

Marcelo da Silva Figueiredo

A relação entre discurso religioso / político e linha editorial no Jornal da Record

CELACC / ECA - USP

2012

Marcelo da Silva Figueiredo

A Relação Entre Discurso Religioso / Político e Linha Editorial no Jornal da Record

Trabalho de conclusão do curso de pós-graduação em Mídia, Informação e Cultura produzido sob a orientação do Prof. Dr. Dennis de Oliveira.

CELACC / ECA - USP

2012

Dedicatória

A Deus e aos meus pais.

Agradecimentos

A todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão deste trabalho, em especial a Deus, meus pais e meu orientador, Prof. Dr. Dennis de Oliveira.

Epígrafe

Portanto, quer comais, quer bebais ou façais outra coisa qualquer, fazei tudo para a glória de Deus.

Paulo de Tarso.

A relação entre discurso religioso / político e linha editorial no Jornal da Record

Marcelo da Silva Figueiredo¹

Orientador: Prof. Dr. Dennis de Oliveira

Resumo

O artigo a seguir visa investigar a relação entre o discurso religioso e político pregados pela Igreja Universal do Reino de Deus, uma das maiores instituições protestantes do país, e a linha editorial adotada pelo Jornal da Record, da Rede Record de Televisão, de propriedade do empresário e Bispo Edir Macedo Bezerra.

Palavras Chave: comunicação, jornalismo, religião, igreja, pentecostalismo.

Abstract

The following article is trying to expose the relation between the religious and political speech preached by the Igreja Universal do Reino de Deus, one of the biggest protestant institutions all around the country, and the line followed for Jornal da Record, from Rede Record Television, which is owned by the businessman and bishop Edir Macedo Bezerra.

Key Words: communication, journalism, religion, church, pentecostalism.

Resumén

El siguiente artículo procura investigar la relación entre el discurso religioso y el discurso político predicado por la Iglesia Universal del Reino de Dios, una de las más grandes instituciones protestantes del país, y la línea editorial adoptada por el Jornal da Record, de la red Record de Televisión, de la cual es propietario el Obispo Edir Macedo Bezerra.

Palabras Claves: comunicación, periodismo, religión, iglesia, pentecostalismo.

¹ Redator Publicitário e Radialista - Setor Locução, Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda - Universidade Metodista de São Paulo, Cursando Especialização em Mídia, Informação e Cultura - Universidade de São Paulo, e Bacharelando em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo - Universidade Anhembi Morumbi.

Sumário

1 - Introdução.....	07
2.1 - Metodologia.....	08
2.2 - Procedimentos Metodológicos.....	09
3.1 - Religião, Mídia e Poder Simbólico.....	10
3.2 - Igreja Eletrônica X Igreja Midiática.....	11
3.3 - Linha Editorial e Filtros.....	12
4.1 - O Discurso Religioso / Político da Igreja Universal do Reino de Deus.....	13
4.2 - A Linha Editorial do Jornal da Record.....	15
4.3 - A Relação Entre Discurso Religioso / Político e a Rede Record de Televisão.....	16
5 - A Análise.....	17
6 - Transcrição das Matérias.....	20
7 - Considerações finais.....	27
Bibliografia.....	28

1 - Introdução

A utilização pela religião de instrumentos de comunicação antecede a reforma protestante do século XVI e sempre esteve ligada a produção de bens simbólicos na busca por uma posição de destaque dentro do campo religioso, a fim de garantir influência sobre todos os campos da sociedade, contribuindo para um desenvolvimento social, cultural e científico direcionado.

A reforma protestante do século XVI, iniciada pelo Monte Agostiniano Doutor Martinho Lutero, em Wittenberg, na Alemanha, foi o movimento responsável por uma das maiores e mais influentes revoluções religiosas de todos os tempos, sendo fundamental para o desenvolvimento social, cultural e principalmente econômico no ocidente. Esse cenário foi potencializado pelas revoluções tecnológicas e o surgimento do pentecostalismo, relação que viria transformar as formas de produção e distribuição de bens simbólicos, bem como as relações dentro do campo religioso.

A relação entre o pentecostalismo e os meios de comunicação superou as barreiras do campo religioso e trouxe consequências consideráveis em todos os setores da sociedade moderna. Posições teológicas e políticas foram levadas dos púlpitos e palanques das igrejas e comunidades para os jornais, emissoras de rádio e televisão e portais de conteúdo, visando influenciar comportamentos e costumes das pessoas, bem como garantir interesses frente ao mercado e aos poderes do estado.

