



**FACULDADE TEOLÓGICA BATISTA EQUATORIAL
COORDENAÇÃO DE TEOLOGIA**

ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO EVANGÉLICO

ANDERSON CARLOS FLORES VERA CRUZ

BELÉM-PARÁ
2010



**FACULDADE TEOLÓGICA BATISTA EQUATORIAL
COORDENAÇÃO DE TEOLOGIA**

ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO EVANGÉLICO

ANDERSON CARLOS FLORES VERA CRUZ

Monografia apresentada em cumprimento às exigências
Do curso de Bacharel em Teologia pela Faculdade
Teológica Batista Equatorial – FATEBE.
Orientador: Prof^o José Carlos

BELÉM- PARÁ
2010

CRUZ, Anderson

Análise da comunicação no contexto evangélico /

Anderson Carlos F. Vera Cruz. Belém: Edição Independente, 2010.

Monografia (Bacharel em Teologia) - Faculdade Teológica

Batista Equatorial. FATEBE

1. Teoria – 2. Prática - 3. Problemas Teológicos I. Título.

NOMINATA

Diretor Geral

Dr. David Bowman Riker

Diretor Acadêmico

Prof. Ms. Manoel Ribeiro de Moraes Júnior

Coordenador de Pós-graduação e pesquisa

Dr. Douglas Rodrigues da Conceição

Diretor Administrativo

Pr. Antonio Ronaldo

Secretaria Geral

Responsável : Gabriela Nunes Campos

ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO EVANGÉLICO

ANDERSON CARLOS FLORES VERA CRUZ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
Requisito final para obtenção de grau de Bacharel em
Teologia pela FATEBE – Faculdade Teológica Batista
Equatorial/orientado pelo Profº José Carlos

Banca Examinadora:

1. _____

Profº José Antonio Mangoni

2. _____

Profº José Carlos de L. Costa

3. _____

Profº Josué da Silva de Lima

Aprovado em: ___/___/___

Conceito: _____

“Para que a comunicação da tua fé seja eficaz
no conhecimento de todo o bem que em vós há
por Cristo Jesus”

(Filemom 1.6)

A G R A D E C I M E N T O S

Ao Deus que me permiti estar em lugares difíceis para compreender seu querer para minha vida, me guardando de todas as ciladas preparadas contra mim.

À minha família, em especial o amor da minha esposa, Mhaylla que sempre esteve junto a mim quando eu mais precisei de companheirismo, paciência e amor. Como também os meus pais que sempre tem apoiado com suas orações.

Meu muito obrigado a todos os meus amigos e irmãos que estando perto ou longe tem participado na construção do conhecimento teológico, principalmente a grande amiga Valéria com seu maravilhoso carinho. Agradeço a todos os professores que durante esse curso passaram seus valiosos conhecimentos.

“No final tudo dá certo. Se ainda não deu é porque não chegou ao final”.

Jean Rostand

RESUMO

Observando os meios de comunicação, seus meios e a forma como as Igrejas evangélicas buscam estar nos meios midiáticos, foi feito um levantamento direcionado a uma linha de pensamento, usando obras já escritas sobre o contexto para sintetizar a intenção dessas Igrejas quando adentram, com programas comunicacionais a esses veículos. Em todo o trabalho há um breve levantamento dos atos, meios e formas de comunicação utilizada desde a época de Jesus à atualidade. Assim, as páginas a serem lidas a seguir, mostrarão que durante os vários períodos em que o campo religioso esteve em contato com o da comunicação de massa, antes mesmo de um estudo científico, eles já se comportavam remetendo-se ao ato de falar, se posicionar e transmitir uma mensagem. Nessa observação, é considerado a cultura, as ferramentas, o conhecimento, a mensagem e o destino das mensagens, para comparar com a execução dessas estratégias de comunicação na atualidade por intermédio de líderes de Igrejas que estão adentrando a todos os meios de comunicação com pretensões envolvidas de religiosidade. Para demonstrar tudo isso, a pesquisa inicia com um relato do que é comunicação e seus atos no âmbito familiar, acadêmico e no contexto geral; passa para uma visualização dos meios de comunicação e suas atuações em campos diversos, em paralelo com as Igrejas Evangélicas, dando ênfase a posição do povo de Deus no surgimento dos mesmos; nos capítulos subsequentes consta sobre a preocupação de Deus, Jesus, discípulos e escritores da Bíblia, com a eficiência na comunicação da mensagem aos nossos antepassados, assim como ao povo do século XXI. Entre outros assuntos abordados, sempre em relação a comunicação no contexto evangélico, os tópicos finais desta obra levanta questões concernentes aos programas evangélicos nos veículos de comunicação e o comportamento da Igreja perante o surgimento diários de novas mídias em prol de comunicar.

Palavras-chave: Comunicação, mídia, poder, mensagem, Igreja.

ABSTRACT

Noting the media, their media and how the evangelical churches seek to be coming from the media, a survey was made directed to a line of thought, using works ever written about the context to summarize the intent of these churches when they enter, with communication programs these vehicles. Throughout the work there is a brief survey of the acts, means and forms of communication used since the time of Jesus to the present. Thus, the pages to be read below, show that during the various periods in the religious field was in contact with the mass media, even before a scientific study, they have behaved referring to the act of speaking, stand and deliver a message. In this observation, is considered the culture, tools, knowledge, message, and destination of messages, to compare with the implementation of these communication strategies in the news through leaders of churches that are entering all the media with claims involved of religiosity. To demonstrate this, the research starts with a description of what your actions and communication within the family, academic and general context; passes to a preview of the media and their roles in various fields, in parallel with the Evangelical churches emphasizing the position of God's people at the roadblock; contained in subsequent chapters on the care of God, Jesus, disciples and the Bible writers, with the efficiency in communicating the message to our ancestors, as well as the people of the century. Among other issues addressed, always in relation to communication in the Gospel context, the final topics of this work raises issues concerning Christian programs in the media and the attitude of the Church before the daily emergence of new media in favor of communicating.

Word-key:: communication, media, power, religion, message, church.

LISTA DE ABREVIATURAS

a.C – antes de Cristo

d.C – depois de Cristo

Mt. – Mateus

Luc – Lucas

Tess. – Tessalonicenses

Cap. – Capítulo

Ver. – Versículo

Ap. – Apocalipse

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	A COMUNICAÇÃO	15
2.1	O ATO DE SE COMUNICAR	15
2.1.1	A comunicação familiar	15
2.1.2	A comunicação no campo acadêmico	18
2.1.2.1	As Teorias da Comunicação	20
2.1.3	A comunicação no âmbito geral	23
3.	OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	26
3.1	O RÁDIO	28
3.2	A TELEVISÃO	29
3.3	O SATÉLITE	31
3.4	O COMPUTADOR E AS NOVAS MÍDIAS	31
3.5	A INTERNET	32
4.	A COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO BÍBLICO	34
4.1	A COMUNICAÇÃO E A BÍBLICA	36
4.1.1	A comunicação nos textos bíblicos	36
4.1.2	Jesus e o ato de comunicar	38
4.2	A IGREJA E A COMUNICAÇÃO	44
4.2.1	A IGREJA PRIMITIVA	44
4.2.2	A comunicação como forma de Poder	46
4.2.3	Os reformadores	48
4.3	A IGREJA CONTEMPORÂNEA	50
4.3.1	As Igrejas Evangélicas	52
4.3.2	A Igreja e as mídias	53
4.3.3	Igreja Universal e Record	55
4.3.3.1	Busca do Poder ou de Almas?	57
4.3.4	Programa Vitória em Cristo	61
4.3.5	Redes do Evangelho	62
4.3.5.1	Rede Boas Novas	62
4.3.6	Novas mídias, novos caminhos a percorrer	63
6.	CONCLUSÃO	66
7.	BIBLIOGRAFIAS	68

1 INTRODUÇÃO

Ao estudar Comunicação Social é possível notar que entre as disciplinas que estudamos no decorrer do curso há a ausência de um questionamento levado para uma discussão de como o campo religioso está adentrando ao campo da comunicação midiática. Esses campos que aparentemente se mantiveram distantes um do outro, interagem e passam a misturar-se com um direcionamento, ainda não estudado, mas que já levantou questionamento na própria mídia.

Ao ligar a televisão ou o rádio e dar uma passada rapidamente pelos canais disponíveis, dificilmente o ouvinte ou telespectador não se deparará com um pastor pregando, um cantor gospel cantando ou algo do gênero. As mídias estão com suas grades de programação repleta de horários reservados ao contexto que falam de Salvação, ressurreição, vida pós morte, ou seja, de Jesus. Se nem todos que se intitulam do campo religioso estão falando disso, deveriam falar.

É sobre a questão da utilização desses veículos por parte de Igrejas e líderes religiosos, que este trabalho se voltou. Esse envolvimento ultrapassa limites invadindo outros campos determinados a outros, e mostra, principalmente na parte pertencente ao campo religioso, o posicionamento pessoal dos envolvidos, os quais se autoneciam representantes de Deus na terra.

Desde a criação do mundo é possível ver como o ato da comunicação vem sendo determinante quando se trata de disseminar um conhecimento ou projetos. Com o passar dos anos e o surgimento de novas técnicas e novas tecnologias, houve uma aceleração no âmbito comunicacional, mas não aconteceu o mesmo com a utilização dessas inovações por parte daqueles que por herança receberam a ordem de comunicar sobre o contexto espiritual. Com isso, os meios de comunicação foram transferidos, naturalmente, para as mãos dos que estiveram junto com os idealizadores dessas novas ferramentas e que passaram a fazer uso delas conforme seus interesses.

Este estudo se propõe discutir sobre a comunicação no âmbito pessoal, acadêmico e cultural, dando uma ênfase à visão do indivíduo de fora para dentro; os meios de comunicação e suas utilidades; a comunicação na época em que Jesus esteve fisicamente no mundo mostrando como Ele a utilizou nas peregrinações, contato com o povo e sermões; um breve relato do formato de comunicação da Igreja primitiva e, finalmente a relação da Igreja contemporânea, seus líderes e fiéis com a comunicação e seus meios.

Para uma construção de pensamentos e idéias, foi traçado uma linha de pesquisa baseada em leitura , observação e interpretação de obras já publicadas a respeito dos campos envolvidos, no vaso a religião, as igrejas e a comunicação e seus meios; além de uma visualização crítica dos programas, impressos e publicações diversas, encontradas e veiculadas nos meios midiáticos. O processo, também, considerado para essa metodologia foi sempre estendido ao campo comparativo e de relação entre as partes envolvida na pesquisa, olhando o contexto, cultura e período de atos envolvendo a arte de comunicar.

2. A COMUNICAÇÃO

2.1 O ATO DE SE COMUNICAR

Sempre houve a necessidade da comunicação e ao perceber a importância do ato de se comunicar bem, os estudos sobre o aspecto vêm sendo aprimorado velozmente. O interesse nos últimos tempos parte da necessidade de se posicionar sobre algo e ser entendido e compreendido pelos ouvintes como se deseja aquele que se coloca na posição de mensageiro.

Já dizia José Abelardo Barbosa de Medeiros – Chacrinha¹: “quem não se comunica se estrumbica”. Olhando para idéias do velho guerreiro e mestre das telas nos anos 80, o desafio do ser, principalmente nos últimos dias, é de aprender a se comunicar e não se dar mal por causa de barreiras comunicacionais.

O ser humano é um animal que depende da comunicação para a sua sobrevivência, pois é através dela que se constrói uma cultura que, mesmo com o passar dos tempos, sobrevive e determina como as pessoas de hoje ou de gerações vindouras se comportarão e viverão.

2.1.1 A comunicação familiar

Com a correria do dia-dia, cada vez mais fica complicado o contato e a comunicação entre familiares. Já é possível ouvir histórias de pessoas que, isoladas em seus mundinhos, dentre suas próprias residências e entre familiares, não se falam ou se vê por dias.

Com o avanço das tecnologias e a acessibilidade dos indivíduos aos aparatos² oferecidos por ela, as pessoas estão tendo menos contatos pessoais e se tornando seres offline³ ou online⁴, mantendo todo os seus contatos por intermédio de aparelhos como: celular, computador, televisão, rádio, etc.

Em pouco tempo o mundo sofreu mutações e fez com que as pessoas se distanciassem umas das outras, apesar da aparência de estarem mais próximas através das formas de

¹ Chacrinha, foi um grande comunicador de rádio e considerado o maior nome da televisão no Brasil, como apresentador de programas de auditório, enorme sucesso dos anos 1950 aos 1980.

² Conjunto de ferramentas ou aparelhos.

³ Termo usado na internet para demonstrar uma Indisponibilidade ou ausência do internauta.

⁴ Termo usado na internet para demonstrar uma disponibilidade do internauta na rede.

comunicação oferecidas por intermédio de aparelhos. Essa transformação é uma via de mão dupla que, ao mesmo tempo em que oferece vantagens no contato das pessoas distantes, pode colocar-se como uma barreira entre indivíduos próximos.

Os profissionais da psicologia afirmam que o ser humano é sensível a copiar e tomar para si por imitações, sejam elas boas ou más, as formas de um ser que estará próximo dele. Esse processo acontece no dia-dia, imperceptível às pessoas que desapercibidas em relação a esse processo, estão formando fotocópias através de transferência por atos, bons ou ruins.

Por intermédio de uma boa comunicação, mesmo que impercebível, é construído um ser intelectualmente, que para melhor ou pior será direcionado a partir do comportamento das fontes em sua volta que determinarão a direção desta criatura. Por isso é importantíssimo ter bons transmissores em torno da criatura mantendo um contato direto e passando uma comunicação livre de interferência as quais será aproveitada em sua relação com o mundo no futuro.

Dentro desse pensamento, é de se questionar como serão as futuras gerações que mantêm uma comunicação por intermédio de máquinas e equipamentos. Se cada um, quando criança, é formado através de uma percepção do que está em sua volta e assimilam valores, conhecimentos, afeto, cultura e sentimentos, os futuros humanos tenderão a serem robôs com alguma porcentagem de humanidade!

Conta-se uma historia de um garoto que, em todos os dias de jogos na Televisão, via o pai com garrafas de bebidas alcoólicas se embriagando, de pernas cruzadas, fumando cigarros ao assistir o jogo na TV. Em um desses dias o garoto correu antes de seu pai, sentou na poltrona onde o pai sentara, pegou uma latinha de cerveja, colocou uma caneta entre os dedos e cruzando suas pernas falou ao seu pai: “olha papai eu estou igual ao senhor”. Depois dessa cena o pai perplexo percebeu o que estava fazendo durante anos: formando um outro ser fumante e alcoólatra.

O avanço da tecnologia deve servir para que haja uma comunicação mais precisa e não variável conforme os valores adquiridos isoladamente por indivíduos. Daí a necessidade de se ter um conhecimento sobre a comunicação e seus meios, para que, mesmo com a ausência da famosa reunião de sala na frente de um mesmo aparelho televisor, se mantenha o contato direto que proporciona o diálogo, o afeto e a transmissão de conteúdos, mantidos por intermédio da comunicação existente, mesmo no formato autoritário, que já se via entre nossos antepassados.

Os psicólogos que defendem a tese de que o ser se constrói a partir do contato um com o outro, também mostram a possibilidade do ser, já mentalmente formado, tomar a decisão de

fazer uma imitação na contramão do que foi exposto para ele durante sua formação psicológica. Isso acontece quando a pessoa percebe que tal comportamento não é adequado e que existe outra forma de vida e, ao analisá-la, passa a agir conforme sua decisão e consciência.

É bem interessante compreender que há a possibilidade de uma mudança de rumo para que se saiba da existência de correção de percurso. A temida televisão distribuída em cada quarto de uma casa, não seria mais o problema a ser resolvido, até porque, se olhar cada surgimento tecnológico como um problema na comunicação pessoal, teríamos que nos tornar “guerrilheiros anti tecnologias” para acabar com qualquer forma de ameaça ao contato pessoal.

As novas formas de interação estão aí como companheiras e possíveis canais de ligação a favor do conhecimento sobre as coisas que nos cercam. Lutar contra essas formas não é possível, mas trazer junto com elas formas de crescimento familiar é tarefa necessária e possível, já que não irão parar de surgir novos celulares, notebooks, ou msns.

Não saindo do caminho escolhido para a construção deste trabalho, é importante salientar sobre o contexto da comunicação entre familiares. É imprescindível a constante preocupação perante a comunicação pessoal e as formas como os novos meios de comunicação trabalham na intenção de informar, mas também tornar refém ou viciado aquele(a) que está em frente à tela. É tarefa de cada um que se importa com o ser humano formador de opinião e crítico perante os meios, trabalhar a favor de uma mensagem limpa de estereótipos, sensacionalismo e manipulações.

A família é fonte de onde saem grandes êxitos ou problemas e é por isso que o tema comunicação deve levar em consideração esse meio que tem muito a contribuir em todos os campos. É preciso estar atento às duas mãos desta via onde os índices de acidentes são altíssimos. É necessário rever o ato e a forma de se comunicar dentro da família, pois é a partir desta visão que o resultado poderá ser alterado.

Será que nesses últimos 30 anos a família se tornou um campo de cada um por si?

A família, a mais ou menos 30 anos atrás, era formada por pais totalitários, que não tinham quase nenhum tipo de comunicação verbal com seus filhos, mas passavam segurança e exemplos para aqueles que diariamente estavam em volta deles.

Quando os primeiros meios de comunicação tecnológicos começaram a surgir no Brasil, como é o caso da televisão na década de 50, as famílias passaram a ter em suas casas uma oportunidade a mais de se comunicarem, quando assistiam, em uma única TV, algum programa. Mas a comunicação entre familiares não mudou muito, pois eles estavam

próximos, mas cada um em seu local no sofá sem terem o que conversar. Esse modelo de comportamento e tratamento entre a família perante os meios de comunicação, já dava uma idéia de como ficaria.

A televisão foi o surgimento mais revolucionário entre os meios de comunicação (ato a ser abordado mais na frente), todos se voltaram e ainda tem no foco das discussões, como essa caixa que produz imagens e sons, provoca reações e sentimentos em pessoas de credos e raças, religiões, culturas e classes diferentes.

