dá o direcionamento para toda a Igreja. Portanto, ele é o púlpito maior da IURD, de onde se unifica o discurso e se aglutina os membros nos propósitos da Igreja.

Em termos ideológicos, o jornal é uma arma eficaz na defesa dos interesses da Igreja, tanto a defende quanto ataca seus opositores. Não se limita a um discurso passivo e sua linguagem cristaliza as aspirações ideológicas, tanto a nível religioso de ser a igreja da comunhão com Deus, quanto a nível político de ser a liderança dos políticos evangélicos. O discurso ativo do jornal se consolida nas críticas à Igreja Católica, às religiões afro-brasileiras, ao espiritismo, à Rede Globo e na propaganda política de seus representantes.

O jornal Folha Universal, *um jornal a serviço de Deus*, faz uma imprensa apologética com o seu discurso que justifica, defende e louva a Igreja Universal do Reino de Deus. Todo o discurso, toda atitude, todas as ações da IURD são justificáveis e infalíveis para o jornal. Nas publicações pesquisadas não existe um “senão” sobre a Igreja. Os interesses, as posições religiosas e políticas, as instituições, os dogmas, os ensinamentos, o “modus vivendi” da IURD são defendidos nas notas, matérias e artigos do jornal.

Principalmente, o jornal louva a IURD. Isto está implícito nas matérias que afirmam que a Igreja superlota, que é a maior, a que não pára

de crescer, a de maior prestígio, a que arrasta multidões, a que cura, a que liberta, a que expulsa demônios e acima de tudo, a que tem a comunhão com Deus.

Por fim, a grande questão a acrescentar sobre essa espécie de jornalismo praticado pela IURD é o seu discurso dogmático. Dogmatizar constitui uma característica do pensamento religioso, ou seja, atribuir às suas afirmações o valor de indiscutível. Entretanto, a “verdade jornalística”, como qualquer produto mediático, é construída, e como tal, não pode ter esse atributo. O dogmatismo religioso deve ficar, portanto, restrito à igreja.

## 8 BIBLIOGRAFIA

BÍBLIA SAGRADA. Traduzida por João Ferreira de Almeida. 44ª impressão. Imprensa Bíblica Brasileira. Rio de Janeiro. 1980.

BRESSER, Deborah. Em Nome de Deus. Revista Imprensa.  
O Jornalismo da Comunicação. São Paulo. nº 95, ago. 1995.  
p.24.

FRESTON, Paul. Breve História do Pentecostalismo Brasileiro. In: ANTONIAZZI, Alberto [et al.]. Nem Anjos Nem Demônios : Interpretações Sociológicas do Pentecostalismo. Petrópolis, Rio de Janeiro. Vozes, 1994.

GOMES, Wilson. Nem Anjos Nem Demônios: O Estranho Caso das Novas Seitas Populares no Brasil da Crise. In: ANTONIAZZI, Alberto [et al.]. Nem Anjos Nem Demônios : Interpretações Sociológicas do Pentecostalismo. Petrópolis, Rio de Janeiro. Vozes, 1994.

KACHANI, Morris. Sou o Estrume do Cavalo do Bandido. Revista Veja. São Paulo. Editora Abril. Edição 1.421, 6 dez. 1995. p.71.

LOBATO, Elvira. Universal Dobra Posse de Tvs e Vira a 3ª Rede. Folha de São Paulo. São Paulo. 26 nov. 1995. Cad. 1, p. 18.

MACEDO, Edir. O Diabo e Seus Anjos. Editora Gráfica Universal. 1ª edição, Rio de Janeiro, 1995.

MARCONDES FILHO, Ciro. Jornalismo Fin-de-Siècle. São Paulo: Scritta Editorial. 1993.

MATTIUSI, Dante. Editorial. Revista Imprensa: Jornalismo da Comunicação. São Paulo, nº 95, ago. 1995. p. 4.

NOVO MANUAL DA REDAÇÃO. São Paulo: Folha de São Paulo, 4ª edição, 1994.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Jornalismo Empresarial: Teoria e Prática. 2ª edição, São Paulo. Summus, 1987.

ROSSI, Clovis. O Que é Jornalismo. Editora Brasiliense, 8ª edição, 1988, p.7.

TREVISAN, Cláudia. Igreja Universal Expande Negócios e Conquista Adeptos em 39 Países. Folha de São Paulo. São Paulo. 17 set. 1995, Caderno 1, p. 10.

VIEIRA, Marceu. A Fé Que Move Montanhas de Dinheiro. Jornal do Brasil. Rio de Janeiro. 22 out. 1995. Caderno 2. p. 16.

WATSON, S.L. |et al.|. Proselitismo. Conciso Dicionário Bíblico.  
Rio de Janeiro. Imprensa Bíblica Brasileira. 1979. p. 156.

WOLF, Mauro. Teorias de Comunicação. Editorial Presença. 1ª  
edição. Lisboa. 1987.

ZORZAN, Patrícia. Pastores da Igreja Universal em São Paulo  
Pedem

Voto Para Serra em Culto. Folha de São Paulo. São Paulo.  
10 set. 1996. Caderno 1, p. 8.

## 9 - ANEXOS