A análise minuciosa da relação entre o discurso religioso e político e os meios de comunicação revelará que nenhuma produção midiática, por mais que se esforce, está livre da influência de sua posição enquanto realizada por um pequeno, médio ou grande veículo de comunicação, de posse de um agente ou grupo empresarial, que tem uma orientação única e exclusivamente voltada para a obtenção de lucro e riqueza por meio da utilização das mídias de massa.

Desta forma, espera-se identificar as principais técnicas utilizadas pelos veículos de comunicação na construção da mensagem midiática para transmitir valores ideológicos e principalmente posições políticas bem definidas, visando causar no público uma determinada reação frente ao que se é veiculado, refletida em forma de ação, de acordo com os interesses de quem financia a produção.

2.1 - Metodologia

Diante do cenário avaliado por este artigo, a metodologia escolhida para o trabalho de campo segue os princípios da dialética, método amplamente utilizado e difundido pelo filósofo alemão Karl Marx, principalmente por levar em consideração as múltiplas determinações na construção do concreto, bem como as consequências para o pensamento científico (FERREIRA, 2006, p. 114).

Desta forma, o objeto de pesquisa, ou seja, a relação entre o discurso religioso e político da Igreja Universal do Reino de Deus e a linha editorial adotada pelo Jornal da Record, é consequência de múltiplas determinações ocorridas dentro de cada um dos componentes desta conjectura, ao longo da história de ambos, e a sua investigação trará novas considerações sobre o relacionamento entre religião e mídia.

2.2 - Procedimentos Metodológicos

Diante da grande produção de matérias do Jornal da Record, optou-se por escolher para fins de análise as veiculadas nas edições do mês de outubro de 2010, período no qual Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), que viria ser eleita a primeira presidente mulher do Brasil, e José Serra, do Partido Social Democrata Brasileiro (PSDB), se enfrentaram no segundo turno das eleições presidenciais. Para isso, foi selecionada aquelas matérias que trataram da polêmica sobre a posição de ambos candidatos sobre a descriminalização da prática do aborto e do reconhecimento a união estável entre homossexuais.

A escolha do Jornal da Record se deu pelo fato deste ser o principal veículo jornalístico da rede paulista liderada pelo Bispo Edir Macedo Bezerra, sendo alvo de grande parte dos valores injetados pela Igreja Universal do Reino de Deus anualmente na emissora, investidos principalmente na contratação de jornalistas, alguns entre os mais renomados e bem pagos do país, além de equipamentos de última geração.

A análise se deu por meio da interpretação das matérias veiculadas nas edições selecionadas do Jornal da Record, tendo como base os temas e as fontes, sempre seguindo o conceito de porte, propriedade e orientação para os lucros da mídia de massa e suas relações com os discursos religioso e político da Igreja Universal do Reino de Deus, para então, traçar uma relação entre religião e mídia, bem como seus desdobramentos para a sociedade.

3.1 - Religião, Mídia e Poder Simbólico

Quando o Monge Agostiniano Martinho Lutero afixou na porta da Abadia de Wittenberg as suas famosas 95 teses contra as práticas da Igreja Católica Apostólica Romana no dia 31 de Outubro de 1517, deu início ao movimento responsável por uma das maiores revoluções religiosas da história da humanidade e que traria consequências determinantes no desenvolvimento social, cultural e principalmente econômico no ocidente.

A influência sobre as relações trabalhistas nos países europeus que adotaram o protestantismo, principalmente o calvinismo, como alternativa a soberania religiosa (e tentativa de soberania estatal) da Igreja Católica Apostólica Romana, moldou o que viria a ser o capitalismo moderno praticado em todo o continente e posteriormente nas colônias, inclusive nos Estados Unidos da América, que se tornaria o seu principal representante, fazendo deste muito mais do que um simples sistema econômico, mas uma busca desenfreada de seus agentes pela riqueza e lucro (WEBER, 2003, p. 19).

A primeira grande revolução da tecnologia, ocorrida em meados do século XIX, possibilitou a distribuição e a difusão de informação em massa. Já a segunda, na primeira metade do século XX, teve maior poder de influência com o rádio e a televisão. Mas nada pode ser comparado a terceira grande revolução tecnológica, ocorrida no início do século XXI. Ela trouxe consigo a capacidade de produção, armazenagem e distribuição por meio de computadores que, aliada ao surgimento da internet, atingiu uma nova dimensão ao aliar os principais meios de produção de informação, o som, a imagem e os impressos (DIZARD, 2000, p. 63).