Em sua obra, “...e a televisão se fez”⁵, Cashore⁶ relata: “A televisão fascina e assusta. Suas mensagens parecem querer ocupar todas as frestas e poros da sociedade. Os conceitos e espaços se relativizam, o mundo fica menor, o que era distante fica próximo”.

O que Cashore escreveu sobre o fenômeno televisão já convocava a sociedade a uma atenção em relação ao poder que esse aparelho exerce sobre os seres e como se deveriam comportar perante as tentações e seduções expostas pelos meios de comunicação capazes de tomar os o lugar de um pai, irmão e até amigos.

Assim como a televisão, que tende a ocupar todos os espaços, as novas mídias têm essa capacidade e cabe a nós trabalharmos nessa questão. Não é que vai ter que satanizar⁷ essas novas mídias, como alguns assembléianos da década de 80 fizeram ao se depararem com esses fenômenos, devemos utilizá-las como ferramenta de evangelização em favor do evangelho de Deus.

O grande propósito do evangelho é a salvação de pessoas que geralmente não estão entre as quatro paredes de uma Igreja, mas sim em moradias e habitações com endereços onde passam parte de seu tempo entre a família se comunicando.

2.1.2 A comunicação no campo acadêmico

O entendimento sobre a comunicação de massa e seus meios que tanto necessita o contexto familiar é encontrado no campo acadêmico onde no curso de comunicação social - Jornalismo – são discutidos e visualizados com detalhes as ferramentas, armadilhas, ações e comportamentos que envolvem esse meio. É verdade que nem tudo o que está ligado ao ato da

⁵ CASHORE, Ellis. ... e a televisão se fez. São Paulo: Summus, 1998.

⁶ Ellis Cashmore é autor de uma série de livros que abordam questões sobre temas étnicos e raciais. Depois de ocupar vários cargos nas universidades de Hong Kong, Washington, Tampa e Aston, é atualmente professor de sociologia na Staffordshire University, Inglaterra..

⁷ Tornar satânico.

comunicação é visto nos quatro anos de curso, mas boa parte das técnicas e dos campos que envolvem-a, é abordado nas faculdades.

Academicamente, a comunicação é um campo de conhecimento que estuda os processos de comunicação humana. Também se entende a comunicação como o intercâmbio de informação entre sujeitos e objetos. Deste ponto de vista, a comunicação inclui temas técnicos.

A comunicação humana é um processo que envolve a troca de informações, e utiliza os sistemas simbólicos como suporte para este fim. Estão envolvidos neste processo uma infinidade de maneiras de se comunicar: duas pessoas tendo uma conversa face-a-face, ou através de gestos com as mãos; mensagens enviadas utilizando a rede global de telecomunicações; a fala; a escrita que permitem interagir com as outras pessoas e efetuar algum tipo de troca informacional.

Vários aspectos da comunicação têm sido objectos de estudos, entre os tais deve-se considerar a comunicação corporal, comunicação oral, comunicação escrita, comunicação digital.

A Comunicação começou a emergir como um campo acadêmico distinto, em meados do século XX, e tem evoluído constantemente, devido às novas tecnologias e ao uso de redes sociais. Hoje em dia não é necessário comprar um jornal para se estar informado. Obviamente, que temos a televisão e o rádio. Porém, podemos acessar a um jornal via internet, através do site do mesmo ou de redes sociais, caso do Twitter⁸ e do Facebook⁹. Muitos jornais possuem contas nestas redes e postam informação, que se encontra sempre atualizada. É interessante, porque se pode comentar e debater com os outros.

As teorias dão diferentes pesos para cada um dos componentes da comunicação. As primeiras afirmavam que tudo o que o emissor dissesse seria aceito pelo receptor (público). Daí surge a Teoria Crítica que analisa profundamente a transmissão/dominação ideológica na comunicação de massa. O receptor, dizem os estudos de Palo Alto, tem consciência e só aceita o que deseja. Do ponto de vista de Barbero, o que o receptor aceita (ou melhor, compreende) varia grandemente conforme sua cultura, no sentido mais amplo da palavra.

Dentre as formas e componentes da comunicação, a escrita é uma forma de comunicação utilizada há milhares de anos e já era possível ver nela os componentes que hoje

⁸ **Twitter** é uma rede social e servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos.

⁹ Facebook é uma rede social fundada por Mark, um ex-estudante de Harvard.

se tem na comunicação¹⁰. Com relação ao ambiente, o processo comunicacional sofre interferência do ruído e a interpretação e compreensão da mensagem está subordinada ao repertório. Quanto à forma, a Comunicação pode ser comunicação verbal, não-verbal e mediada.

A comunicação é um campo que está em constante movimento, pois a cada avanço tecnológico ou cultural, ela se apresenta de maneira diferente, desenvolvendo diversos campos de diferentes naturezas, dos quais podemos destacar dois pontos distintos: a comunicação em pequena escala, e a comunicação em larga escala ou comunicação de "massa". Em ambos os casos, o ser humano passou a utilizar utensílios que passaram a auxiliar e a potencializar o processo de produção, envio e recepção das mensagens.

A comunicação começou desde a pré-história, quando os primeiros seres humanos começaram a se comunicar através de pinturas rupestres e de gestos. A comunicação é uma evolução que não pára e está em constante movimento. A tecnologia passou a fazer parte da comunicação humana, assim como passou a participar da maioria das atividades desenvolvidas pela humanidade ao longo do seu desenvolvimento.

Hoje é impossível o homem deixar seus sentidos de lado simplesmente ignorando-os e deixando de comunicar-se, ou seja, é impossível o homem viver isolado à margem da sociedade. Na verdade, as pessoas e a sociedade em si estão procurando aprimorar esses sentidos.

Para despertarmos o interesse das pessoas em algum serviço ou produto há a necessidade de algum estímulo nestes sentidos e, para tanto, necessitamos de alguma forma/meio de comunicação. Se estes sentidos estão evoluindo e se aprimorando, vale dizer que para despertarmos interesse das pessoas e da sociedade como um todo está cada dia mais difícil e técnico.

2.1.2.1 As Teorias da Comunicação

As Teorias da Comunicação são uma série de estudos sobre a Comunicação Social, podendo englobar filosofia, sociologia e psicologia, a depender do tipo de abordagem e da área a ser estudada. Essas teorias estudam o desenvolvimento e a aplicação da Comunicação Social em todos os seus aspectos políticos, sociais, econômicos e tecnológicos. Tais estudos

¹⁰ Os componentes da comunicação são: o emissor, o receptor, a mensagem, o canal de propagação, o meio de comunicação, a resposta e o ambiente onde o processo comunicativo se realiza.

começaram a se desenvolver a partir do início do uso da Comunicação de Massa pelas políticas totalitárias da Europa no período entre - guerras¹¹.

Entre muitas teorias está a Teoria Hipodérmica, a primeira das teorias comunicacionais, que tratava toda a massa de indivíduos de forma idêntica, supondo que a informação atingisse a todos da mesma maneira e sem resistência. Com a Teoria Hipodérmica surgiu o Modelo de Lasswell que apontava cinco questões cruciais para a compreensão correta da mensagem midiática: “Quem? Diz o quê? Através de que canal? A quem? Com que efeito?”. A partir da obtenção das respostas para tais perguntas, a mensagem era caracterizada como clara e completa.

A Teoria da Persuasão que, diferentemente da Hipodérmica, é baseada em aspectos psicológicos, e defende que a mensagem enviada pela mídia não é assimilada imediatamente pelo indivíduo, dependendo de várias perspectivas individuais; A Teoria Empírica de Campo deduz que a mídia tem influência limitada na sociedade por ser apenas um instrumento de persuasão, pois a mídia é apenas parte da vida social.

A Teoria Funcionalista estuda o papel da mídia na sociedade e não mais apenas os seus efeitos; a Teoria Crítica, inaugurada pela Escola de Frankfurt, baseada em teorias marxistas que encaram a mídia como instrumento de influência social capitalista; a Teoria Culturoológica parte do pressuposto de que a mídia não produz uma padronização cultural, e sim se baseia em uma padronização já existente nas sociedades, que surge a partir de características nacionais, religiosas e/ou humanísticas.

Alem dessas citadas, há algumas mais recentes como a Teoria do Agendamento que vai estudar a capacidade que os meios de comunicação possuem de enfatizar algum tema, a importância que a mídia tem ao aproximar o indivíduo de uma realidade distante da sua; o Gatekeeper (Guardiões do Portão) que estuda as características que levam uma mensagem a ser ou não divulgada na mídia, dependendo de cada veículo e seus pressupostos particulares como relevância, influência, confiabilidade, contexto político-social e até mesmo política empresarial; a teoria do Newsmaking, que é um aperfeiçoamento do Gatekeeper e estuda com maior minúcia o trabalho dos profissionais de mídia, na industrialização das informações cedidas pela realidade, ou seja, a transformação da informação em notícia.

As Teorias da Comunicação continuam em desenvolvimento: “o papel da mídia muda de acordo com sua evolução tecnológica, o que muda também sua abrangência e função

¹¹ Entre-guerras ou entreguerras - é a denominação dada ao período que se estende do fim da primeira guerra mundial, em 11 de novembro de 1918, até o início da segunda guerra mundial, em 1 de setembro de 1939.

social”, relata Antonio Hohlfeldt em “Teoria da comunicação”¹². Ou seja, os estudos comunicacionais estão diretamente atrelados ao progresso da tecnologia dos meios de comunicação.

O relato sobre essas teorias nesse capítulo é no intuito de começar a visualizá-las no decorrer dos próximos capítulos quando trataremos de assuntos como a programação evangélica nos meios comunicacionais e os métodos, formas e meios de comunicação utilizados na época de Jesus, quando ainda não existiam estudos sobre essa atividade natural do ser humano. Esses estudos vão sendo desdobrados assim como vão passando os anos, mas é com homens sem muito conhecimento científico sobre o ato de se comunicar e maior espiritualidade, como os apóstolos de Cristo, que o ato de comunicar vai sendo vivenciado e utilizado para uma obra redentora.

Hoje, em meios aos estudos universitários e obras sobre a comunicação ou mídias que emanam mensagens, não se publica ou pronuncia a forma na qual se deu a comunicação por intermédio dos grandes profetas e homens de Deus, os quais em um tempo de ausência da tecnologia, matéria e profissionais, se fizeram ouvir bem mais longe do que muitas rádios FM na atualidade. Foi um período em que as teorias, mesmo que inexistentes, já eram trabalhadas e, apesar das limitações, se fazia comunicação de maneira bem menos corrompida e mais eficaz.

Esses homens marcaram a história e fizeram contato com povos de longe sem ter um telefone, uma internet, uma TV, um rádio ou qualquer meio conhecido hoje. No entanto, a mensagem chegou aos povos de 2000 anos atrás, como também, e mais extraordinariamente, chegou a nós, por intermédio do maior dos veículos e modo de comunicação, a Bíblia Sagrada.

Olhando para esse meio magnífico de comunicação, que é este livro, vemos que o modo como trabalhamos no que diz respeito à comunicação deste século, depois de estudos desenvolvidos mostrando métodos e caminhos para se obter sucesso em profissões ou contatos sociais, não está muito à frente, se comparado ao que temos e o que homens antes ou pouco depois de Cristo tinham.

Não há nenhum assunto abordado pela Bíblia que não seja utilizado todos os princípios da boa comunicação. Neles é possível contemplar teorias da comunicação já mostradas aqui, as quais são bem conhecidas no âmbito jornalístico como é o caso do

¹² HOHLFELDT, Antônio. Teorias da comunicação – conceitos, escolas e tendências .2008 - Edição 8. Pag. 41

chamado LIDE¹³, que em resumo dirige o profissional a uma compreensão de que uma mensagem não pode ser apresentada sem que tenha as respostas para todas as questões. Um acontecimento, por exemplo, não pode ser passado por um profissional de rádio, de TV, impresso ou outro meio de comunicação, sem que nela tenha um aprofundamento no levantamento de todo acontecimento antes de ser passado à sociedade.

Ao lermos a Bíblia observamos como os mensageiros tinham a preocupação de considerar todas as possíveis respostas para as prováveis indagações de seus leitores sobre as parábolas, história, profecias ou outro qualquer acontecimento, por exemplo.

O que? Quando? Onde? Porque?... Questões a serem respondidas por qualquer jornalista na atualidade assim como fizeram pessoas que não provinham de um curso de comunicação, mas que tinham a inspiração de quem É e sempre Será.

2.1.3 A comunicação no âmbito geral

Comunicação é a forma como as pessoas se relacionam entre si, dividindo e trocando experiências, idéias, sentimentos, informações, modificando mutuamente a sociedade onde estão inseridas. Sem a comunicação, cada um de nós seria um mundo isolado.

Maria Schuler¹⁴, na obra Comunicação estratégica, afirma que a comunicação é uma das principais ferramentas de quase todas as profissões e do trabalho de quase todas as pessoas. Para ela, no que diz respeito ao entendimento da comunicação, é necessário entender que:

“A comunicação é um ato espontâneo e natural no ser humano que se comunica desde o momento em que se começa a viver...; a comunicação é um ato complexo e envolve muitas dimensões, tais como a física, a sensorial, a sensorial, a racional a emocional, a social, a ética, a estética, a dos voares; a comunicação é um ato criativo que necessita de métodos criativos para resolução de problemas, pois não há receita pronta para isso e comunicar é tornar comum”¹⁵.

Quem comunica é a fonte e, do outro lado, está o receptor. O que se comunica é a mensagem. Pode ser vista, ouvida, tocada. As formas de mensagens podem ser: palavras, gestos, olhares, movimentos do corpo. As formas como as idéias são representadas são

¹³ Sigla utilizada na comunicação social para identificar as composições principais de uma matéria jornalística.

¹⁴ Bacharel em comunicação social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

¹⁵ SCHULEER, Maria. Comunicação estratégica. São Paulo: Atlas, 2004. Pag. 85

chamadas de signos. Em conjunto, formam os códigos: língua portuguesa, código Morse, Libras, sinais de trânsito. Em resumo, a comunicação tem o papel de tornar comum.

Não é possível parar a comunicação, já que ela está contida no nosso ambiente social. Em uma conversa entre amigos, em um gesto qualquer de reprovação, em um sinal de trânsito, em um espetáculo de dança ou em um diálogo entre surdos-mudos, só para citar alguns exemplos. É impossível dissociar nossa vida, nossas necessidades, da comunicação.

Estudos também revelam que os meios de comunicação exercem influências positivas e negativas na vida das pessoas. Ex.: jornais podem ajudar na tomada de decisão importante, propiciar o estabelecimento de contatos sociais, dar status (atributo intangível). Novelas fazem “companhia” às pessoas, propiciam uma catarse emocional. Através das novelas, as pessoas aliviam carências, fracassos.

As primeiras formas de comunicação humana foram a oral e gestual. Porém, a linguagem oral perdia-se no tempo e não atingia longas distâncias. Para fixar seus signos o homem valeu-se dos desenhos e, mais tarde, da escrita.

Sempre vemos alguém dizer que estamos no tempo da imagem. Não é bem assim. A cultura já era difundida por meio da imagem, em especial entre os cristãos que a tinham como forma de comunicar. Muitos acham que este é um fenômeno moderno, mas, durante a Idade Média¹⁶, só os monges tinham acesso à linguagem escrita. Toda a fé religiosa era retratada nas pinturas e nos vitrais das igrejas.

Como hoje, na era primitiva a comunicação já se movimentava e se expandia (apesar de um ritmo mais lento) e era necessário criar novas formas e meios de comunicação. Assim, um meio era por intermédio da linguagem escrita a qual era representada por meio de pictogramas, signos que correspondem a desenhos. Entretanto, ler e escrever era tarefa dada aos escribas, que levavam muitos anos para aprender os significados dos sinais cuneiformes (escritos com objetos em forma de cunha). Isso divide a sociedade entre os que sabem e não sabem ler.

A escrita melhora a comunicação humana, possibilitando ganhos em relação à comunicação oral ou por meio dos monumentos. A mensagem adquire durabilidade, profundidade e clareza, podendo ser lida, relida, criticada e modificada a qualquer tempo. O homem utiliza a escrita para documentar seus feitos e conquistas. A escrita impulsiona o desenvolvimento das artes, da literatura e da ciência.

¹⁶ A Idade Média, Idade Medieval, Era Medieval ou Medievo foi o período intermédio numa divisão esquemática da História da Europa, convencionada pelos historiadores, em quatro "eras", a saber: a Idade Antiga, a Idade Média, a Idade Moderna e a Idade Contemporânea.

A partir da escrita, a sociedade passa a acumular conhecimento e pode reunir experiências do passado para difundir entre a sociedade vigente. O homem também pode descrever o presente, sem que as informações se percam. Assim, a comunicação é algo, mesmo que imperceptível às vezes, importantíssimo para a sobrevivência cultural, social, intelectual e religiosa do ser humano. Ela é o ato de fazer com que uma mensagem que está na posse de um transmissor, chegue ao receptor e esse a compreenda e a transmita, pois havendo o entendimento da mensagem, surge a comunicação.

No processo de transmissão da mensagem há o risco dela sofrer modificações através de artifícios de um mensageiro o qual, na transmissão da mensagem, conduzi-la-á para uma infecção e corrupção no conteúdo. Isso acontece por intermédio de critérios adotados pelo comunicador ou intermediador que na posição de comunicólogo usa artifícios possíveis na comunicação, causando comoção, entusiasmo ou/e persuasão no receptor atingido pela mensagem.

Esses métodos eram utilizados há muito tempo atrás, embora sem as claras definições estabelecidas e nomeadas para cada item, o que veio se fazer notório através de estudiosos (de áreas científicas diferente de comunicações) que tornaram visíveis, através de seus estudos e pensamentos, teorias próprias sobre o assunto.

3 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

O termo "meio de comunicação" refere-se ao instrumento ou a forma de conteúdo utilizado para a realização do processo comunicacional. Quando referido à comunicação de massa, pode ser considerado sinônimo de mídia.

O processo de comunicação é composto de três etapas, subdivididas e, por definição, um meio de comunicação deve compreender todos os elementos desse processo: O emissor, que é a pessoa que pretende comunicar uma mensagem; a mensagem, que é a idéia a ser comunicada pelo emissor; e o receptor, a quem é endereçado a mensagem.