Língua, artes, ciência e mito, incluindo os religiosos, são importantes instrumentos de conhecimento, e conseqüentemente de construção de mundo, que, dentro de um contexto social histórico, contribui para o desenvolvimento de um universo simbólico particular, constituído de formas simbólicas de um grupo específico e socialmente determinado (BOURDIEU, 2002, p. 8). Esse cenário trouxe a necessidade de adaptação do discurso religioso a cada nova revolução.

É inegável o alcance que o protestantismo histórico exerceu no ocidente desde o século XVI, se utilizando inclusive de instrumentos de comunicação disponíveis em cada fase da história da humanidade para disseminar formas simbólicas, a fim de moldar caráter, valores e costumes da sociedade, garantindo assim, posição de destaque no campo religioso, fator que seria potencializado com o surgimento do pentecostalismo, no início do século XX.

3.2 - Igreja Eletrônica X Igreja Midiática

O pentecostalismo surgiu na Rua Azuza, Los Angeles, Califórnia, Estados Unidos da América, no ano de 1906 e rapidamente se espalhou por toda a América e mundo. Tem como principais características, que o diferenciam do protestantismo histórico, reuniões recheadas de manifestações sobrenaturais e a utilização em peso dos meios de comunicação para a evangelização em massa, fenômeno que se convencionou chamar de igreja eletrônica².

O Concílio Vaticano II, realizado na cidade de Roma, Itália, entre 1962 e 1965, é tido como o ponto de partida para o ingresso do cristianismo na era da informação. Nele foi amplamente discutida a real missão da religião cristã no mundo e as ferramentas que possibilitariam um maior poder de transmissão do evangelho, entre elas, os meios de comunicação em massa (PUNTEL, 1994, p. 44).

Já a igreja eletrônica teve sua origem nos Estados Unidos da América, nos anos 1970 do século XX, quando grandes evangelistas, entre eles Billy Graham, Oral Roberts e Jerry Falwell, migraram para os meios de comunicação eletrônicos. Essa iniciativa trouxe um grande crescimento numérico, e conseqüentemente de arrecadação para as suas denominações, influenciando diretamente o surgimento da mesma prática na América Latina (ASMANN, 1986, p. 18).

As igrejas neopentecostais, ao contrário das protestantes históricas e pentecostais, não precisaram adaptar seus discursos para acompanhar o fenômeno da igreja eletrônica, já que surgiram paralelamente a este, sendo comum para elas a utilização dos meios de comunicação eletrônicos para a sua consolidação no campo religioso frente às denominações mais tradicionais, visando o aumento de sua participação no mercado de bens simbólicos, e conseqüentemente, o número de fiéis (GOMES, 2010, p. 26).

Esses dois fenômenos mudariam para sempre a forma de criação e distribuição de bens simbólicos, bem como a relação entre as religiões no campo religioso, trazendo toda a lógica de mercado típica do capitalismo para os púlpitos e palanques com discursos repletos de elementos mercadológicos, em uma verdadeira estratégia de guerrilha em busca da liderança no mercado espiritual, o que afetaria todos os campos da sociedade, inclusive, o jornalismo.

² Termo criado nos Estados Unidos da América para conceituar a relação entre igreja e meios de comunicação eletrônicos, em detrimento a “religião comercial”, “marketing da fé” e “assembleia eletrônica”, apesar de aparentemente limitar este fenômeno ao rádio e a televisão (ASMANN, 1986, p.18).

3.3 - Linha Editorial e Filtros

O jornalismo moderno, oferecido por grandes jornais, editoras, emissoras de rádio e televisão, portais de conteúdo, entre outros meios de comunicação, é uma ferramenta da sociedade civil para fiscalizar os poderes executivo, legislativo e judiciário do estado e garantir a participação ativa do povo na decisão de questões de interesse público por meio do livre acesso à informação.

Mas no jornalismo laico, a linha editorial sempre atende os interesses da empresa que o financia, reproduzindo sua posição com relação à concorrência, bem como sua visão sobre questões sociais. Essa relação sofre mudança apenas quando a produção de conteúdo está subordinada ao alinhamento com uma instituição social com objetivos, posses e procedimentos alheios ao veículo (MARCONDES FILHO, 1992, p.64).

Geralmente as empresas de mídia são parte de um mix de negócios muito grande, controlado por pessoas ricas ou por administradores subordinados, que atuam sob fortes restrições impostas pelos proprietários com objetivo único e exclusivo de obter lucro e liderança no mercado. Essa limitação impõe um alcance restrito ao veículo, já que toda ação deste terá caráter mercadológico (CHOMSKY, 2003, p.72).

O tamanho da empresa ou instituição proprietária; o número de agentes detentores do controle acionário e seu alinhamento com o mercado; a submissão à propaganda como única e exclusiva fonte de recursos financeiros; a dependência a informações oficiais e do mercado fornecidas por especialistas financiados e aprovados por essas fontes; a capacidade diante de reações negativas; e o posicionamento com relação a conflitos são os filtros que irão determinar o posicionamento ideológico da linha editorial de um veículo de comunicação (CHOMSKY, 2003, p.62).

Sendo assim, o discurso jornalístico assume, portanto, a forma de um mero produto editorial, que visa apenas manter e aumentar a audiência do público, seja qual for o meio de comunicação ou plataforma em que é oferecido, e conseqüentemente, o faturamento com anúncios publicitários e / ou, quando muito, propagar e reforçar o discurso ideológico e / ou a posição política de uma instituição particular, com interesses específicos bem definidos e alheios as questões sociais.

4.1 - O Discurso Religioso / Político da Igreja Universal do Reino de Deus

Ao contrário das igrejas históricas (Luterana, Anglicana Episcopal, Reformada, Presbiteriana e Batista), que surgiram com sólida base teológica no século XVI, e das pentecostais clássicas (Assembleia de Deus e Congregação Cristã), que introduziram as manifestações e os dons espirituais as suas reuniões, mas sem abrir mão do estudo das escrituras, no início do século XX, a Igreja Universal do Reino de Deus possui uma teologia de orientação neopentecostal. Esse movimento doutrinário teve sua origem em meados do século passado, e tem como alicerce principal a experiência religiosa, como as doutrinas da cura, do exorcismo e da prosperidade.

A atuação de seu fundador e líder, o Bispo Edir Macedo Bezerra, como bem sucedido empresário na área de comunicação, aliada a sua influência na sociedade brasileira, refletida em uma membresia estimada em mais de 2 milhões de fiéis, apenas no Brasil (SOBE... 2009), conferiu a Igreja Universal do Reino de Deus um discurso político bem definido, visando aumentar o seu alcance além do campo religioso, garantindo a defesa de interesses mercadológicos e frente aos poderes do estado.

Embora pertença a um grupo de denominações que tem na experiência religiosa o seu principal fundamento, o discurso doutrinário da Igreja Universal do Reino de Deus revela uma teologia bem definida, centrada nas questões do corpo, em detrimento as da alma, revelando ser aquele o real campo de batalha física e espiritual do fiel, daí a exacerbação das doutrinas da cura, do exorcismo e principalmente da prosperidade (CAMPOS, 1997, p. 331).

Além das questões de interesse e eliminação da concorrência, presentes em qualquer cenário mercadológico, o discurso apresentado por uma religião midiática atrelada a um universo político específico, revelará a ruptura com o objetivo puramente religioso. Dessa forma, ultrapassará as barreiras deste campo e tentará por meio de seus dogmas unir suas visões espirituais e sociais para interferir em questões exclusivamente seculares e reforçar a posição de determinados agentes políticos (MARTINO, 2003, p. 149).

Sendo assim, a influência do discurso religioso da Igreja Universal do Reino de Deus, por meio dos meios e veículos de comunicação diretamente atrelados a ela, entre eles a Rede Record de Televisão, ultrapassa as fronteiras do campo religioso e revela uma posição política bem definida, que busca imprimir na sociedade brasileira, e dos países onde está presente, respaldada

nesse caso pela Record Internacional, uma visão de mundo particular utilizando a religião apenas como um instrumento para imprimir opiniões éticas, morais e políticas.

4.2 - A Linha Editorial do Jornal da Record

Apresentado atualmente por Ana Paula Padrão e Celso Freitas, e tendo como Editor Chefe Luís Cosme Pinto, o Jornal da Record é o principal produto jornalístico da Rede Record de Televisão e, a exemplo dos principais do país, funciona como um diário da sociedade brasileira. Apresenta também séries de reportagens especiais sobre os mais variados assuntos tidos como de interesse dos brasileiros que residem no país, e também no exterior, por meio da Record Internacional, presente em mais de 150 países (O PROGRAMA... 2009-2011).