A comunicação é um processo pelo qual a informação é codificada e transmitida por um emissor ao receptor, por meio de um canal. A comunicação é, portanto, um processo pelo qual nós atribuímos a ação de transmitir significado em uma tentativa de criar entendimento compartilhado. Para o processo ser possível é necessário meios e formas pelo qual a mensagem percorrerá e chegará ao seu destino.

Há diferentes formas de comunicação que expressam múltiplas situações pessoais, interpessoais e sociais de conhecer, sentir e viver, que são dinâmicas, que vão evoluindo, modificando-se, modificando-nos e modificando os outros. Entre estas, temos a comunicação aparente, a comunicação superficial e a "comunicação" autoritária. Para cada uma dessas, existe uma forma diferente de fazê-la chegar ao destino e proporcionar conhecimento e/ou informação satisfação.

Podemos relacionar e comparar esses tipos de comunicação com as que são usadas no meio evangélico, em especial dentro das Igreja.

Ao se ler sobre os primeiros meios de comunicação o leitor entrará em um mundo científico, atolado na teoria e paranóia do homem provindo de um ser aparentando um macaco. Um exemplo disso é a obra "Comunicação – do grito ao Satélite" de Antonio Costella¹⁷, onde ele declara:

“A historia dos Meios de Comunicação, da qual o jornal é um dos principais personagens, se inicia no momento em que os integrantes de um primitivo agrupamento humano começaram a se entender por gritos e gestos com os quais externaram intenções e indicaram objetos. Depois, surgiu a linguagem, talvez limitada de início a um elenco de nomes próprios, com os quais foram sendo designadas as

¹⁷ Antônio Fernando Costella (São Paulo, 29 de março de 1943) é jornalista, professor, escritor, advogado, pintor e gravador brasileiro. Bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo, foi professor de História e Legislação dos Meios de Comunicação na Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero e da Escola de Comunicações e Artes da USP. Lecionou durante cerca de 30 anos na UNITAU e foi também professor na Universidade de Santos e na Escola Superior de Jornalismo do Porto, em Portugal.

coisas individualmente. Com o passar do Tempo, do nome próprio nasceu o nome comum, isto é, a palavra que não se limita a indicar um determinado objeto, mas sim todos os objetos de uma mesma espécie. (...) Mais tarde o homem aprendeu a desenhar e, nas paredes das cavernas, reproduziu figuras de animais e cenas da vida primitiva.”¹⁸

Antonio Costella indica o início da comunicação partindo dos primatas seres irracionais para chegar aos seres humanos. Segundo a história e a paleantropologia¹⁹, naquela ocasião não éramos classificados como humanos e sim como membros de uma espécie da ordem dos primatas, que, na realidade, surgiu há, pelo menos, 70 milhões de anos. Essa espécie era constituída por várias famílias, dentre as quais a dos homínídeos, considerados como primatas superiores ou antropóides²⁰, ou seja, seres que possuíam a forma semelhante à do homem. É defendido que é a partir dessa família que surgirá, em mais alguns milhões de anos, o gênero homo, cujo representante mais antigo é o homo habilis²¹, que veio a se transformar no ser de hoje.

A arqueologia²² defende que as espécies de onde originou o homem, não possuíam voz e se comunicavam por intermédio de gritos e gestos. Para eles o início da comunicação e seus meios aconteceu nesse período com esses seres os quais usaram de cavernas e paredes para criar um meio comunicacional que ultrapassou milhares de anos.

Não entrando nesse mérito, já que não cabe ao trabalho, o fato é que os Meios de comunicação surgiram no momento em que se deu a possibilidade de interação entre seres, sejam eles humanos, irracionais, espirituais ou não.

As formas e meios de comunicação se basearam na fala e em gestos para haver um processo que foi sendo desenvolvido para a construção de um sistema comunicacional constituído com o aperfeiçoamento da fala, mas que deslanchou com o surgimento da escrita.

Com a escrita houve um avanço significativo na comunicação e com o surgimento do papel essa evolução aconteceu mais rapidamente já que os meios puderam ser visualizados e se tornar papável. O avanço no conhecimento e na tecnologia favoreceu ao aparecimento dos tantos formatos, modelos e Meios de Comunicação.

¹⁸ COSTELA, Antônio F. comunicação do grito ao satélite- Campos do Jordão, SP: Mantiqueira,2001. Pag. 13

¹⁹ Estuda a história natural do homem primitivo

²⁰ Primata que parece ter servido de transição entre o animal irracional e o homem.

²¹ Homo habilis é uma espécie de homínídeo que viveu no princípio do Plistocénico (1,5 a 2 milhões de anos). Os primeiros fósseis de Homo habilis foram descobertos na Suazilândia em 1964 por Louis Leakey e seus colegas.

²² Arqueologia é a disciplina científica que estuda as culturas e os modos de vida do passado a partir da análise de vestígios materiais.

O surgimento da Tipografia²³ no Ocidente, o início da impressão na Europa, os livros xilográficos²⁴ europeus, os modelos de correios com as cartas e correspondências, e a chegada dos primeiros jornais impressos por volta de 1597, são exemplos do avanço e desenvolvimento na área da comunicação. Com a descoberta da eletricidade por volta do século 18, as máquinas geradoras de energia e os fios elétricos, os meios de comunicação passaram a trafegar por outras vias, mas sempre mantendo os princípios e os meios já existentes, embora aprimorados como relata Antonio Costela em sua obra:

“Tem sido sempre assim. Os novos meios de comunicação, mais modernos, reduzem a importância, limitam deslocam, mas não matam os seus antecessores mais antigos. Estes sobrevivem, embora limitadamente. Isso sem falar dos lugares nos quais, por atraso tecnológico, os meios mais avançados ainda nem tenham chegado”.²⁵

Outro revolucionário sistema para a contribuição no transporte de mensagens foi o Telégrafo²⁶ mecânico e elétrico, que durante anos eram os inventos grandiosos das comunicações em massa, já que se tratavam de meios os quais desde o início de suas criações a expansão pelo mundo, principalmente nas varias tentativas sem sucesso de colocação de cabos que ligassem a Europa e a America do norte, mostravam-se como marco no novo tempo das comunicações.

Seguindo o caminho do Telégrafo veio o telefone e diferentemente ao seu antecessor, permitia a transmissão de sinais, como sons, por meio de fios. Ele surge com o também propósito de revolucionar entre os meios de comunicação de massa, mas acaba se limitando a apenas (mas extraordinariamente) ao uso pessoal e individual das pessoas em suas comunicações entre si.

3.1 O RÁDIO

Apesar do sucesso de muitos meios comunicacionais, nenhum, até então, seria capaz de impactar dentre as divulgações e propagações de notícias e informações, como o rádio. Este aparelho, que veio ser utilizado como transmissor de programações com voz e música somente em 1920, começou a ser idealizado e trabalhado em 1904. Bem certo que um

²³ A tipografia é a arte e o processo de criação na composição de um texto, física ou digital.

²⁴ Xilogravura é a técnica de gravura na qual se utiliza madeira como matriz e possibilita a reprodução da imagem gravada sobre papel ou outro suporte adequado. É um processo muito parecido com um carimbo.

²⁵ COSTELLA, op. cit. Pag. 71

²⁶ O telégrafo é um dispositivo de telecomunicação destinado a transmissão de sinais à distância

brasileiro teve grande influência nesse processo e só não se destacou na história colocando o Brasil como descobridor dessa proeza, devido a falta de entendimento, compreensão e fé de um assessor da realeza que não deu credito às palavras do padre Landell de Moura.

Depois de ser utilizado pelo governo em aviões na guerra, o rádio iniciou suas emissões privadas em 6 de Novembro de 1919 na Holanda, abrindo assim a era de sucessos deste aparelho utilizado em todos os países que, conforme sua cultura, fizeram uso em transmissões de óperas, fatos econômicos, boletins meteorológico e etc.

Antonio Costella coloca em sua obra que: *“Poucas realizações humanas lograram sucesso tão rápido e êxito tão retumbante quanto a radiodifusão. Em apenas uma década ela conquistou todas as regiões civilizadas do globo terrestre”*.

Essa tecnologia chegou ao Brasil em 1922 e 1923 nas comemorações do centenário da Independência, comemorada no Rio de Janeiro. Alguns aparelhos foram distribuídos entre a população que puderam, nessa demonstração pública do rádio, ouvir o discurso do presidente Epitácio Pessoa em 07 de Setembro de 1922. Com o sucesso da demonstração o rádio instalou-se definitivamente no Brasil em 20 de Abril de 1923.

3.2 A TELEVISÃO

Para superar o Rádio, só uma criação superior a, então, revolucionária, o que aparentava impossível na época, mas o que aconteceu.

Tendo a idéia iniciada em 1817, com o descobrimento de um novo elemento químico, o de número atômico 34, pelo sueco Jons Jakob e com a junção de conhecimento de outras pessoas durante anos, como a do inglês G. R. Carey e de Paull Nipkow, em 1923 Vladimir Zworykin registra a patente do tubo iconoscópico para câmaras de televisão, o que tornou possível a televisão eletrônica. O primeiro sistema semi-mecânico de televisão analógica foi demonstrado em Fevereiro de 1924 em Londres, e em 30 de outubro de 1925 foi apresentado o sistema que possibilitava as imagens em movimento. Um sistema eletrônico completo se tornou conhecido por John Logie Baird e Philo Taylor Farnsworth em 1927 e o primeiro serviço analógico foi a WGY em Schenectady, Nova Iorque, inaugurado em 11 de maio de 1928.

Os primeiros aparelhos de televisão eram rádios com um dispositivo que consistia num tubo de néon²⁷, com um disco giratório mecânico de Nipkow²⁸ que produzia uma imagem vermelha do tamanho de um selo postal. O primeiro serviço de alta definição apareceu na Alemanha em março de 1935, mas estava disponível apenas em 22 salas públicas. Uma das primeiras grandes transmissões de televisão foi a dos Jogos Olímpicos de Berlim de 1936. O uso da televisão aumentou enormemente depois da Segunda Guerra Mundial devido aos avanços tecnológicos surgidos com as necessidades da guerra e a renda adicional disponível. Um televisor na década de 1930 custava o equivalente a 7000 dólares atuais (2001) e havia pouca programação disponível.

A televisão em cores surgiu em 1954, na rede norte-americana NBC. Um ano antes o governo dos Estados Unidos aprovou o sistema de transmissão em cores proposto pela rede CBS, mas quando a RCA apresentou um novo sistema que não exigia alterações nos aparelhos antigos em preto e branco, a CBS abandonou sua proposta em favor da nova.

Em 1960 a japonesa SONY introduz no mercado os receptores de televisão com transistores. O satélite Telstar transmite sinais de televisão através do Oceano Atlântico em 1962. A miniaturização chegou em 1979, quando a Matsushita registou a patente da televisão de bolso com ecrã plano.

No Brasil, a primeira transmissão de televisão deu-se por conta do leopoldinense Olavo Bastos Freire, que construiu os equipamentos necessários e transmitiu uma partida de futebol, em 28 de setembro de 1948, na cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais.

Um aparelho de televisão era muito caro e com os rumores de que essa caixa que produz imagens e sons, não daria muito certo, as pessoas não tinham o interesse pelo equipamento. Devido a esse impasse, alguns aparelhos foram distribuídos entre a população, contribuindo assim para seu sucesso no país que se fixou com o surgimento de emissoras como a TV Tupi de São Paulo, em 1950, do Rio de Janeiro em 1951, a TV Record em 1953 e outras.

²⁷ O néon é um elemento químico de símbolo Ne, número atômico 10 (10 prótons e 10 elétrons) com massa atômica 20 u. É um gás nobre incolor, praticamente inerte, presente em pequena quantidade no ar atmosférico, porém muito abundante no universo, que proporciona um tom arroxeadado característico à luz das lâmpadas fluorescentes nas quais o gás é empregado.

²⁸ O disco de Nipkow consistia em um aparelho, inventado em 1884 por Paul Nipkow, para enviar uma imagem em movimento de um local para outro, por meio de um condutor eléctrico. Para isso, utilizava uma propriedade do Selênio: o fato de a condutividade eléctrica deste elemento ser maior consoante a sua iluminação. Decompondo uma imagem num conjunto de pontos escuros e luminosos, estes poderiam ser convertidos em sinais de corrente eléctrica, de intensidade proporcional à claridade dos pontos

No início, a TV se valia da improvisação e usava os locutores de Rádio. Logo surgiram nela as peças teatrais, os musicais e também os programas jornalísticos.

3.3 O SATÉLITE

Para alavancar a capacidade de se comunicar foi colocado em órbita o satélite Sputnik I e logo depois o Explorer I, o Score I e o Echo I os quais tinham o propósito de colaborarem nas vias telefônicas, mas, assim como outros favoreceram avanços na transmissão de imagens e sons em todo o mundo.

3.4 O COMPUTADOR E AS NOVAS MÍDIAS

Como na chegada da televisão quando o rádio foi superado, outro meio dentro da comunicação surgiu com capacidade para reunir todos em um e proporcionar comunicação e entretenimento como a caixa de sons, imagens colorida e programação diversificada, mas com um potencial muito maior. Quem tem um computador hoje é capaz de assistir a TV, ouvir o rádio, ler o jornal, telefonar, se corresponder, gerenciar empresas a longa distância, conhecer lugares e a fazer coisas que só é possível com a ajuda dessa ferramenta de trabalho.

A criação do computador passa antes pela invenção de máquinas como a de somar para torná-lo possível. Essa máquina multifuncional capaz de variados tipos de transações, chegou às mãos de usuários, com limitações totalmente alheias às que são possíveis atualmente. Desde 1951 o computador vem sendo aprimorado e também desenvolvido por outros países que conseguiram a proeza de participarem dessa ação, como é o caso do Brasil que fabricou o seu primeiro computador em 1972.

As máquinas expostas às vendas nas lojas em 2010 não serão as mesmas vendidas em 2011, pois a tecnologia acoplará algo a mais no existente, para melhoras no que diz respeito a comunicação, entretenimento e acessibilidade às coisas ou pessoas por parte de seus usuários. Esses avanços chegam a cada pedacinho do mundo com novos programas de software sendo modificados e aperfeiçoados por seus fabricantes no intuito de um melhor aproveitamento pelos clientes e de um maior lucro por parte das grandes empresas detentora dessa tecnologia.

A globalização²⁹ e a genialidade de pessoas como Bill Gates³⁰ deu a países menos desenvolvidos, como é o caso do Brasil, a possibilidade de usufruir dessa tecnologia, que na contemporaneidade está acoplada a maioria dos meios de comunicação existentes.

3.5 A INTERNET

O computador dá origem a uma tecnologia formada para uma interligação de todos, ou quase todos, os meios de comunicação existente na atualidade. A internet surge por intermédio do Departamento de Defesa americano na busca por um sistema capaz de manter contato entre suas bases, por intermédio de computadores, em período de guerra.

A internet ampliou-se ao mundo na década de 80, chegando ao Brasil em 1990, tornando-o parte da soma de cinquenta milhões de internautas em 1996. Para se ter uma noção dessa evolução, Antonio Costella publica em sua obra “do grito ao satélite:

“Foi um crescimento espantoso. Para atingir essa marca de cinquenta milhões de usuários, a eletricidade havia demorado 46 anos e o automóvel, 55 anos. A internet resolveu o assunto em 5 anos.”³¹

Com a internet vieram novas possibilidades e meios comunicacionais que favorecem a interligação entre pessoas, cidades e países que estão conectados trocando idéias políticas, econômicas, culturais e religiosas (embora bem menos constante). Na lista dessas possibilidades, há uma maioria de meios voltados à comunicação pessoal e de massa, como é o caso do MSN, Orkut, email, Facebook, Twitter e outros, que hoje em dia estão enraizados na vida de milhares de pessoas distribuídas em todo o mundo, que faz dessas ferramentas modos de interação, divertimento e comunicação.

São novos meios que estão aí para se impor às velhas cartas, telégrafos e telefone (embora ainda existentes) os quais reinaram por muitos anos e que, perante nossos olhos, no mundo conexão de hoje, mantinham o mundo mais lento. A notícia ou lembrança que por

²⁹ A globalização é um dos processos de aprofundamento da integração econômica, social, cultural, política, que teria sido impulsionado pelo barateamento dos meios de transporte e comunicação dos países do mundo no final do século XX e início do século XXI. É um fenômeno gerado pela necessidade da dinâmica do capitalismo de formar uma aldeia global que permita maiores mercados para os países centrais (ditos desenvolvidos) cujos mercados internos já estão saturados

³⁰ William Henry Gates III KBE, GCIH (Seattle, 28 de outubro de 1955), mais conhecido como Bill Gates, é um magnata, filantropo, autor e, em parceria com o sócio Paul Allen, fundador da Microsoft, a maior e mais conhecida empresa de software do mundo. É um dos pioneiros na revolução do Computador pessoal.

³¹ COSTELLA, op. cit. Pag. 80

intermédio de uma carta enviada pelos correios, antes levava dias para chegar, agora está a um click.

Os dados, demonstrações e explicações, ainda que superficialmente, apresentados aqui sobre novos e antigos meios de comunicação, é para dar uma idéia do mundo comunicacional que estamos vivendo atualmente e demonstrar a partir da visão de um comunicador evangélico, como essas ferramentas estão sendo utilizadas por Igrejas e fiéis que proclamam a Salvação em Jesus Cristo.

Para se ter uma idéia desse contexto que envolve principalmente as novas mídias, uma pesquisa mostra que o número de computadores em uso no Brasil deve atingir a marca de 140 milhões de unidades até 2014, o que representará praticamente o dobro da marca atual, de 72 milhões. Caso a projeção se concretize, o país contará com dois computadores para três pessoas – a relação atual é de cerca de dois computadores para cinco habitantes. A pesquisa ainda mostra que o mercado vai vender nos próximos quatro anos praticamente o mesmo volume dos últimos 30 anos devido ao crescimento que será puxado pela expansão das máquinas voltadas ao uso doméstico, em razão do aumento da renda, sobretudo na classe C, mas também pelo avanço da informatização entre as pequenas e médias empresas³². Já para o ano de 2012 a previsão é que o país chegue a 100 milhões de máquinas quando a metade da população brasileira terá um computador.