Ana Paula Padrão é comunicóloga formada pela Universidade de Brasília e atua na televisão desde 1987. Foi correspondente internacional de 1997 a 2000, onde testemunhou as guerras do Kosovo e do Afeganistão, a prisão e a queda do ditador Augusto Pinochet e até um desastre nuclear, em Tokaimura, Japão. Chegou a Record em 2009 para apresentar o seu principal jornal com status de possuir o maior salário do jornalismo brasileiro (APRESENTADORES... 2009-2011).

Já Celso Freitas é Jornalista formado pela Faculdade Cásper Líbero de São Paulo e conta com mais de 35 anos de experiência. Iniciou sua longa carreira no rádio e apresentou os principais programas jornalísticos da televisão brasileira. Produziu e dirigiu o primeiro programa de informática da TV brasileira, o HiperMídia, e também Tribos e Trilhas, voltado para o turismo. Na Record desde 2004, além do Jornal da Record, ancorou o Repórter Record, mediou os principais debates eleitorais e apresentou diversos especiais (APRESENTADORES... 2009-2011).

A ampla equipe do jornal é formada por extenso número de repórteres, cinegrafistas, editores e equipe técnica. Possui também correspondentes internacionais em Washington e Nova York (Estados Unidos da América), Londres (Inglaterra), Lisboa (Portugal) e Jerusalém (Israel). Todos esses profissionais estão empenhados em fazer um telejornal que o público possa confiar, sem máscaras e imparcial (O PROGRAMA... 2009-2011).

Dessa maneira, resume sua linha editorial baseada na força e na credibilidade, alicerçadas na “verdade” da emissora, se posicionando próximo ao telespectador de maneira confiável, ágil e moderna, por meio de grandes reportagens e séries especiais produzidas por uma equipe competente, dedicada e afinada, para oferecer o melhor conteúdo jornalístico da televisão brasileira (O PROGRAMA... 2009-2011).

4.3 - A Relação Entre Discurso Religioso / Político e a Rede Record de Televisão

A Rede Record de Televisão foi fundada em 1953, com sua primeira transmissão no dia 27 de Setembro daquele ano. De propriedade da família Machado de Carvalho, tradicional na elite paulistana, nasceu com o que existia de mais moderno em matéria de tecnologia na época. Famosa pelos festivais musicais, programas jornalísticos e transmissões esportivas, a Record se consolidou como uma das maiores redes de televisão do Brasil, até a crise na década de 1980, que culminou na sua venda ao empresário Edir Macedo Bezerra (HISTÓRIA... 2009-2011).

Esse nasceu em 1945 na cidade do Rio de Janeiro, onde desenvolveu sua carreira profissional e religiosa. Depois de mais de 16 anos como funcionário público, servindo na Loterj e no Ibge, Macedo iniciou sua carreira como Pastor Evangélico em 1974, vindo a fundar a Igreja Universal do Reino de Deus em 1977. Paralelamente ao ofício religioso, Edir Macedo desenvolveu uma sólida vida profissional como empresário, tendo como principal feito à aquisição em 1989 da Rede Record de Televisão (BIOGRAFIA... 2011).

Assumindo a Record com apenas três emissoras, Edir Macedo fez da emissora paulista um verdadeiro império da comunicação no Brasil. Na década de 1990 adquiriu os estúdios da Line Records, a Universal Produções, responsável pela impressão da Folha Universal, a Rede Família, a Rede Aleluia e a Rede Mulher, que se tornaria a Record News em 2007. Ainda fundou a Record Internacional e o portal R7 na década de 2000, construindo um dos maiores grupos de comunicação do Brasil (HISTÓRIA... 2009-2011).

Na briga pela liderança de audiência na televisão brasileira, a Rede Record de Televisão transmite uma imagem totalmente desvinculada da Igreja Universal do Reino de Deus, fundada e liderada pelo bispo Edir Macedo Bezerra, empresário e seu proprietário. Essa postura busca legitimar e dar maior credibilidade a suas produções televisivas e principalmente a linha editorial adotada pelo seu telejornalismo.

Dessa maneira, a Record estaria imediatamente limitada por ser de propriedade de um empresário que lidera uma instituição religiosa com posicionamentos éticos, morais, políticos e principalmente mercadológicos voltados para a construção de bens simbólicos na busca pela liderança no campo religioso brasileiro e até mundial, tendo sua linha editorial influenciada pelo conceito de filtro que trata sobre o porte, a propriedade e a orientação para os lucros da mídia de massa.

5 - A Análise

A pesquisa documental revelou que no mês de outubro de 2010, foram veiculadas três matérias contendo os temas pré-selecionados para a análise. A primeira delas foi ao ar no dia 13 de outubro e tratou sobre a agenda dos candidatos. A segunda foi veiculada no dia seguinte e também tratou da agenda dos candidatos, com ênfase em José Serra. Já a última delas foi ao ar no dia 25 de outubro, bem próximo à data das eleições, marcadas para o dia 30, e tratou sobre uma série de reportagens investigativas publicadas pelas Revistas “Veja” e “Isto É”.

A polêmica em torno da posição dos candidatos Dilma Rousseff e José Serra sobre os assuntos popularmente chamados de “questões da família”, em especial sobre a descriminalização da prática do aborto e o reconhecimento à união estável entre homossexuais, foi amplamente abordada pelos principais veículos de comunicação do país, principalmente no segundo turno das eleições, em outubro de 2010. A escassez de matérias sobre o tema no Jornal da Record revela a postura da emissora de apenas abordar temas ligados à religião, quando atrelados aos interesses políticos da mesma.

A primeira das matérias selecionadas veiculada no dia 13 de outubro de 2010, e que trata da agenda dos candidatos no dia, destaca que Dilma Rousseff fora a Brasília participar de um encontro a portas fechadas com líderes evangélicos, onde prometeu formalmente, que não iria apoiar nenhuma mudança na lei do aborto e da união civil entre homossexuais no Congresso. Também que não sancionaria nenhuma mudança nesses temas, mesmo que aprovadas pelos deputados e senadores federais, fato que teria sido chancelado pelo então presidente Luiz Inácio “Lula” da Silva, presente no evento. Além disso, destacou a negociação entre as partes de uma carta compromisso com 13 pontos, garantindo liberdade religiosa, de imprensa e de expressão em um futuro governo.

Chama a atenção que no meio de tantos líderes evangélicos, o escolhido para dar sua opinião sobre o encontro tenha sido exatamente o Bispo Marcelo Crivela, sobrinho de Edir Macedo, pastor licenciado da Igreja Universal do Reino de Deus e Senador eleito duas vezes pelo estado do Rio de Janeiro pelo Partido Republicano Brasileiro (PRB), que nas eleições presidenciais de 2010, fez parte da coligação que apoiou a candidatura de Dilma Rousseff para presidente.

A construção da matéria é realizada para transmitir a ideia que a candidata Dilma Rousseff atendeu as reivindicações da “bancada evangélica” sobre os temas levantados no encontro. Com afirmações como “Dilma Rousseff promete...” e “O presidente Lula compareceu ao encontro para chancelar o acordo...”, se contradiz quando afirma que nenhuma das partes emitiu qualquer manifesto sobre o assunto, ainda mais quando mostra a candidata dizendo que seu grande compromisso é com a não interferência nas questões da religião.

A segunda matéria selecionada foi veiculada no dia 14 de outubro de 2010 e também tratou da agenda dos candidatos no dia, enfatizando que José Serra defendera o casamento entre pessoas do mesmo sexo em entrevista concedida aos jornalistas em uma visita a ONG Aids, na cidade de São Paulo, após assinar um termo de compromisso com a entidade para o combate a doença.

A construção da notícia parece ser um tanto tendenciosa ao afirmar que “José Serra defende o casamento entre pessoas do mesmo sexo” e, após destacar o seu atraso de “quase duas horas” ao encontro na ONG Aids, “O candidato defendeu a união civil de pessoas do mesmo sexo”, quando na verdade, o candidato deixou claro que é a favor da união de direitos civis já existente na prática do judiciário e não ao casamento, que seria uma apenas uma questão ligada as igrejas.

Já a terceira matéria selecionada foi veiculada no dia 25 de outubro de 2010, bem próximo a data das eleições, realizadas no dia 30, e tratou de uma série de reportagens investigativas publicadas pelas Revistas “Veja” e “Isto É” durante as campanhas para as eleições presidenciais de 2010 e a influência sobre o eleitorado. O destaque foi à controvérsia a respeito da posição de Dilma Rousseff sobre a descriminalização do aborto, da ligação de José Serra com setores ultraconservadores da Igreja Católica Apostólica Romana e de sua real posição em relação ao aborto.