A grande questão é como o povo de Deus utilizará essa janela grandiosa para fazer o que o Senhor iniciou com as ferramentas existentes na época de sua passagem pela terra. Não se pode, em pleno século XXI, olhar essas novas mídias como inimigas do evangelho, e deixar que aconteça como no passado, quando algumas Igrejas evangélicas proibiram a TV e o rádio nas residências dos membros e congregados.

Geralmente a posição de uma pessoas perante o diferente ou desconhecido, é se opor a ele na tentativa de não se demonstrar como o desatualizado e ser visto como o “guardião” do povo perante as “inovações oferecidas pelo mal”. O comportamento diante dessas novas tecnologias deve ser decente, ordeiro, cauteloso, mas, sobretudo, com curiosidade e entendimento para discernir o que pode ser uma grade oportunidade de evangelização para a Igreja. Os cristãos não podem estar sempre atrás, discutindo sobre televisão quando a realidade já é a banda larga da internet. Foi esse atraso que deu a nós a herança de estarmos subordinados às severas regras e altos preços nos horários nobres das emissoras de rádio e TV.

³² Pesquisa Anual de Uso da Informática, divulgada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e coordenada por Fernando Meirelles, professor da FGV.

4 A COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO BÍBLICO

A relação entre mídia e religião sempre foi composto de elementos direcionados a um contato cheio de altos e baixos, mais negativo do que positivo. Nesse relacionamento a religião passou a ser vista como um elemento onde, por intermédio da crença e fé, se poderiam obter benefícios e estar sobre as pessoas como um deus terreno.

Em algum momento da vida, a religião passou a ser usada para meios que não fosse o de visar o processo de crescimento e “gerenciamento” do indivíduo, como ser compostos de elemento social, sentimental, econômico, físico, psíquico e outros que o faz humano. Mauro Sá em “Mídia e poder simbólico”, fala que a instituição religiosa é social e não escapa às regras impostas a qualquer que seja a instituição: “Como qualquer universo social, relativamente autônomo dos indivíduos que dela participam, as igrejas são um tipo específico de programação da conduta individual imposta por um grupo social.”³³

Tudo que envolve ou se relaciona com o campo religioso, deve ser tratado como algo composto ao público e não ao privado, pois este campo está sujeito a regras que provêm do conhecimento constituído com base na necessidade dos que compõem esse meio. É certo que as instituições religiosas não podem ser vistas como outra qualquer, haja vista que elas têm seus mecanismos e produtos ligados ao conceito de sagrado, instrumentos de legitimação que lhe garantem a distinção perante outras instituições.

As formas que diferenciam a instituição religiosa de outra, geralmente não pode ser alterada e aqueles que entram para uma dessas instituições, tendem a adequar-se às regras já existentes. Em “As regras do método sociológico”, encontramos algo demonstrando sobre essa questão:

“A especificidade de qualquer instituição religiosa é a definição do que deve ser entendido como sagrado... Cabe à instituição religiosa estabelecer a fronteira entre pessoas, objetos, ritos, procedimentos, locais que “pertencem às coisas dente mundo” daquelas que se encontram em luta pela alocação legítima dos bens imateriais”.³⁴

Há escritores e estudiosos que olham o envolvimento da religião com seus elementos, como é o caso da Igreja, e a mídia como água e óleo, os quais não se podem misturar. Para eles o contato que um venha ter com o outro, possibilita uma ruptura do lado religioso quando se refere ao seu princípio.

³³ MARTINO, Luís Sá. Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso / Luís Mauro Sá Martino. – São Paulo: Paulus, 2003.-(comunicação) Pg23.

³⁴ DURKHEIM, É., As regras do método sociológico, São Paulo, Martins Fontes, 1995. Pg. 2.

Em “Mídia e poder simbólico”, o escritor estabelece uma fronteira entre a mídia e a religião.

“A própria utilização dos meios de comunicação, elemento profano, resulta de mudanças no conceito de “sagrado” nas instituições. Uma bênção transmitida por um líder religioso a milhares de quilômetros tem o mesmo efeito? A frequência ao templo religioso pode ser substituída pela audiência do rádio? Preciso assistir à missa ou ao culto todos os domingos em um local destinado para isso, vestido de maneira adequada, ou posso ficar instalado de pijamas e meias diante da tela?”³⁵

O envolvimento entre qualquer que seja os campos, resultará em mudanças, seja ele religioso, psicológico, científico, etc., cabe às partes trabalharem para se sobreporem aos demais. Não se devem intitular os meios de comunicação como profano perante o campo religioso, pelo fato dele pertencer ao campo científico e religioso do “espiritual”. Mesmo que o campo religioso está em um plano bem mais elevado, ele se valia de atributos terrenos, como é o caso da comunicação e seus meios, para se tornar “palpável”.

Mesmo que os meios de comunicação, na maioria das vezes, mostram uma programação que não condiz com a palavra de Deus, não significa que tenhamos que desconsiderá-lo. Essa é uma idéia de 20 anos atrás, e foi justamente proclamada por não haver um conhecimento por parte dos líderes religiosos da época em relação ao poder divulgador das mídias, criado para qualquer difusão de mensagens, seja ela religiosa ou não.

Os estudos que envolvem a religião e a mídia ainda estão muito aquém aos limites ou expansões impostas por críticos, estudiosos, líderes ou fiéis. O percurso tem sido feito sem um alvo, o que tem levado a formas distintas e errôneas no uso das mídias por parte das Igrejas no processo de evangelização e, posteriormente, a salvação de telespectadores, ouvintes, leitores ou navegadores do mundo comunicacional, que em busca de conteúdos concernente ao sagrado, se deparam com conteúdos semelhantes ao mundano oferecidos conforme o gosto, situação ou classe dos “clientes”.

Alguma das Igrejas que tem remetido às mídias perderam prerrogativas de competência religiosa e espiritual, partindo a apelações antes repudiadas em seus sermões de domingo a noite.

³⁵ MARTINO, op. cit. Pag.72

4.1 A COMUNICAÇÃO E A BÍBLIA

A Bíblia, em si, é um veículo de comunicação, que deve ser vista como um exemplo para qualquer outro meio comunicacional. Ela foi escrita por mais de 40 autores e manteve a coerência e fidelidade aos fatos. Seus escritores, mesmos sem saber as teorias da comunicação, deram uma aula de como se levantar sobre um fato para a construção dos livros de mensagem compostas de esclarecimentos e respostas para qualquer indagação de indivíduos.

É certo que os “jornalistas”³⁶ escritores da Bíblia quando escreveram provinham de uma inspiração sobrenatural que em nenhuma das faculdades, mesmo que seja uma Harvest³⁷ da vida, pode oferecer para um ótimo aluno de comunicação social. De tal modo, os vários livros que formam a Bíblia, mesmo que escritos em um período de mais de 1000 anos, se completam e têm em seu contexto uma só mensagem. Quem dera que os veículos de comunicação que hoje transmitem ao mesmo tempo sobre um só assunto, tivessem a mesma coerência que os autores da Bíblia, os quais sem tecnologia a favor da comunicação que favorecem na atualidade, fizeram um retrato fiel do que eles viram na época.

4.1.1 A comunicação nos textos bíblicos

A Bíblia é sem dúvida um exemplo para qualquer comunicador, mas, como em tudo que envolve a arte de comunicar, há questões dentro do Livro Sagrado que pode dá uma boa discussão. A passagem de Êxodo capítulo 24 é um exemplo disso, pois para um curioso fica faltando o modo e a ferramenta utilizada por Deus para a escrita dos mandamentos nas tábuas entregues à Moisés. Certamente não é possível saber o que foi usado nessa escritura, se é que foi usado algo, mas houve uma comunicação, primeiro verbal e depois pela escrita, entre o Senhor e o profeta. Sabe-se também que o contexto mostra todos os passos que requer a comunicação: Deus, o comunicador; os mandamentos, a mensagem; e Moisés com o Povo, os receptores.

³⁶ Escritores dos textos que formaram a Bíblia Sagrada, os quais não tinham qualquer formação acadêmica na área de comunicação social, mas que escreveram utilizando os métodos utilizados por um jornalista formado.

³⁷ Uma das maiores e famosas Faculdade norte Americana

Quando falamos em meios de comunicação entendemos aqueles que são amplamente utilizados atualmente, ou seja: jornal, rádio, televisão, etc. Meios totalmente diferentes dos existentes na época de Jesus.

Jesus foi o maior comunicador que já existiu e o Seu programa publicitário visava alcançar a todas as pessoas da terra com o evangelho. Sua vida e métodos devem merecer nossa máxima atenção.

Quando lemos os livros da Bíblia, notamos a preocupação do entendimento. Haja vista que se não tivesse tido essa preocupação, na contemporaneidade, depois de mais de 2000 anos e em outra cultura, não seria possível saber o que realmente quer Deus nas Escrituras. O conteúdo dos livros bíblicos foi trabalhado na distribuição e manutenção dos textos propícios a uma compreensão. Apesar de que, muitos que lêem a Palavra, acabam fingindo que entendem, pois não querem dispor de tempo para fazer uma exegese ou hermenêutica das passagens.

A palavra “Evangelho” quer dizer “Boa Notícia”, mensagem sempre usada em toda a tese de Comunicação. Fraser Seitel, em seu livro “A prática de Relações Públicas” escreveu que os comunicólogos são intérpretes. Isso significa que quem trabalha com a comunicação, seja ela material ou espiritual, deve se ater a tornar compreensivo tudo aquilo que estiver inadequado ao público.

Olhando para as teorias da comunicação encontramos pontos de coincidências Cristãs, pois os evangelistas, alcançados pela inspiração divina, eram como um instrumento, por onde Deus transmitia aos homens sua mensagem, mas cabia a eles a responsabilidade de repassar a mensagem considerando todo o contexto no que se encontravam. Isso exigiu habilidades na escrita para tornar a mensagem Divina compreensiva ao povo terreno, limitado, provindo de crenças e raízes culturais. Por exemplo: os apóstolos relataram os acontecimentos de Jesus segundo a cultura que prevalecia dentro deles.

Os quatro evangelhos tentam seguir a mais rigorosa descrição objetiva dos acontecimentos, cada um utiliza um estilo muito particular, conforme o público a atingir. Como exemplo, Mateus, que aparentemente era provido de mais conhecimento na arte de comunicar entre os discípulos de Jesus, escreve por uma ordem estritamente cronológica. Ele organiza um grande banquete, para celebrar seu encontro com Jesus, evento muito comentado nesse momento por seguidores e detratores do Grande Profeta. Marcos, por outro lado, escreve em grego, uma leitura muito simples, dirigida à massa, como é registrado em seu livro, ele é o preferido para ensinar o evangelho para as crianças. Lucas, um homem sábio e culto, escreveu em um estilo clássico, porém simples com a intenção de que a mensagem

chegasse a todos, incluindo os romanos gentios, que através de seu império ajudariam à propagação universal da obra e da palavra de Cristo, ultrapassando as fronteiras da Judéia. João, o mais jovem dos quatro, trabalha com os símbolos divinos de Jesus.

Os apóstolos não pretendiam fazer uma obra literária objetiva e perfeita. Querem mais é fazer com que chegue a mensagem para todos os níveis sociais, a mensagem suprema da redenção. A mensagem chegava do alto carregada da divindade, mas deveria ser expandida a comunidade humana e isso dependia da habilidade, olhar e conhecimento de cada escritor.

Esses são poucos exemplos que podem rapidamente ser constatados no Livro Sagrado, e que raramente se pode notar no uso diário daqueles que usam os púlpitos para falar do Senhor no século atual. Há quem diga que são inovações que não convém serem usados dentro da casa de Deus. Entretanto, personagens bíblicos, em especial nosso Senhor Jesus Cristo, utilizou todos os recursos da comunicação disponíveis na época, como papel decisivo na expansão do evangelho.

Se estudarmos mais a vida de Jesus e imitarmos Seus métodos, poderemos ser como igreja out-door³⁸ de Deus, a constante propaganda do evangelho para o mundo. As condições do mundo de hoje, são tão favoráveis como nos dias de Cristo. Como naqueles dias, as pessoas, hoje, estão ansiosas pelo evangelho. Diferente daquela época, hoje, um brasileiro tem como escrever que Jesus ama um Japonês e com um click fazê-lo receber a mensagem em segundos.

O mundo necessita atualmente daquilo que tem sido necessário há milhares de anos - a revelação de Cristo. Os meios de comunicação devem ser instrumentos para a revelação da salvação. Nesse aspecto, nossa confiança não deve estar nos meios de comunicação, mas na ação do Espírito Santo através deles. Somente assim, o papel que a comunicação teve no início da Igreja cristã, deverá ter no final da história, no triunfo da Igreja de Deus neste mundo.

4.1.2 Jesus e o ato de comunicar

A comunicação já existe antes da criação da terra, pois já existiam os céus. Portanto, não é de se espantar que Aquele que conhece tudo de ser humano e de junto do Criador saíra,

³⁸ Um Outdoor é a designação de um meio publicitário exterior, sobretudo em placards modulares, disposto em locais de grande visibilidade, como à beira de rodovias ou nas empenas de edifícios nas cidades.

soubesse tudo de comunicação. É um ponto legal, porque, para se entender muito de comunicação, é necessário saber sobre gente.

O idioma usado por Jesus no dia-a-dia era o aramaico. Pois, em sua época, o povo já não falava mais o hebraico. Considerado uma língua sagrada, o hebraico era empregado apenas na composição de obras eruditas e nos ritos religiosos.

Na comunicação cotidiana, desde a época do exílio na Babilônia (586 a.C.-538 a.C.), só se utilizava o aramaico. Trata-se de um idioma do grupo semítico, originário da Alta Mesopotâmia, falado ainda hoje em círculos restritos. É tão semelhante ao hebraico quanto o espanhol ao português. E, a partir dos últimos reinados assírios e persas, no século 6 a.C., tornou-se uma língua internacional, empregada principalmente no comércio.

Nas sinagogas, as leituras dos textos eram feitas em hebraico. Mas, para que as pessoas comuns pudessem compreendê-las, um servente as traduzia ao aramaico.

Nota-se que já havia uma preocupação com o ato de se comunicar, pois quem comunicava entendia que os comunicados deveriam entender a mensagem.

Durante a maior parte de sua existência como nação, o povo israelita esteve aberto a influências externas, e não isolada, fechada em si. Eles foram sensivelmente afetados pela cultura de outras nações, pela sua língua, forma de governo, religião, vestimentas e pela sua atividade esportiva e em muitas ocasiões chegaram a adotar práticas de outros povos.

Essas condições na vida do povo de Israel favoreceram grandemente a aceitação das boas novas do evangelho de Jesus Cristo.

Na atualidade, uma das maiores comunicadoras na mídia é uma jornalista americana que ganha milhões apresentando um programa de entrevistas. Oprah Winfrey³⁹ é considerada uma profissional de sucesso nessa área, e para ela seu sucesso parte do dom que tem de ouvir as pessoas.

Ao ler sobre a trajetória do Mestre pelas aldeias, vilarejo e cidades, quando Esteve na terra, nota-se o interesse da população por estar perto de Jesus. Naquela época não havia nem um tipo de mídia que temos hoje, mas nota-se multidões para ouvi-lo nos mais distintos locais. As pessoas gostavam de estar perto Dele e entendiam o era pronunciado, pois Jesus mostrava-se interessado pela vida de cada um e tinha o interesse (como ainda tem) de contemplar a satisfação de todos ao ouvir suas palavras.

³⁹ Oprah Gail Winfrey (Kosciusko, 29 de janeiro de 1954) é uma apresentadora de televisão e atriz estado-unidense, vencedora de múltiplos Emmys pelo seu programa *The Oprah Winfrey Show*, o programa de entrevista com maior audiência da história da televisão estado-unidense

Na época de Jesus, a palavra escrita ainda não era facilmente disponível para a comunicação em massa. Então, tornava-se essencial que um mestre apresentasse seus ensinamentos de modo a ser claramente compreendido, memorizado e vivenciado. Isto exigia que Ele fosse um bom comunicador e utilizasse de ferramentas diversas para fazer o povo compreender o que realmente era falado. Mas também, o analfabetismo era muito raro entre os judeus do sexo masculino, pois ao completar 13 anos os meninos deveriam comparecer à sinagoga e ler uma passagem da Torá⁴⁰. Era o Bar-Mitzvá⁴¹. Por força dessa tradição, todos os garotos recebiam uma instrução elementar, que compreendia a leitura, a escrita, a história do povo judeu e o conhecimento dos principais salmos da Bíblia eram adotados como orações. Portanto, não se tratavam de pessoas de raro conhecimento ou pertencente a uma classe baixa os quais poderiam ser taxados de meros emocionais, a verdade era que se tratava de um discurso provido de conhecimento de causas e de meios de transmissão da mensagem.

Os meios de comunicação deram ao ministério de Jesus um impulso muito grande, permitindo avançar em tempo recorde por todas as partes da Palestina e mesmo fora da Sua área de atuação.

O grande impulso dado às comunicações bem como às facilidades para se viajar, contribuíam para aumentar a circulação de novas idéias. Em toda parte, viam-se mercadores, soldados, operários, filósofos, profetas e caminhantes, que transitavam livremente, favorecidos pelas estradas abertas pelos romanos.

A mensagem do Evangelho chegou ao mundo num momento em que poderia ser rapidamente levado aos quatro cantos da terra. Os romanos tinham implantado um excelente sistema de transportes, e os cristãos tiraram o melhor proveito dele.

Jesus foi um dos maiores comunicadores já existentes no mundo como também um dos maiores estrategistas e atuante no que diz respeito a relações humanas e marketing. Sua visão ia além da intenção de apenas jogar frases ao povo, mas sim, de entender os tramites por onde se poderia escoar o seu projeto de evangelização. Para isso se fazia necessário, como ainda se faz, saber e considerar a geografia, economia, cultura, costumes e ritos dos povos da época e apesar de não ter sido educado pelas escolas de seu tempo, ensinado pelos rabis e nunca ter se sentado aos pés de Gamaliel, Jesus Cristo ensinava com conhecimento, autoridade, fazendo com que suas palavras mostrassem uma nova visão da palavra de Deus.