Mais uma vez a construção da matéria parece ser tendenciosa ao citar a reportagem da Revista “Veja” sobre a controvérsia a respeito da posição de Dilma Rousseff sobre a descriminalização do aborto, preferindo dar ênfase a uma suposta declaração de Mônica Serra, esposa de José Serra, de que a candidata do PT era a favor de “matar criancinhas”. Faz questão ainda de mostrar que a petista dissera ser contra a prática, mas que mesmo assim, o tema foi amplamente utilizado contra ela durante a campanha.

Ao tratar das reportagens de capas das Revistas “Veja” e “Isto É” da semana que antecederam a edição do Jornal, curiosamente, os editores parecem “esquecer” a capa da primeira, sobre escândalos de corrupção no Partido dos Trabalhadores, alguns inclusive envolvendo o nome de Dilma Rousseff. O destaque fica com a reportagem da segunda revista, que liga José Serra a uma central de boatos e a uma ala conservadora da Igreja Católica Apostólica Romana. A matéria levanta suspeitas sobre sua ligação com o Bispo de Guarulhos Luiz Gonzaga Bergonzini, que teria encomendado 2 milhões de folhetos religiosos onde fazia acusações sobre a posição de Dilma Rousseff sobre questões religiosas.

Ainda sobre a reportagem da Revista “Isto É” da semana que antecederam a edição do jornal, a matéria dá grande destaque sobre a posição de José Serra sobre o aborto, usando o testemunho de ex-alunas de sua esposa, Mônica Serra, de que a mesma teria confessado a elas que fizera um aborto nos tempos de exílio no Chile, por conta da perseguição da ditadura. Mostra inclusive, depoimentos gravados com essas alunas, dando pouca ênfase a nota expedida pela campanha do candidato do Partido Social Democrata Brasileiro (PSDB que tal fato nunca acontecera.

A análise das três matérias revelou que o discurso religioso e político da Igreja Universal do Reino de Deus influencia diretamente a linha editorial do Jornal da Record, deixando claro que assuntos religiosos são tratados apenas quando envolvem um interesse direto para a instituição religiosa, fato que pode ser explicado pela tentativa constante da Rede Record de se apresentar para o grande público como uma emissora não confessional.

Na única vez onde uma fonte é consultada para dar a sua opinião sobre o tema, fica claro a influência do conceito de “propriedade”, na construção do discurso, mostrando não apenas a posição da mesma sobre um assunto, mais implicitamente, e principalmente, a posição da instituição.

A construção das matérias revela que o discurso religioso e político da instituição “dona” da rede interfere diretamente no conteúdo de cada reportagem, deixando clara a posição da mesma no embate eleitoral presidencial do ano em questão, bem como os resultados que se esperava alcançar frente ao grande público mostrando dois candidatos com características e opiniões criadas pelo jornal. Dessa forma, fica evidente que a religião é instrumentalizada na relação entre discurso religioso e político da Igreja Universal de Deus e a linha editorial no Jornal da Record.

6 - Transcrição das Matérias

Matéria 1:

	Afirmação	Contradição
Celso Freitas	Agora, notícias do Brasil. O candidato José Serra foi ao Rio Grande do Sul buscar apoio do PMDB gaúcho.	
Ana Paula Padrão	Em Brasília, Dilma Rousseff promete a líderes evangélicos que não vai apoiar nenhuma mudança na lei do aborto.	
Off	Neste encontro a portas fechadas em Brasília, representantes dos evangélicos cobraram compromisso formal de Dilma, de não enviar ao congresso proposta de mudanças nas leis sobre aborto e sobre a união civil de homossexuais e de não sancionar nenhuma alteração sobre os temas, mesmo que aprovada pelo congresso.	
Marcelo Crivela	A ministra reafirmou posições que ela já tomou desde o início da sua campanha. Isso não são promessas, são posições.	
Christina Lemos	O presidente Lula compareceu ao encontro no horário do almoço para chancelar o acordo...	...mas até o final do dia, nem a campanha petista, nem os evangélicos divulgaram qualquer manifesto sobre o assunto.