⁴⁰ Torá são as Sagradas Escrituras judaicas, constituídas pelos cinco primeiros livros da Bíblia: Gênesis, Êxodo, Levítico, Números e Deuteronômio

⁴¹ Bar-Mitzvá é um rito de passagem no qual o jovem se tornava responsável por todos os seus atos.

Em seu livro, “A prática de Relações Públicas”, Fraser Seitel⁴², coloca que os comunicólogos são intérpretes, isso significa que por um lado, nós profissionais da comunicação devemos traduzir ou interpretar e transmitir para um público de menos conhecimento, a mensagem codificada.

Fraser deve ter visto e entendido o ousado lançamento do programa de Jesus denominado de: "Ide, portanto, fazei discípulos de todas as nações." (Mt. 28: 19). "Considere a sublime audácia desta ordem, pois ela faz um convite a uma criação de uma forma de recepção, para uma nova idéia ou produto que hoje envolve um vasto maquinário de propaganda e despesa. Jesus não tinha dinheiro e nenhum maquinário, por isso, foi o maior comunicador que já existiu e tão grande foi o impacto da sua personalidade que hoje ainda repassamos os seus feitos em mais de 2010 anos atrás, como se estivessem acontecendo agora. Vemos em Jesus um conhecimento sobre a utilização dos princípios básicos da comunicação: O que, como, quando, onde e porque, Ele transmitiu a mensagem.

Ao iniciar o seu ministério na Judéia durante a festa da páscoa, Jesus demonstrou a importância estratégica da comunicação ao estar no lugar certo no tempo certo (Jo. 2). Jesus usava muito a comunicação de massas, atingido vários de uma só vez, como no caso do sermão da montanha, registrado na Bíblia (Mt. 5 e 6). Outra tática do Senhor Jesus era a propaganda de ocasião, através de milagres apresentava lições do reino de Deus (Mc. 2).

Nesse tempo as sinagogas⁴³ eram parte vital da vida judaica. Não apenas servia como lugar de adoração, estudo da lei e dos profetas, mas também era usada frequentemente como escola para a juventude e até mesmo como tribunal local. Depois do templo de Jerusalém, era a instituição religiosa mais importante. A grande vantagem dela era que se achava mais acessível ao povo em geral, e olhando isso Jesus se fez perceber nesse meio.

Segundo Gilson Barbosa, no artigo “A importância da Sinagoga na cultura Judaica”⁴⁴, cada vila tinha sua sinagoga e cada cidade possuía várias. Qualquer judeu podia edificar uma ou, caso preferisse, transformar sua casa em sinagoga. Em um dos parágrafos do artigo, Gilson retrata essa importância.

⁴² SEITEL. Fraser, A prática de Relações Públicas”, São Paulo. 1997

⁴³ Sinagoga é o local de culto da religião judaica, sendo desprovido de imagens religiosas ou de peças de altar e tendo como o seu objeto central a Arca da Torá. O serviço religioso da sinagoga é feito todos os dias, sendo alguns envolvendo leituras da Torá, a peça central da sinagoga, cujos rolos são retirados da Arca e transportados até o púlpito.

⁴⁴ BARBOSA, Gilson, A importância da Sinagoga na cultura Judaica. Publicado em 2010, disponível em www.icp.com.br/83contexto.asp. acessado em 21/11/2010

Champlim nos informa que “no tempo de Jesus havia sinagogas em qualquer vila. Em Jerusalém, existiam, aproximadamente, 480”. Jesus freqüentava, assiduamente, as sinagogas em Israel (Mt 4.23; 9.35; Lc 4.16-30; 13.10; Jo 6.59; 18.20, entre outros). Majoritariamente, a sinagoga era reservada às discussões voltadas ao judaísmo e, eventualmente, ainda que correndo alguns riscos, eram conferidas oportunidades para homilias livres: “E, depois da lição da lei e dos profetas, mandaram-lhes dizer os principais da sinagoga: Homens irmãos, se tendes alguma palavra de consolação para o povo, falai” (At 13.15).

Nas reuniões realizadas nas Sinagogas, alguns comentaristas alcançavam grande reputação, como os grandes pregadores de hoje, sendo muitos deles solicitados nas sinagogas. Jesus certamente estava entre eles e tornou-se o maior deles.

A extraordinária posição da sinagoga para a veiculação de idéias entre o povo, na Palestina e no estrangeiro foi vital para a propagação do evangelho de nosso Senhor Jesus Cristo. Ele sabia da importância estratégica que as sinagogas tinham na divulgação de sua mensagem. Por isso Ele as visitou constantemente durante todo o seu ministério, principalmente na Galiléia⁴⁵.

Jesus passava grande parte de seu tempo ouvindo as pessoas e nisso aproveitava essas oportunidades para difundir o evangelho através do individual e das multidões que o cercavam, mas os momentos mais significativos da Sua vida foram os que Ele dedicou em favor das pessoas individualmente.

Jesus se aproximava das pessoas com o propósito de chegar aos seus corações e para isso se envolvia em seus negócios seculares e interesses em geral, sejam eles quais ou quem fossem. O Mestre não tinha lugar para mostrar como era importante o ato de se comunicar. Nas sinagogas, às margem do lago, nas encostas dos montes, nas planícies, em casas de publicanos e fariseus, nas praças, em todos os lugares que havia pessoas, era tempo de comunicar a sua mensagem.

Nota-se nos relatos da Bíblia que Jesus participava de verdadeiros “escândalos” para o povo daquela época. Numa época em que as mulheres eram grandemente desprezadas, através do contato individual, Jesus as valorizou e abriu diante delas uma nova visão. As mulheres não podiam participar ativamente dos cultos no templo e na sinagoga. Vendo tal situação, Jesus se aproximou de mulheres como Marta, Maria⁴⁶ e a mulher samaritana e mostrou, a essas, que se consideravam desfavorecidas, o amor, a atenção e

⁴⁵ A Galiléia é uma região do norte de Israel situada entre o mar Mediterrâneo, o lago de Tiberíades e o Vale de Jizreel. É uma região de colinas, entre elas o célebre monte Tabor, local em que, segundo os Evangelhos, ocorreu a transfiguração de Jesus Cristo.

⁴⁶ BÍBLIA DE ESTUDO GENEBRA. São Paulo e Barueri: Cultura Cristã e Sociedade Bíblica do Brasil, 1999. 1710p. Luc. 10: 38-42

compreensão. Além disso, Ele entrava na casa de cobradores de impostos, tocava em leproso, fazia milagres no sábado, defendia adúltera e muitas outras coisas as quais eram surpreendentes e totalmente novo para os povos, o que fazia desses atos uma notícia impactante e relevante a todos os quais, para Jesus, eram um propagandista em potencial do evangelho.

Jesus se comunicava com as pessoas em qualquer lugar e a toda hora. Ele criava situações tais para que pudesse estar sozinho com os indivíduos (Jo. 4:7-42). Através do contato pessoal, demonstrou considerar a todos, quer fossem homens, mulheres (Mt. 8:2-18) ou crianças (Lc. 18:16), igualmente importantes. Essa comunicação constante e informal foi decisiva no impacto que o cristianismo causou sobre o mundo.

Assim, como o novo já era tido como um furo de reportagem daquela época, também, já se podia observar as interferência ou/e contaminação no processo de comunicação. Pilatos⁴⁷ fez uso das ferramentas da comunicação para reverter uma situação e agir corretamente. Ele queria libertar Jesus. Diante dos acusadores do Mestre, Pilatos declarou sua convicção: "*Não vejo neste homem crime algum*" (Lucas 23:4). Pilatos tentou por três vezes persuadir os judeus a libertarem Jesus (Lucas 23:13-22). A princípio, ele sugeriu castigar Jesus e em seguida libertá-lo (Lucas 23:16). Depois ele lhes falou mais uma vez, desejando soltar Jesus (Lucas 23:20). Por fim, ele os desafiou pela terceira vez em resposta à exigência deles de que Jesus fosse crucificado: "*Que mal fez este? De fato, nada achei contra ele para condená-lo à morte*"⁴⁸.

Pilatos quis transmitir uma mensagem à multidão reunida perante o julgamento de Jesus. Ao se pronunciar, a mensagem teve um impacto diferente do esperado. A mensagem foi praticamente recodificada pelos principais sacerdotes e anciões (Mt. 27:11-20) os quais depois de incorporada, fizeram com que o povo ficasse ferozmente contra Jesus levando a fluir o ódio, a ira e a revolta contra um, segundo eles, "herege" e a favor de um criminoso.

Nesse caso, a comunicação vista e percebida foi a verbal, mas certamente antes de tal ato houve outras formas que levou a multidão pronta para uma revolta. Talvez mensageiros fizeram um papel de correios e direcionaram uma mensagem apenas às pessoas que supostamente seriam contra o Senhor. Quem sabe os pombos-correio⁴⁹, já utilizados na época,

⁴⁷ Pôncio Pilatos, também conhecido simplesmente como Pilatos foi prefeito da província romana da Judéia entre os anos 26 e 36 d.C.. Foi o juiz que, de acordo com a Bíblia, após ter lavado as mãos, condenou Jesus a morrer na cruz, apesar de não ter nele encontrado nenhuma culpa.

⁴⁸Bíblia, op. Cit. Lucas 23:22

⁴⁹ O pombo-correio é uma variedade domesticada do pombo-comum ou pombo-das-rochas. Foi escolhido porque, como todo pombo retorna geralmente a seu próprio ninho e a sua própria mãe, era relativamente fácil produzir seletivamente os pássaros que encontravam repetidamente o caminho de volta em longas distâncias.

levaram as mensagens que tramaram toda a situação. Algum meio de comunicação foi utilizado e tal possibilitou o sucesso da proposta a favor da crucificação de Jesus.

Eram modelos bem diferentes dos que vieram aparecer mais tarde, mas é inegável, que já havia mecanismos que possibilitavam a comunicação entre os povos, e que tais, mesmo que aos olhos de hoje, ultrapassados, funcionavam muito bem.

É espantoso como hoje, com todo o aparato disponível para expor uma idéia ou mensagem, pastores, pregadores ou ministrantes da palavra de Deus, não conseguem se expressar e transmitir claramente um conhecimento. Parece que não estão dispostos a se “agacharem e escreverem na areia”, não estão dispostos a usarem um tempo para formularem parábolas, exemplos e mensagens que torne possível a compreensão de povos menos intelectuais na questão bíblica. Para muitos o que importa é a quantidade de palavras difíceis, escolhidas a dedo no dicionário ou palavras fortes de efeito capazes de levantar as pessoas dos bancos como em uma ola⁵⁰ nas arquibancadas de um Repar⁵¹.

Na Bíblia se vê vários outros momentos o uso de estratégias e ferramentas para se comunicar algo ao povo. Jesus utilizou o barco de Pedro para se distanciar da areia e transmitir o que queria. Paulo se fez valer das cartas para mostrar o caminho a muitos irmãos. Deus usou uma jumenta para falar a Balaão o que queria e muitas outras formas são vistas.

Olhando para essas formas e modelos, nos deparamos com a necessidade de não somente aprender sobre a mensagem, mas também a respeito dos modos a serem utilizados para transmitir a palavra do Mestre das comunicações, O Cristo.

4.2 A IGREJA E A COMUNICAÇÃO

4.2.1 A IGREJA PRIMITIVA

Ao escrever a primeira carta aos Tessalonicenses, Paulo tinha em mente levar aos irmãos a mensagem sobre a volta de Jesus e como estava contente com a evolução da fé deles, mesmo em tempos de dificuldades. Os irmãos de Tessalônica receberam a mensagem que a Bíblia registra em 1º Tessalonicenses, capítulo 4 e versículo 13 em diante:

⁵⁰ A ola é um movimento realizado em sincronismo por uma torcida nos estadios de futebol onde grupo após grupo, vão se levantando, erguendo as mãos e gritando até formar o círculo total do estádio .

⁵¹ O repar é um tradicional confronto entre os dois maiores times de futebol paraense, Remo e Paysandu.

“Não quero, porém, irmãos, que sejais ignorantes acerca dos que já dormem, para que não vos entristeçais, como os demais, que não têm esperança. Porque, se cremos que Jesus morreu e ressuscitou, assim também aos que em Jesus dormem, Deus os tornará a trazer com ele. Dizemo-vos, pois, isto, pela palavra do Senhor: que nós, os que ficarmos vivos para a vinda do Senhor, não precederemos os que dormem. Depois nós, os que ficarmos vivos, seremos arrebatados juntamente com eles nas nuvens, a encontrar o Senhor nos ares, e assim estaremos sempre com o Senhor. Portanto, consolai-vos uns aos outros com estas palavras”⁵²

Ao tornar o conteúdo da mensagem conhecido a Igreja, os povos começaram a abandonar seus trabalhos, esperando apenas na volta do Mestre que, segundo suas interpretações, seria em um momento muito próximo. Ao saber sobre o comportamento dos irmãos da Igreja de Tessalônica, Paulo tratou de escrever uma nova carta, onde exortava a respeito do comportamento de todos e explicando como deveria ser a espera de Jesus. Passagem registrada em 2º Tessalonicense, capítulo 3 e versículo 6 ao 12:

“Mandamo-vos, porém, irmãos, em nome de nosso Senhor Jesus Cristo, que vos aparteis de todo o irmão que anda desordenadamente, e não segundo a tradição que de nós recebeu. Porque vós mesmos sabeis como convém imitar-nos, pois que não nos havemos desordenadamente entre vós, Nem de graça comemos o pão de homem algum, mas com trabalho e fadiga, trabalhando noite e dia, para não sermos pesados a nenhum de vós. Não porque não tivéssemos autoridade, mas para vos dar em nós mesmos exemplo, para nos imitardes. Porque, quando ainda estávamos convosco, vos mandamos isto, que, se alguém não quiser trabalhar, não coma também. Porquanto ouvimos que alguns entre vós andam desordenadamente, não trabalhando, antes fazendo coisas vãs. A esses tais, porém, mandamos, e exortamos por nosso Senhor Jesus Cristo, que, trabalhando com sossego, comam o seu próprio pão”⁵³

Isso reforça a questão de como, apesar do cuidado dos escritores da mensagem de Deus, o mensageiro deve ter todo o cuidado com a maneira de se comunicar por intermédio dos meios. Uma mensagem com a possibilidade de duplo sentido, poderia levar uma multidão a trilhar caminhos errados.

A igreja cristã primitiva deu os seus primeiros passos em um momento em que a mensagem poderia ser rapidamente levada aos quatro cantos da terra utilizando a palavra para falar da Palavra, mostrava vigor ao se comunicar com aqueles que os ouviam. Sabiam que não estavam falando de algo qualquer, era a palavra de Deus e esta deveria ser passada com amor, clareza, firmeza e certeza. Tudo o que um comunicólogo deve saber, exercitar e trabalhar.

⁵² BÍBLIA DE ESTUDO GENEBRA. Op. Cit. 1º Tes. Cap. 4, Vers. 13- 18.

⁵³ Idem ibidem, 2º Tessalonicense Cap. 3 e versículo 6 a 12

A Igreja primitiva crescia rapidamente e não se limitava as quatro paredes. Quando os irmãos ouviam a pregação da palavra de Deus, eles tinham o desejo de repassá-la à outros rapidamente. É como ter na era Jesuína o marketing pessoal que tanto se utiliza nas grandes empresas de hoje.

Quando muitos em pleno século XXI se vangloriam em possuir um inovado sistema de redes de divulgação de um produto, o mesmo já era visto na Igreja de nossos ancestrais. Jesus ensinou, a Igreja assimilou e realizou a maior de todas as redes sociais. Essa capacidade de germinar o “Ide” do Senhor vista na vida de Paulo, João, Jeremias e tantos outros, tem diminuído ao longo do tempo, e se as Igrejas tivessem continuado no ritmo inicial proposto, já teríamos conquistado o mundo para Jesus.

É possível que a Igreja de hoje não tenha apenas perdido o ritmo, mas sim o direcionamento da coisa, diferentemente da Igreja primitiva que tinha apenas uma intenção, pregar a palavra de Deus. Ela se ateve a fazer com que a mensagem deixada pelo Senhor, não ficasse estática, mas que chegassem a todos por intermédio de cartas e viagens missionárias, como as de Paulo.

O método e modelo utilizado, antes e durante a passagem de Jesus na terra, mostram que a comunicação tinha um formato diferente, mas com a mesma finalidade, explicar. Apesar das novas caras, que por intermédio de estudos ajudam no processo de se comunicar e que a transformaram em moeda de troca no mundo capitalista atual, a comunicação continua a serviço da transmissão de atos, notícias, fofocas, mentiras, verdades, etc... Todas com um propósito.

4.2.2 A comunicação como forma de Poder

O processo que envolve o conhecimento é contido e arrolado de formatos de caráter que se mostra essencial na construção de novos conhecimentos e propagação de uma mensagem.

No ato que envolve a comunicação no campo Divino, é requerido ao processo mais caráter e responsabilidade, pois trata-se de mensagens de princípio poderoso, visado contra ou a favor do bem e do mal. Essa relação entre céu e inferno esteve ao longo da história em fronteira com o risco de soberba, egoísmo, avareza e tudo que envolve o poder.

As cartas escritas sobre a questão que envolve o uso da palavra de Deus a favor de benefícios próprios que não seja a salvação, como também exortando sobre os falsos mestres,

foram praticamente ignoradas por parte daqueles que se apropriaram das mesmas como formas de um bem privado endereçado apenas às elites ou líderes.

A palavra de Deus em si só já é uma poderosa arma a favor de um propósito, seja ele benéfico ou não. Nela há conteúdos providos de capacidade de destruição ou construção do ser que se curva à ela como também ao seu mensageiro, já que subentende que quem em “nome do Senhor” fala, é inquestionável e intocável devido a carga sobrenatural que está em sua volta. Esse artifício é identificado na história das Igrejas e com outra cara ainda se faz presente no subconsciente de lideranças que usam um “cajado” como forma de capa de Elias.

Quando se recorre a um artifício em que busca sobrepor-se ao outro usando de métodos incompatíveis com a estabelecida para tal, há o que se chama de transferência de poder. Quando a Igreja Católica Apostólica Romana fez o povo ver e crer em um poder que faz menção a palavra de Deus, mas que não é a mensagem inspirada por Ele, ela se colocou acima de todos como sendo o próprio poder. Luís Mauro Sá em “Mídia e poder simbólico” menciona em sua obra a esse respeito:

“A crença no poder de Deus é transferida para a crença no “poder” de determinados elementos dentro da instituição – geralmente os que tiveram uma “revelação divina”, isto é, algum contato objetivado em experiência sensorial, com Deus. Essa transferência de poder – divindade, representante, fiel – permite que este último se sinta ligado a forças poderosas que permitem sua recuperação diante de fatos acima de seu controle.”⁵⁴

A Igreja era detentora de um elemento o qual só as lideranças tinham contato e usava como forma de poder sobre aqueles que não usufruíam de tal contato. Trazendo para os dias atuais e comparando com os meios de comunicação, é como se uma emissora de TV tivesse em sua posse um conteúdo que outras não têm, o qual resulta na solução de todos os problemas da humanidade. Essa emissora poderia utilizar essa ferramenta para se sobrepor as outras.

Guardar uma mensagem poderosa e a manter longe de problemáticos mortais capazes de fazerem qualquer coisa para resolverem suas dificuldades, é ter em sua posse uma arma ou moeda de troca, capaz de lhe conceder poder sobre todos que se tornarão subordinados e reféns.

Segundo James Hillman, na obra Tipos de Poder:

“A subordinação usa coerção, força de vontade, persuasão por meio de estados de espírito, argumentação lógica, conversão pela fé, convencimento pela razão, terror,

⁵⁴ MARTINO, Luís Sá. Op. Cit. Pag. 3

manipulação, enredamento ou logro. Seja qual for o método, o complexo de poder subordina para chegar ao topo e lá permanecer”.⁵⁵

Sabendo disso, papas e bispos usaram desse artifício dentro da comunicação, para que, através da posse das Escrituras e da falta de conhecimento dos povos, em relação à mensagem de Deus, colocassem uma coleira em todos os cristãos para os manterem escravos desse alto poder eleito por detenção de uma mensagem codificada e ameaçadora àqueles que necessitavam da salvação eterna. Com artifícios foi imposto aos fiéis a necessidade de obediência por força e poder baseados a uma “verdade” a qual mais tarde virá sofrer alterações por intermédio de alguns dos quais outrora faziam parte dos detentores da “chave do céu e do inferno”.

Entre as mensagens transmitidas, a Igreja pregava que era possível se conseguir a salvação por intermédios das obras e que tal era alcançada com polpudos depósitos aos cofres da Igreja (em moeda) em prol dos objetivados à própria salvação ou a do ente querido.

Os meios pelo qual se fazia acreditar ser possível o livramento do purgatório, davam veracidade à mensagem inquestionável e aceita piamente pelos cristãos obedientes ao comunicado pelos, segundo a Igreja, intermediadores entre o homem e Deus. Durante muito tempo, a Igreja sustentou esse triunfo perante o povo, com o artifício ameaçador e persuasivo, mantendo enraizado na cultura e na religiosidade, a idéia de que dependiam totalmente da alto flagelação e do dinheiro, que colocavam nas mãos dos líderes das Igrejas, para se chegarem ao “céu”.

4.2.3 Os reformadores

A Igreja e os fiéis são surpreendidos com uma comunicação de que a história não era bem aquela contada pelos líderes da Apostólica Romana, pois havia um caminho verdadeiro e bem menos cruel à salvação. O mito⁵⁶, que cercava os “livros proibidos”, começa a cair por terra após a descoberta, por parte de estudiosos de dentro da própria Igreja, o erro na exegese defendida durante muito tempo. Esses estudiosos, mais tarde conhecidos como reformadores

⁵⁵ HILLMAN, James. Tipos de Poder: um guia para o uso inteligente do poder nos negócios – São Paulo: Axis Mundi, 2001. Pag. 114

⁵⁶ O mito dizia que os Escritos Sagrados tinham o poder de escolher seus leitores, levando a morte aquele(a) que chegasse a lê-los sem ser um dos tais escolhidos. Na verdade, conta a história, que era passado veneno nas folhas, para que quando os leitores fossem passar de uma página para outra usando o ato de se molhar as pontas dos dedos, o veneno fosse transmitido das páginas para a boca do leitor, levando-o a morte.

protestantes, iniciam uma carreira, literalmente, por caminhos estreitos, cheio de altos e baixos onde suas vidas passaram a ser ameaças ao poderio da época.

Surgira ali uma nova etapa de comunicação da mensagem do Mestre. Em foco agora Agostinho, Martinho Lutero, João Calvino e outros reformadores os quais contribuíram para a reforma protestante⁵⁷. Com esses homens, uma nova interpretação dos textos bíblicos entra em sena, com menos interesse financeiro e com mais prazer e amor pelo ser humano. Tal comunicação, é claro, não poderia ser de forma nenhuma aceita por parte daqueles que não queriam sair de cartaz e nem deixar de ganhar seus polpudos montantes financeiros.

Ao saber da proporção que o assunto estava tomando, as lideranças se posicionam com um tipo de censura⁵⁸ à comunicação dos reformadores. As lideranças da Igreja têm agora um único objetivo, sufocar a mensagem comunicada e para isso tentam desacreditar os mensageiros. Não deu certo. Então, é caçar e exterminar aqueles considerados traidores à parte de cima da pirâmide na hierarquia da Igreja Católica Apostólica Romana.

Não foi fácil para Martinho Lutero, por exemplo, sobrepor-se, naquela época, à mão forte da Igreja Católica, a qual detinha todo o poder no papa. Também, dá pra imaginar a situação de terror do povo perante a decisão de continuar seguindo aos ensinamentos impostos pela Igreja Católica ou acreditar na mensagem de libertação e salvação, sem medo, imposição de regras e leis humanas, e enfrentar a mão pesada das lideranças da Igreja Católica. Apesar de todos os esforços por parte da Igreja Católica, que provocaram confrontos e mortes, a mensagem conseguiu se manter comunicável e superar todas as barreiras e censuras.

De alguma forma já se percebia o poder que tinha o ato de possuir critérios e meios de imposição por intermédio do que se comunica com palavras, gestos, imagens e elementos fictícios, místicos ou a da verdadeira fé.

O poder que a Igreja Católica exercia sobre a população era assustador. Ninguém podia, mesmo que desejasse, questionar as palavras proferidas ou as flagelações e cobranças impostas pela Igreja detentora do conteúdo e interpretações das Escrituras sagrada. Os líderes da Igreja decidiram que aquela forma adotada perante os povos era um meio de mantê-los a rédeas curtas, tendo como controlá-los e manipular-los. Com a fama de “guardiões” da palavra e do passaporte para se encontrar com Deus, durante muito tempo o objetivo foi

⁵⁷ A Reforma Protestante foi um movimento reformista cristão iniciado no século XVI por Martinho Lutero, que, através da publicação de suas 95 teses, protestou contra diversos pontos da doutrina da Igreja Católica, propondo uma reforma no catolicismo.

⁵⁸ Censura é o uso pelo estado ou grupo de poder, no sentido de controlar e impedir a liberdade de expressão. A censura criminaliza certas ações de comunicação, ou até a tentativa de exercer essa comunicação. No sentido moderno, a censura consiste em qualquer tentativa de suprimir informação, opiniões e até formas de expressão, como certas facetas da arte

alcançado, pois as armas de coerção e persuasão eram convincentes a níveis bem mais elevados aos conhecimentos e capacidades dos meros camponeses da época.

4.3 A IGREJA CONTEMPORÂNEA

Como vimos no capítulo 2, os meios dos quais a comunicação disponibiliza são muitos, o que possibilita uma acessibilidade das pessoas à informação.

Durante o surgimento de diversos meios comunicacionais, não se consegue ver um envolvimento direto do meio evangélico ao processo de criação deles. Pelo contrário, vimos muitas Igrejas, por intermédio de suas lideranças, usarem da palavra para se posicionarem contra estas ferramentas possíveis a divulgação do evangelho.

Não se vê qualquer registro de veiculação de programas evangélicos no período de surgimento do rádio, e para ouvir, até mesmo informativos, tinha que ser escondido devido à proibição e “demonialização” do aparelho imposta por algumas Igrejas Evangélicas. Como foi o caso da Igreja Evangélica Assembléia de Deus.

Em “Visão, som e fúria”, obra de Marshal, é citado temas de várias programações e o formato já predominante que já se impunha ao meio de comunicação:

“O poder de persuasão e de convencimento do rádio levou a seu uso político pelo nazismo, considerado por muitos pensadores o verdadeiro início da comunicação de massa porque descobriu e explorou a capacidade mobilizadora do rádio. Conferências de intelectuais nazistas, discursos de Hitler, transmissão de paradas militares, juvenis, infantis, femininas, entrevistas com militantes do partido nazista, transmissão de notícias diretamente das frentes de guerra, concertos e óperas de compositores alemães autênticos foram empregados para convencer a sociedade alemã da grandeza do poderio do terceiro Reich”⁵⁹

Como nessa obra, em outras não é possível ver algum relato sobre o envolvimento de instituições evangélicas aos meios de comunicação de massa. Era como não ter ninguém se importando com o surgimento desses revolucionários meios, deixando-os despercebidos perante aos membros, congregados e serviços da congregação evangélica e a mercê do mundanismo. O auge do rádio passou despercebido perante os fiéis evangélicos, que preferiram continuar, apenas, com a entrega de folhetos pelas ruas, ao invés de fazer uso do potencial das ondas do rádio, como forma de se chegar a todos os lugares mais rapidamente com a palavra de Deus. Com isso as FMs e AMs foram tomadas por radialistas direcionados a

⁵⁹ McLUHAN, Marshal. Visão, som e fúria. In: Lima, L. Costa (org). Teorias da comunicação de massa, p.145

públicos desejosos de música, informação e conteúdo de DNA mundano a quem do contexto Divino.

O comportamento perante o surgimento do rádio, repete-se no aparecimento da televisão quando os protestantes ficaram observando, criticando e protestando em seus púlpitos, contra o aparelho capaz de mostrar, com imagens e som, o amor de Deus pela humanidade. Com isso, todos os horários da grade da programação da TV foram tomados com produções mutiladoras de culturas e crenças, com o que a população em massa passou a conviver em suas casas.

A avassaladora idéia de sequestro da cultura coloquial para uma sobreposição aos meios de vida toma forma de novelas, filmes, carnavais, programas de auditório e verdadeiras aberrações em cores e sons, patrocinados com altos valores pagos contra os bons costumes e valores éticos. Tudo se torna em meros motivos de audiências, apresentados em segundos ao telespectador como se fosse o absoluto sobre o exposto. Sobre esse roubo e desvalorização dos princípios de um local, a obra “Simulacro e poder” de Marilena Chauí, expõe:

“A chamada cultura de massa se apropria das obras culturais para consumi-las, devorá-las, destruí-las, nulificá-las em simulacro. Justamente porque o espetáculo se torna simulacro e o simulacro se põe como entretenimento, os meios de comunicação de massa transformam tudo em entretenimento (guerras, negócios, greves, festas, cerimônias religiosas, tragédias, políticas, catástrofes naturais e das cidades, obras de arte, obras de pensamento). Visto que a destruição dos fatos, acontecimentos e obras segue a lógica do consumo, da futilidade, da banalização e do simulacro, não espanta que tudo se reduza, ao fim e ao cabal, a uma questão pessoal de preferência, gosto, predileção, aversão, sentimentos. Isto é mercado cultural.”⁶⁰

Relacionando essa transformação do real em algo ilusório, com o campo evangélico, percebe-se que com a demora na integração ao meio em questão (televisão) a instituição gospel começou a ser corrompida com os costumes impostos pelos meios midiáticos. Isso ocorre no momento em que a população evangélica se vê sem saída e sem conhecimentos capazes de proporcionar uma defesa em relação, ao comum e popular entre o mundo, mas totalmente desconhecido pelo povo de Deus.

⁶⁰ CHAUI, Marilena. Simulacro e poder. - São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006. Pag. 55

4.3.1 As Igrejas Evangélicas

Uma estática posição do povo evangélico no Brasil, contribuiu com a situação colocada no tópico anterior. O povo evangélico, comandado pelas lideranças, estiveram em todos os momentos apáticos para a construção voltados à comunicação de massa. Todos estiveram durante a formulação das idéias e concretização dos projetos, restritos às quatro paredes das Igrejas.

Quantas pessoas quando crianças, não foram à casa da vizinha, que geralmente não era evangélica, para assistir desenhos, filmes e novelas, escondido dos pais? Sem nenhum acompanhamento familiar, passaram horas à frente de um televisor, hipnotizados por uma programação, a qual passava uma idéia de ser mais forte que o dever da obediência aos pais.

Nenhuma programação passava nas 24 horas do dia algo que mencionasse ou se quer cogitasse o nome de Jesus. Foram cerca de 2 décadas de silêncio midiático referente ao evangelho que liberta, transforma e leva o homem ao céu. Foram anos e anos deixando o diabo fazer o que quisesse com os meios de comunicação, enquanto irritávamos a vizinhança das Igrejas com as chamadas bocas de ferro⁶¹ em pleno horário das 6 e 18 horas de todos os dias.

De uma cabine ou de dentro da própria Igreja, os pastores, munidos de um microfone e uma vitrola,⁶² pregavam gritantemente e rodavam os LPs⁶³ de músicas evangélicas. O horário escolhido para essas programações era, normalmente, o exato momento em que estava apresentando na TV as novelas e a volta da população para casa depois de um dia de serviço.

Ao longo dos anos foram acontecendo processos que, sem a percepção por parte dos fiéis, chegou a abrir as portas para o momento atual. Tendo que se adaptar à formatação já existente, os primeiros contatos com os meios comunicacionais, foram, sem um conhecimento profundo das ferramentas, acontecendo gradualmente para que as igrejas o século XXI fossem as detentoras dessa oportunidade de comunicar o Evangelho da Salvação em frente as câmeras. Sabe-se que quem pega o trem andando, é preciso se conformar e se adequar aos que nele já estão há mais tempo.

⁶¹ Bocas de ferro era um tipo de alto-falantes que eram colocados em uma torre, geralmente de madeira, e direcionada para os quatro cantos da cidade.

⁶² Toca-discos, radiola ou vitrola é um aparelho eletrônico ou aparelho de som para tocar discos de vinil. Consiste de uma base que acomoda o prato circular, que gira no sentido horário acionado por um motor elétrico, com um pino central onde se deposita ou encaixa o disco ; à direita existe um braço pivotante contendo, na extremidade, uma cápsula fonocaptora e agulha para se fazer a leitura dos micro-sulcos do vinil. Para se ouvir o disco, desde o início, a agulha é colocada na borda externa do disco.

⁶³ LP era um disco de vinil onde eram gravados músicas para tocar na vitrola

Esse processo, ao qual me refiro, trata-se das formas como os membros de denominações evangélicas passaram a executar suas programações, em especial aquelas voltadas à datas específicas como: Natal, Virada de ano, Páscoa, aniversário da Igreja ou pastor, etc. A desenvoltura dos idealizadores e executores (diretores e atores), juntamente com os formatos das apresentações exibidas nessas datas, foram se formatando aos modelos existentes e exibidos pelos grandes meios de comunicação de massa. A realidade passou a ser outra e composta de trilhas sonoras, bastidores, jogo de luzes (embora restrito e limitação ao desligar e ligá-las), encenações e até cortinas em palcos repletos de anjos e personagens do mal.

Olhando minuciosamente, é possível contemplar a transformação e o rapto de um formato jornalístico para a escrita nos boletins dos cultos ou folhetos de evangelização distribuídos nas Igrejas e ruas das cidades. O corpo do texto exibido nesses informativos retrata os impressos em jornais possuidores de uma linguagem clara e objetiva.

Deixando de lado as meras aparências, as Igrejas iniciam suas navegações por esse rio, antes estrangeiros, que são os meios de comunicação, em especial os televisivos, e tornam ingressantes nas grades de programações das emissoras de onde passaram a comandar programas voltados a telespectadores evangélicos os quais, mesmos que no início, olharam com certa desconfiança, trataram de aceitar e rapidamente participar financeiramente ou como mero espectadores desses programas.

4.3.2 A Igreja e as mídias

Segundo o Instituto de Estudo da Religião (ISER),⁶⁴ em 1830 já era possível ver a presença dos evangélicos na mídia impressa no Brasil por intermédio das Missões Protestantes. Nessa época, Presbiterianos, Metodistas e outros chamados Evangélicos Históricos ou de Missões, mantinham jornais, boletins semanais nos quais divulgavam a Palavra. Pouco mais de um século depois, mais precisamente nos anos de 1940, surgiram os primeiros programas de rádio evangélicos. As pioneiras nesta frente de atuação foram a Igreja Adventista e a Assembléia de Deus.

O envolvimento entre Igreja e campo midiático no Brasil iniciou com a Igreja Adventista na cidade do Rio de Janeiro em 1962, com um programa na TV e no Rádio

⁶⁴ O Instituto de Estudos da Religião é uma organização da sociedade civil comprometida e dedicada à causa dos direitos humanos e da democracia.

chamado de Fé para Hoje, apresentado pelo pastor Alcides Campolongo, mas ele não era veiculado em rede nacional e tinha o perfil de curta duração. Outros programas começaram a serem veiculados a partir da década de 60 como demonstra a tabela abaixo.

TABELA 1 – Programas Pioneiros na TV Brasileira

PROGRAMA	ANO	TV	IGREJA	APRESENTADO
Fé para hoje	1962		Adventista	Alcides Campolongo
Café com Deus	Década 60	TV Tupi	Nova Vida	McAlister
Jesus – A esperança das nações	1974	Amazona TV	Presbiteriana	Caio Fábio
Pare e Pense	1980-1999	Rede Manchete/TV Vinde	Internacional	Caio Fábio
Encontro com Deus	Década 60	Recife: TV Local	Presbiteriana	João Campos
Um Pouco de Sol	Década 60	SP: TV Local	Batista	Rubens Lopes
Reencontro	1975	TV Rio/Bandeirantes (1º em rede Nacional)	Batista	Nilson do Amaral Fanini
Renascer	1982-1999	Rede TV	Assembléia de Deus	Silas Malafaia
Movimento Pentecostal	1996-1998	Rede Manchete	Assembléia de Deus	

Fonte: FONTELES, H.A. Programa show da fé: um retrato da construção midiática da imagem religiosa evangélica. UNIP. São Paulo 2007.

Nos anos 1980, a presença evangélica na televisão se massificou, mas as rádios já contavam com vários programas evangélicos durante sua grade horária diária antes da TV.

Na pesquisa “Evangélicos e Doutrina no Ar: uma investigação sobre os evangélicos nas Comissões e Conselhos do Legislativo Nacional ⁶⁵” é observada, em meio aos fortes debates sobre a democratização da comunicação no Brasil, a presença dos evangélicos na

⁶⁵ ISER/FUNDAÇÃO FORD, realizada entre os anos de 2007 e 2009

mídia. Ainda na pesquisa são apresentados através de fóruns, seminários e conselhos nacionais e internacionais, aspectos que tratam da temática da mídia.

Um dos resultados desta pesquisa alerta para o descompasso entre as expectativas dos vários atores sociais quanto ao papel das mídias na sociedade na atualidade. Para os evangélicos, foco principal da pesquisa, a TV deve desempenhar um papel para a construção de uma sociedade menos violenta, mais igualitária. Neste sentido, o avanço dos programas e emissoras de TV evangélicas é visto positivamente e justificado como um serviço prestado à sociedade no momento em que este segmento religioso agrega um conhecimento à sociedade que pode transformá-la para melhor.

4.3.3 Igreja Universal e Record

Sem a necessidade de qualquer pesquisa, é possível observar o número gritante de programas em rádio e televisão de Igrejas ou pastores evangélicos. São veiculações de cultos, shows, musicais e tantos outros capazes de preencher uma grade de programação durante 24 horas por dia. E, apesar dos preços altos no espaço na mídia, esses números tendem aumentar, pois o interesse das lideranças por horários na mídia, devido ao sucesso de audiência e renda com vendas de materiais evangélicos, os olhos de concorrentes, que estão também interessados na conquista de fiéis, espaço, lucro e poder, estão direcionado para esse ramo.

Um caso popular dessa “ocupação do espaço midiático” é a Igreja Universal do Reino de Deus com programas na Rede Record, a qual, segundo investigação do Ministério Público Federal, foi adquirida por Edir Macedo em 09 de novembro de 1989 com dinheiro de dízimos e ofertas dos fiéis da IURD⁶⁶, o que, segundo a constituição brasileira, é ilegal. Há indícios de que a rede Record, na verdade, seja da Igreja Universal, mas o Bispo Edir Macedo nega. Ao adquirir a Record do Empresário e apresentador Silvio Santos, o bispo se tornou o primeiro ministro evangélico a ser proprietário de uma televisão com cobertura nacional.

Em matéria exibida pela Folha de São Paulo em Outubro de 2007, o Ministério Público de São Paulo, levantou o patrimônio construído pela Igreja Universal em seus 32 anos de existência. Ele seria composto por 23 emissoras de TV e 42 emissoras de rádio, quatro firmas de participações, uma agência de turismo, uma imobiliária, uma empresa de seguro de saúde, duas gráficas, uma gravadora, uma produtora de vídeos, uma construtora, uma fábrica

⁶⁶ Igreja Universal do Reino de Deus

de móveis e duas financeiras. A igreja teria ainda uma empresa de táxi aéreo de nome Alliance Jet, que possui três aviões, um deles adquirido em 2007 por US\$ 28 milhões.

Além do patrimônio citado pelo ministério público de São Paulo em 2007, registra-se em 2010 que a IURD conta ainda com editora, centenas de livros de autoria de seus pastores, CDs, DVDs, a Folha Universal⁶⁷, e, supostamente, com a Rede Record de televisão, a qual ocupa o 3º lugar no ranking nacional, ficando atrás somente da Rede Globo e do SBT⁶⁸. A IURD era também dona da Rede Mulher, atual Rede Record News – primeiro canal aberto de telejornalismo 24h no ar lançado com a presença do presidente Luiz Inácio Lula da Silva em outubro de 2007.

Mesmo que o Bispo Edir Macedo⁶⁹ não afirma publicamente que a IURD é a proprietária da rede Record de Televisão, alegando ser ele o principal acionista da empresa e não a Igreja, indícios e investigações apontam a Igreja como proprietária ou, no mínimo, patrocinadora da compra da TV. Independentemente de quem seja o proprietário, é sobre a programação veiculada na Record que esse trabalho enfoca, pois sendo propriedade da Igreja Universal ou do Bispo Edir Macedo, o qual é o dono da Universal, vai dar na mesma.

A emissora tem uma programação voltada totalmente ao lucro, mantendo-se na proposta de alcançar cada vez mais anunciantes e não salvos para o reino de Deus. Comparando os programas exibidos na emissora antes e depois da compra por parte da Igreja ou do Bispo Marcedo, observa-se que tal não sofreu as alterações esperadas e previstas por evangélicos e observatórios de imprensas.

A grade de programação da emissora contem todos os tipos de filmes, com raros espaços para filmes bíblicos; novelas de monstros e com sexo, traições e incitação a violência; muitos programas de auditório, sendo que o único que exibia música evangélica, por algum motivo agora está no SBT⁷⁰; Reality Show⁷¹, onde a audiência se baseia no pior do ser humano; Jornalismo e outros programas voltados somente a audiência e posteriormente, ao lucro. Dentro dessa grade há também espaço reservado para exibições de programas da Igreja Universal.

Apresentados por bispos e pastores, com participação do público, a programação voltada ao evangelho ou aos bens que ele pode proporcionar às pessoas, é veiculada sempre

⁶⁷ jornal com tiragem semanal de um milhão e meio de exemplares

⁶⁸ Sistema Brasileiro de Televisão de propriedade do empresário e apresentador Silvio Santos

⁶⁹ Bispo presidente da Igreja Universal do Reino de Deus

⁷⁰ Programa do Raul Gil exibido aos sábados

⁷¹ Programa de origem estrangeira que consiste em manter várias pessoas isoladas e monitoradas/vigiadas por câmeras 24 horas por dia em busca de uma premiação.

ao meio dia e nas madrugadas, quando os Bispos se voltam à população para mostrar exemplos daqueles que de alguma forma alcançaram seus objetivos, depois de frequentarem as belíssimas catedrais “universais”

4.3.3.1 Busca do Poder ou de Almas?

O modelo de comunicação inerente nos horários reservados a essa programação “evangélica”, é totalmente persuasivo e preponderante um convite à visita à Igreja. A intenção direta de alcançar o homem como ser pecador e direcioná-lo à salvação em Jesus Cristo, parece ser deixada em segundo plano, pois primeiro não são as coisas de Deus e sim o que pode ser acrescentado. Fala-se de tudo, mas que Jesus salva, raramente.

Alargar o campo de atuação do evangelho por intermédio dos meios de comunicação exibindo essa mensagem apenas nas madrugadas, quando os pontuadores no IBOPE⁷² já estão dormindo, não é possível. A grande fatia do bolo dos horários nobres na televisão, está direcionada a uma diversidade de programações voltadas à uma disputa acirrada entre Rede Globo e TV Record, onde para ganhar uns pontinhos a mais na audiência, vale monstros, mulheres semi-nuas e tudo o que uma Igreja deve se opor.

Essa disputa em busca do primeiro lugar na audiência, mostra que os líderes da Igreja Universal estão em busca do que os papas e bispos da Igreja Católica Romana estavam quando coagirão, inibiram, intimidaram e persuadiram os fiéis para a obtenção e detenção de poder. Isso é possível quando, pelos meios, se busca um tipo de “complexo de poder”.

Essa expressão de “complexo de poder” está definida na obra de C.G. Jung em seu livro *Psychologische Typen* (Tipos Psicológicos). Na obra, o autor coloca em um dos parágrafos:

“Uso ocasionalmente essa expressão para indicar o complexo integral de todos aqueles esforços e idéias, cuja tendência é situar o ego acima de outras influências, assim subordinando todas essas influências ao ego, independentemente de terem elas sua fonte nos homens e nas condições objetivas ou de brotarem dos próprios impulsos, sentimentos e pensamentos subjetivos de alguém.”⁷³

É interessante salientar também que os programas nas madrugadas, na TV Record, além de ter a aparência de uma propaganda gigantesca da Igreja Universal, estão pretensos a

⁷² IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística que realiza pesquisas em vários ramos no Brasil.

⁷³ HILLMAN, Op. Cit.pg.101

um programa de auto ajuda, quando é possível assistir matérias de temas diversos, alheios a qualquer texto bíblico, que leva o telespectador a um questionamento sobre a real intenção dos pastores que apresentam o programa.

Em “Mídia e poder simbólico”, Luís Mauro Sá se posiciona a respeito da veiculação dessas programações rodeada de métodos e artifícios pouco espirituais:

“Pelo estudo e análise das reportagens veiculadas na mídia institucional religiosa, percebe-se que, mais do que qualquer revelação divina individual, é a quebra da linearidade das funções e papéis sociais, dos quais o homem não pode prescindir, que o levam a buscar a instituição religiosa. A doença, o desemprego, o alcoolismo, as drogas, a morte de familiares, enfim, todos os tipos de ruptura nas expectativas de comportamentos levam o indivíduo a procurar um novo ele de sua corrente de atividades sociais na religião.”⁷⁴

Como em uma propaganda de um produto qualquer o que está sendo oferecido nesses programas de cunho evangélico direciona-se apenas ao exercício da resolução de problemas terrenos das pessoas que, ao assistir depoimentos de outros, vão rapidamente em busca de seus bens dentro da grade de exercícios proposto nas reuniões “tematisadas” para cada situação. No programa “Fala que eu te escuto”⁷⁵, os telespectadores são levados a responderem uma enquete sobre determinados assuntos relacionados a algum acontecimento de repercussão nacional ou da programação da própria TV.

No dia 22 de Dezembro de 2010, por exemplo, após o término do programa “A Fazenda”⁷⁶, a enquete proposta pelos diretores do programa trouxe aos seus telespectadores a oportunidade de, por intermédio do telefone ou internet, dar sua opinião e comentário sobre a enquete: “Daniel Bueno Vence a Fazenda 3. A maior vitória foi superar a estratégia dos outros peões, conquistar o povo ou suportar o confinamento?”

A percepção que a Igreja Universal e a TV Record transparecem, é que ambos estão direcionados a um mesmo objetivo, que é o de alcançar o primeiro lugar no ranque das TVs brasileiras e em quantidade de fiéis dentro das catedrais. Nessa busca desenfreada, a Igreja se reporta ao que foi exposto aqui em relação ao envolvimento do sagrado com o profano.

As lideranças da Igreja acabam se envolvendo nessa briga pelo poder, de tal forma que deixam para depois ou esquecem a real missão determinada por Deus. Perdem o foco determinado a um discípulo de Deus na terra e atropelam tudo para não sofrerem,

⁷⁴Idem. MARTINO, Op. cit. pg.35

⁷⁵Programa da Igreja Universal nas madrugadas exibidos na Rede Record de Televisão

⁷⁶A Fazenda é um *reality show* brasileiro da Rede Record, baseado no programa criado originalmente na Suécia pela produtora Strix, nomeado *The Farm*. Dificuldades e prazeres da vida simples do campo colocam à prova o casting de famosos, havendo somente um vencedor no final.

psicologicamente, com o recuo perante sua oposição. Nessa condição se compreende que é necessário um controle sobre a importância da busca pela audiência da TV e o cumprimento da obra Salvadorana proposta por Jesus Cristo.

James Hillman, ao escrever “Tipos de Poder”, faz uma relação cabível a essa situação, ao contrapor entre o poder e a necessidade de se conservar o controle sobre seus impulsos. No capítulo destinado à questão do controle, ele expõe:

“Hoje em dia, a palavra mais comumente associada ao poder talvez seja “controle”. Estar no controle. Assumir o controle. No entanto, controle deriva de uma idéia que essencialmente limita o poder; na verdade, põe um freio no poder, como um disjuntor ou o painel de controle que regula uma instalação para que ela não fique superaquecida nem sofra um curto-circuito. Controle é ação, sim, mas de um tipo restritivo: a palavra vem de contra rotulus, contra o rolo. O movimento contrário ao da rotação de um cilindro.”⁷⁷

Os meios de comunicação se alto valorizam como um quarto poder mundial e ao usar suas emissoras de televisão e rádio, suas redações e estúdios, assumem, mesmo que apenas mentalmente, o papel de psicólogos, médicos, engenheiros, advogados e até policiais. É o caso da apresentadora Sonha Abrão que, no sequestro que resultou em morte da adolescente Eloá⁷⁸, interferiu, por intermédio de seu programa ao vivo, na negociação entre a polícia e o sequestrador.

Considerando, talvez, ter mais patente do que outro qualquer ou não tendo nenhum conhecimento sobre a repercussão de atitudes perante uma câmera de TV, o pastor Sérgio Von Helde, da Igreja Universal do Reino de Deus, provocou a maior confusão ao atacar com socos e pontapés uma imagem de “Nossa Senhora Aparecida. Essa atitude perante as câmeras de um programa da Rede Record, repercutiu entre católicos, políticos, autoridades e fiéis da Igreja Católica, que atacaram alguns templos da Igreja Universal.

Episódios e posturas semelhantes a do Pr. Sergio, já provocou críticas à Igreja Universal e a Record pela própria mídia que, com matérias sobre possíveis irregularidades do líder da Igreja Universal, Bispo Edir Macedo e outros pastores da Igreja, causaram constrangimentos e desgostos entre os evangélicos. Em um desses casos, a mídia, em especial a Rede Globo, mostrou os Bispos se divertindo ao contar o dinheiro das ofertas recebidas em cultos como também levantamentos sobre a compra da TV Record que, segundo investigação da polícia federal, foi adquirida com dinheiro dos fiéis.

⁷⁷ HILLMAN, op. Cit.p.114

⁷⁸ Adolescente detida e morta pelo ex-namorado dentro do próprio apartamento em 13 de Outubro de 2008.

A cada escândalo envolvendo Igrejas ou programas evangélicos, novas indagações surgem e fazem repercutir sobre um controle maior por parte da Anatel⁷⁹ em relação à renovação e liberação de concessão de canais às entidades religiosas. Já tramita pelo congresso o projeto nº6.398/05 o qual Regulamenta a profissão de Jornalista e contém artigos que estabelecem que só poderá fazer programas de rádio e televisão, pessoas com formação em JORNALISMO. Significa que pastores sem a formação em jornalismo, não poderão fazer programas nos meios de comunicação.

Segundo a Versus - revista de ciências sociais aplicadas⁸⁰, em Países da América Latina, como é o caso da Argentina, já há um controle maior sobre os meios de comunicação, em especial à liberação de concessão a entidades religiosas ou a empresas que possuem, entre seus sócios, algum partidário ou líder religioso. No Brasil, país com a maior Receita Publicitária da América Latina, segundo a Amarc⁸¹, a investigação das disputas em torno da concessão pública de emissoras de rádio e televisão, se tornou ainda mais central quando se passou a observar o enorme crescimento de inscrições de instituições religiosas, com destaque para os pentecostais, em primeiro lugar, e para os Carismáticos Católicos, em segundo lugar.

A Revista Versus de Novembro de 2009, edição nº3, é direta em colocar sobre o descontrole no que cerne ao modelo de legislação onde os meios de comunicação favorecem à apenas os grandes empresário e não aos que necessita de boa mensagem. Na tiragem do mês de novembro a revista tratou do assunto na matéria principal com o tema: “Governos progressistas e a batalha pela democratização da comunicação na América Latina”, e no sub temas “Políticas publicas para a diversidade”, Denis de Moraes⁸² escreve:

“Em frente a esta moldura de concentração monopólica e transnacionalização da mídia, tornam-se essenciais intervenções do poder público para alterar marcos regulatórios da radiodifusão, estimular a produção cultural não mercantilizada e ampliar os mecanismos democráticos de controle social sobre os meios de comunicação, em especial os concessionários de licenças de radio e televisão”.⁸³

Além da discussão no campo científico, que envolve os métodos e modelos de programações, há entre os evangélicos um impasse das próprias entidades religiosas e seus representantes. O Pastor Silas Malafaia, também apresentador de programas evangélicos em várias emissoras (nenhuma de sua propriedade), em um dos programas apresentados por ele,

⁷⁹ Agência Nacional de Telecomunicações

⁸⁰ VERSUS: Revista de ciências sociais aplicadas, Nov/2009, nº3, p.40

⁸¹ Amarc é a Associação Mundial de Radiodifusão Comunitária

⁸² Denis de Moraes é um escritor Argentino que entre suas obras escreveu: “Cultura midiática e poder mundial”

⁸³ VERSUS, op. Cit. p.39

direcionou vários minutos para falar sobre o comportamento e a direção que o Bispo Edir Macedo estava tomando com a Rede Record, assim como a estratégia voltada ao lucro pela Igreja Universal. Não por acaso, a IURD é a igreja que mais recolhe doações, acima de 10% do dízimo convencional.

Não podemos ser injustos ao atacar a Igreja Universal, a TV Record e o Bispo Edir Macedo com relação ao veiculado em suas telas, sem pelo menos questionar o direcionamento proposto por eles para seus veículos de comunicação. A TV Record, por exemplo, não tem registrado nos atos do pedido de concessão, algum parágrafo que a faz ser intitulada de emissora evangélica ou não. É bem verdade, que cabe aos seus proprietários, sejam eles quem for, a decisão de escolher o melhor para seus cofres, para seus públicos e para suas consciências. Contudo que seja observado e separado o que pertence aos campos proposto para os proprietários e aos seus veículos de comunicação.

4.3.4 Programa Vitória em Cristo

Como exposto na tabela de programas evangélicos pioneiros, o pastor Silas Malafaia foi um dos primeiros a também ingressar nos meios de comunicação com o propósito de falar de Jesus. O pastor ainda não é proprietário de nenhum dos canais onde ele realiza seus programas e usa do argumento do alto valor pago a esses horários na televisão para pedir doações, sempre depositados em nome da Associação Vitória em Cristo.

Para somar às doações pedidas nos diversos programas apresentados em emissoras, como a Rede TV, Rede Boas Novas, Bandeirantes e outras, o pastor Silas Malafaia também possui um variado estoque de produtos evangélicos que são oferecidos nesses programas. São Bíblias, revistas, livros, CDs, DVDs e até viagens oferecidas aos telespectadores com facilidades de pagamentos que atraem até mesmo aqueles que ainda não frequentam alguma Igreja. Todos esses produtos são oferecidos em um espaço reservado no fechamento do programa, em um momento que o Pastor tem um tipo de conversa, olho no olho, com os telespectadores.

Nas exibições do “Vitória em Cristo”, nome do programa do Pr. Malafaia, é possível ver a preocupação com a mensagem bíblica. Em todos os horários destinados a este programa nas diversas emissoras, é reservado cerca de 80% para a ministração da palavra de Deus com mensagens de conteúdo direcionadas a Salvação e o bem estar social dos telespectadores e dos participantes das cruzadas evangelísticas onde são gravadas as pregações e louvores.

As cruzadas evangelísticas são organizadas e realizadas em diferentes cidades durante todo o ano com a finalidade de comunicar o evangelho a milhares de pessoas que comparecem ao evento apresentado em uma estrutura técnica de alto nível composta do melhor em iluminação, palco, som e uma extraordinária equipe de mídia. Cabe a esse grupo composto de jornalistas, publicitários, cinegrafistas, produtores e editores, a responsabilidade de filmar e transmitir o culto em telões de última geração espalhados entre a multidão, posteriormente nos canais de TV e nos DVDs vendidos nos programas, internet e livrarias.

4.3.5 Redes do Evangelho

Outras igrejas evangélicas populares possuem rede de televisão, como é o caso da Igreja Internacional da Graça de Deus, comandada por R.R. Soares, com a Rede Internacional de Televisão; a Igreja Renascer em Cristo proprietária da Rede Gospel de televisão, Rede Gospel FM, vários jornais, uma gravadora de música evangélica e patente da palavra gospel no país; e a Igreja Assembléia de Deus que opera a Rede Boas Novas com duas emissoras e dezenas de retransmissoras pelo país.

4.3.5.1 Rede Boas Novas

Entre as Igrejas detentoras de uma concessão de Rádio e TV, a Igreja Assembléia de Deus têm feito um trabalho de comunicação proposto às instituições religiosas com a Rede Boas Novas de comunicação. Na grade de programação da emissora a atenção e espaço são direcionados aos programas de cunho evangélico.

A emissora tem uma programação própria, com programas direcionados a cada idade, dando uma atenção especial ao lado espiritual de todos, independentemente de denominação religiosa. Todo o conteúdo exibido na emissora evidencia fatos contidos no meio evangélico e quando trata de temas seculares, como movimentos da Igreja Assembléia de Deus ou fatos relevantes ao interesse do público nacional ou internacional, tentam relacionar o acontecimento com os contextos bíblicos, possibilitando resposta a possíveis questionamentos de tal tragédia.

Como em outras emissoras, a TV Boas Novas também tem o seu lado financeiro e busca em patrocinadores, ofertas e vendas de materiais o custeio para as despesas. Além de

sua própria programação, a TV favorece a outras denominações e a pessoas físicas, a oportunidade de adquirir um horário para a veiculação de programas de cunho evangélico.

Na grade de programação semanal das emissoras abertas e de sintonização irrestrita, é possível perceber o número significativamente maior de programas de igrejas evangélicas em relação às demais expressões religiosas existentes no Brasil. A média de programas evangélicos das mais variadas denominações no Rio de Janeiro, por exemplo, é de 28 por dia. Os números são expressivos da importância atribuída, principalmente, à mídia eletrônica pelos evangélicos pentecostais e neo-pentecostais na disputa e consolidação da sua presença num universo religioso plural, e que dialoga, intensivamente, com o curso da globalização.

As emissoras de rádio são as mais populares entre o público evangélico. Em todo o país, elas somam trezentas, com diversos perfis. Neles são veiculados: campanhas da igreja, programas de aconselhamento, testemunhos, programas de debates com personalidades do mundo evangélico e, finalmente, programas destinados à venda de produtos com a “marca” evangélica como CD’s, DVD’s, roupas, livros e revistas. Cantores da música gospel têm vendido milhões de CDs e DVDs por intermédio dessas mídias.

Um veículo comunicacional que se preze deve possuir um projeto extraordinário de arrecadação, pois tudo dentro desse meio é caro e envolve um número elevadíssimo de equipamentos e profissionais, os quais oferecem uma soma com vários dígitos na folha de pagamento do mês.

4.3.6 Novas mídias, novos caminhos a percorrer

Para se falar de novas mídias, é necessário ser atual e estar atendo aos últimos lançamentos do mercado tecnológico. E como estamos tratando do envolvimento dos meios de comunicação com o campo evangélico, nada melhor do que ver esse recorte publicado por Mauricio Sawczuk sobre um aplicativo para iPhone⁸⁴ que permite confissões virtuais:

“As novas tecnologias estão, cada vez mais, substituindo os afazeres do ser humano. Com isso, foi lançado um aplicativo para iPhone que permite ao usuário realizar confissões para um padre virtual. O aplicativo, batizado de Confession: A Roman Catholic, foi desenvolvido e aprovado com gerenciamento da Igreja Católica, que

⁸⁴ O iPhone é um smartphone desenvolvido com funções de iPod, câmera digital, internet, mensagens de texto (SMS), visual voicemail, conexão wi-fi local e, atualmente, suporte a videochamadas (FaceTime). A interação com o usuário é feita através de uma tela sensível ao toque.

geralmente é contra esse tipo de tecnologia. Os desenvolvedores do aplicativo explicam que ele não quer substituir uma confissão com um padre na igreja, mas vai servir de incentivo para os católicos, ao facilitar o processo de admitir os pecados, por meio do iPhone. Recentemente, o Papa Bento XVI enfatizou a importância de utilizar as redes sociais para promover a comunicação entre as pessoas”.

Com as inovações surgindo a cada momento no mundo tecnológico, os membros das Igrejas agora tomam iniciativa própria e têm invadido o mundo cibernético. Isso tem acontecido em uma velocidade assustadora, já que nesse universo das comunicações não é necessário o aval de lideranças e nem de um investimento impossível a um jovem estudante que nas horas vagas está na frente de seu computador a navegar.

São Emails, msns, torpedos e todo o tipo de mensagem, circulando e noticiando algo sobre Jesus. Mas como já visto em todos os outros meios de comunicação, nesse não seria diferente, quando se refere a utilização para outros fins. Durante as eleições de 2010 para a presidência da república brasileira, os cristãos do ciberespaço⁸⁵ bombardearam a então candidata Dilma Rousseff, com mensagens disseminadas na rede sobre a posição da candidata do PT em relação ao aborto, sexo, etc.

O envolvimento do povo de Deus no campo político é patriótico, mas não se pode usar dessa posição para, sem qualquer base, fazer ataques em nome de Deus. No caso das eleições que elegeram a primeira mulher presidente do Brasil em 2010, não se pode culpar a maioria dos líderes evangélicos, como o ocorrido com os católicos, por duas razões: Muitos deles ainda não estão aptos a se interagirem por intermédio de computadores, seja devido a falta de acessos a eles ou por fazerem parte do grupo de excluídos digitais⁸⁶; em segundo é que a maioria das lideranças ainda tem uma aversão a política.

O grande triunfo da internet pode ser o grande problema a ser enfrentado pelas Igrejas nesse contado com os novos sistemas de comunicação. A internet é algo que é mundial e proporciona uma comunicação de massa, ao mesmo tempo em que tem um sistema simplificado que permite a um único ser alcançar o mundo com uma mensagem. Para a Igreja que possui um sistema, construído e mantido por séculos, de autoridade e controle, isso é um problemão, haja vista, não ser possível saber o que está sempre sendo lançado àqueles que usam essas redes. Será necessária uma adaptação e uma renovação no sistema de tratamento

⁸⁵ Ciberespaço é um espaço de comunicação em que não é necessária a presença física do homem para constituir a comunicação como fonte de relacionamento.

⁸⁶ É um conceito dos campos teóricos da comunicação, sociologia, tecnologia da informação, História e outras humanidades, que diz respeito às extensas camadas das sociedades que ficaram à margem do fenômeno da sociedade da informação e da expansão das redes digitais.

entre líder e liderado, sem ter que deixar os princípios e sem ter que excluir do rol de membros, uma “carrada” de fiéis.

Outra questão se refere a fronteira entre o bem e o mal. Por ser simples o acesso a esse “maravilhoso espaço cibernético”, todos tendem a usá-los como uma “coisa” qualquer. No caso da utilização pessoal e relacional entre amigos, os problemas são mínimos e fáceis de resolver, agora, quando se entra para o contexto de comunicação de massa, é preciso entender que essa ferramenta é poderosa e, às vezes, sem controle. Não se trata apenas de um computador, em mãos, o teclado e o mouse abrem uma vitrine e pode nos colocar em um campo onde podemos olhar e ser olhado.

O ciberespaço já é utilizado como meio de evangelização, aconselhamento, veículo de divulgação de informações do universo evangélico e do “mundo secular”. Este campo já serve como meio para a divulgação da agenda das igrejas, para incrementar a venda de produtos e para promover a formação de pastores. Atualmente existem sete vezes mais pastores evangélicos (muitos deles formados por “cursos à distância”) que padres católicos.

O crescimento do envolvimento de evangélicos em todo o mundo que faz uso da internet e suas ferramentas será assustador. Isso é um ótimo processo que se utilizado da maneira correta será uma arma poderosa capaz de evangelizar o mundo em pouco tempo.

Não existe fronteira capaz de limitar essa tecnologia. Em pouco tempo, como aconteceu com o muro de Berlim, as barreiras que impedem a entrada do evangelho em certos países, caíram por terra. Está em nossos joelhos e mãos a marreta para derrubar esse muro de impedimentos e expansão ao evangelho de salvação e redenção. É só clicar.

Nesse mundo de avanços tecnológicos “a jato”, a preocupação é com pais e pastores que tiveram suas infâncias na época da máquina datilográfica e agora devem buscar uma preparação e adaptação ao mundo dos filhos nascidos com um DNA cibernético.

Não somente aos pais e pastores, mas a todos nós, é dada a responsabilidade de estar, se não a frente, pelo menos, junto com o desenvolvimento e atualizados em relação a aplicação do contexto bíblico às inovações desse mundo capitalista e necessitado do aplicativo obtido a mais de 2010 anos atrás, em um espaço cheio de “vírus” poderosos, mas incapazes de parar o avanço ao sacrifício do nosso Senhor e Salvador Jesus Cristo.

CONCLUSÃO

A igreja hoje desfruta, de certa maneira, de vantagens de paz e unidade política, cultura comercial e linguística em quase todas as partes do mundo. Como nos dias de Jesus, vivemos numa época de transformação política social e religiosa, o que favorece a pregação, tornando as pessoas mais receptivas ao evangelho de Nosso Senhor Jesus Cristo. Hoje, graças a uma economia mundial vibrante, às telecomunicações globais e ao aumento do fluxo de viagens internacionais nos centros urbanos do mundo desenvolvido, sinais de uma nova cultura internacional estão quase por toda parte. Estamos intercambiando hábitos alimentares, música e moda com tanto entusiasmo que um novo estilo de vida, internacional e universal, reina. O mundo está se tornando cada vez mais unificado e estamos todos nos influenciando uns aos outros.

A igreja deve aproveitar esse interesse despertado nas pessoas pelo avanço tecnológico para usar, de forma correta, todos os meios de comunicação possíveis a uma evangelização em massa. Esta é a nossa missão.

Deus dotou os homens de capacidade inventiva, a fim de que seja efetuada a Sua grande obra em nosso mundo. As invenções da mente humana parecem proceder da humanidade, mas Deus está por trás de tudo isso. Ele fez com que fossem inventados rápidos meios de comunicação para o grande dia da Sua preparação.

É preciso um despertar de todos para a transformação em que o mundo está passando. Não podemos, como no surgimento do rádio e da televisão, ficar de braços cruzados para ver o que vai acontecer, principalmente, com as novas formas de se comunicar que surge a cada nascer do sol.

Às vezes, agimos como se não acreditássemos que Deus os suscitou para serem veículos da mensagem de salvação. No entanto, os meios de comunicação de massa são os mais eficientes e atuais para a propagação do evangelho à todo mundo, mas eles dependem do homem, criado por Deus, para funcionarem e cumprir o papel designado a eles, o de comunicar.

Hoje, o rádio, tanto quanto outros veículos de comunicação, segmenta os públicos que coincidem em características, e tem necessidades semelhantes, para dirigir-lhes a mensagem de uma forma mais adequada e direta.

A imprensa, principalmente com o rádio, a televisão e a internet, são hoje os mais poderosos instrumentos da sociedade. Quando aprendermos a utilizar esses meios em toda sua potencialidade, alcançaremos com a benção do Senhor "cada nação, e tribo, e língua, e povo"

(Ap.14: 6), visto que o seu poder de penetração e influência, é incontestável. Graças a Deus, pelos modernos e eficientes meios de comunicação colocados à nossa disposição para a pregação de evangelho eterno.

Jesus nunca se limitou a um único método de ensino. Ele empregou vários métodos, é claro que considerava a todos como legítimos e proveitosos, e achava que o melhor método era aquele que desse melhor resultado em certas circunstâncias. Por isso, Cristo foi o comunicador por excelência. Ele não seguiu apenas um método, mas de várias maneiras procurou atrair a atenção das multidões.

Durante muito tempo fomos parte de um observatório, não opinávamos e não tínhamos voz, devido a falta de cultura e conhecimento em relação aos meios comunicacionais. Agora que já se pode ver o ingresso a esses meios, não podemos aceitar tudo e ver o nome de Deus ser usado como forma de coagir as outras instituições por intermédio de uma concessão de radiodifusão arrolada a uma “autoridade divina”. Não se pode deixar o povo ser manipulado como aconteceu em séculos atrás.

O surgimento de estudos e discussões a respeito desse novo momento em que o campo religioso volta ao campo comunicacional, de onde nunca deveria ter saído, deve ser considerado, respeitado, mas acima de tudo, levado a sério.

Essas novas mídias estão a favor das mensagens, sejam elas redentoras ou não. Cabe a cada um de nós usá-las como Paulo, Mateus e muitos outros, que usaram-nas em benefício à pregação e divulgação de que só Jesus Salva e tem a vida eterna.

BIBLIOGRAFIA

- BELTRÃO, Luiz e QUIRINO, Newton de Oliveira. Subsídios para uma teoria da comunicação de massa. São Paulo: Summus, 1986.
- BÍBLIA DE ESTUDO GENEBRA. São Paulo e Barueri: Cultura Cristã e Sociedade Bíblica do Brasil, 1999. 1710p.
- BORDENAVE, Juan Díaz. O que é comunicação. (27a. Ed). São Paulo: Brasiliense, 2002
- CASHORE, Ellis. ... e a televisão se fez. São Paulo: Summus, 1998
- CHAUÍ, Marilena. Simulacro e poder. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.
- COSTELLA, Antonio F., Comunicação do Grito ao satélite: (historia dos meios de comunicação), São Paulo: Mantiqueira, 2001.
- DELLA. Ralph Cava. E o verbo se fez imagem: Igreja católica e os meios de comunicação no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1991
- DURKHEIM, É., As regras do método sociológico, São Paulo, Martins Fontes, 1995.
- FONSECA, Alexandre Brasil. Evangélicos e mídia no Brasil. Bragança Paulista: Universitária São Francisco, 2003
- GIOVANNINI, Giovani. Evolução na comunicação. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- GOMES. Pedro Gilberto. A comunicação cristã em tempo de repressão: A historia da UCBC de 1970 a 1983, São Leopoldo: Unisinos, 1995
- HILLMAN, James. Tipos de Poder: um guia para o uso inteligente do poder nos negócios – São Paulo: Cultura Editores Associados: Axis Mundi, 2001.
- HOHLFELDT, Antônio. Teorias da comunicação – conceitos, escolas e tendências .2008 - Edição 8.
- MARTINO, Luís Sá. Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003.
- McLUHAN, Marshal. Visão, som e fúria. In: Lima, L. Costa (org). Teorias da comunicação de massa. Tradução de César Bloom. 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- SCHULEER, Maria. Comunicação estratégica. São Paulo: Atlas, 2004
- SEITEL. Fraser, A pratica de Relações Publicas”, São Paulo: Pioneira, 1997

SEYMOUR, Papert. A família em rede: Ultrapassando a barreira digital entre gerações. São Paulo. 2001

VERSUS: Revista de ciências sociais aplicadas, Nov/2009, nº3

BARBOSA, Gilson. A importância da Sinagoga na cultura Judaica. ICP, Publicado em 2010. Disponível em www.icp.com.br/83contexto.asp. acesso em 21/11/2010

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Comunicação>

Acessos: 08/08/2010, 15/08/2010, 27/08/2010, 20/09/2010,10/10/2010 e 05/11/2010

<http://www.catequisar.com.br/texto/catequese/crisma/apostila/01/imaculada/verdades/04.htm>
Acesso em 13/12/2010

LI, Charlente. Jesus: O maior comunicador de todos os tempos. Redes sociais, publicada em 30/03/2010. Disponível em: <http://solpoliticos.wordpress.com/2010/03/30/jesus-o-maior-comunicador-de-todos-os-tempos/>. Acesso em 13 de Dezembro de 2010

<http://www.scribd.com/doc/14595272/O-IMPACTO-DA-COMUNICACAO-NO-MINISTERIO-DE-JESUS-iasd-jovem>

Acesso em 13/12/10

SILVA, Marcelo P. A espetacularização da fé. Evangelização na TV, publicado em 17 de Ago. 2010. Disponível em:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=603FDS014>

Acesso em 22 de Setembro de 2010