	A versão preliminar dos treze compromissos programáticos de Dilma Rousseff a ser divulgada nos próximos dias já traz uma promessa de garantia de liberdade religiosa, de imprensa e de expressão.	
Off	A tarde no Piauí, Dilma Rousseff confirmou que está negociando os termos de uma carta / compromisso com os evangélicos.	
Dilma Rousseff		O grande compromisso que eu assumo, posto que é um estado laico e que não vai interferir nas questões a respeito, principalmente das questões religiosas, não cabe a gente fazer isso, porque o estado não pode ser o estado de uma religião.

Matéria 2:

	Afirmação	Contradição
Ana Paula Padrão	Eleições 2010. José Serra defende o casamento entre pessoas do mesmo sexo, de manhã, em São Paulo, e a tarde, em Belo Horizonte, se reúne com políticos de Minas.	
Off	José Serra chegou com quase duas horas de atraso ao compromisso com a Ong “Aids” de São Paulo. Ele recebeu sugestões para o combate a doença no País e assinou um termo de compromisso com a entidade. Em entrevista, o candidato defendeu a união civil de pessoas do mesmo sexo.	
José Serra		A questão de casamento, propriamente dita, é uma questão que está ligada as igrejas. Agora, a união em torno de direitos civis, ela já existe, inclusive na prática pelo judiciário, eu sou a favor.

Matéria 3:

	Afirmação	Contradição
Marcos Hummel	A disputa entre Dilma Rousseff e José Serra pela presidência da república foi alimentada pelas duas das principais revistas do país.	
Ana Paula Padrão	Veja e Isto É publicaram reportagens investigativas que deram o tom do debate político. O que você vai ver agora é se essa guerra de informações influencia o voto do eleitor.	
Off	Nos comícios, nos debates, nas ruas... na corrida pela presidência, a disputa política é travada também na imprensa, e nessa guerra, as principais batalhas foram comandadas pelas revistas. A Veja deu grande destaque ao escândalo envolvendo Herenice Guerra. A Ministra da Casa Civil perdeu o cargo após denúncias de que um de seus filhos teria recebido dinheiro para facilitar contratos com o governo. Na véspera do primeiro turno, a Veja trouxe várias vezes um polvo a envolver o Palácio do Planalto, uma referência a supostos escândalos, que na visão da revista, seriam causados sempre pelos representantes do governo federal. A revista da Editora Abril também mostrou Dilma com duas caras, referência a	

	<p>polêmica envolvendo o tema do aborto. Mônica, a mulher de Serra, chegou a dizer durante contato com eleitores no Rio, que Dilma era a favor de “matar criancinhas”, foi o que relatou a Agência Estado. Dilma negou que fosse a favor do aborto, mas o tema foi amplamente explorado na campanha. Uma semana depois, foi a vez da Isto É revelar as contradições de Serra: num dia ele disse não conhecer Paulo Preto, no outro, defendeu o ex-diretor da Dersa, empresa que administra obras viárias em São Paulo. Paulo Preto foi acusado pela Isto É de sumir com quatro milhões de reais da campanha de Serra.</p>	
Rodrigo Vianna	<p>Nesse último fim de semana a disputa entre Veja e Isto É prosseguiu: a revista da Editora Abril trouxe “aqui” na capa uma denúncia de que Dilma e outros integrantes do governo Lula teriam encomendado dossiês contra os adversários. Já a Isto É, preferiu destacar “Santos e Santinhos de uma Guerra suja” e associou José Serra a uma “central de boatos” que estaria funcionando durante a campanha.</p>	

Off	<p>A Isto É mostrou as conexões entre setores ultraconservadores da Igreja Católica e a campanha do PSDB. A revista disse que o deputado Sidney Beraldo do PSDB é velho amigo do Bispo de Guarulhos Luiz Gonzaga Bergonzini. Foi o Bispo Católico que encomendou mais de dois milhões de panfletos com acusações contra Dilma para distribuir nas igrejas. Os folhetos foram rodados “nessa” gráfica. A empresa pertence a Arlete Kobayashi, que é filiada ao PSDB a quase 20 anos e irmã de um dos coordenadores da campanha de Serra. Na mesma edição o aborto voltou a ser notícia, só que agora para denunciar uma outra contradição de Serra: a revista entrevistou ex-alunas de Mônica Serra que garantem: quando ela era professora da Unicamp, Mônica contou as estudantes que fez aborto com conhecimento do marido. Sheila Ribeiro foi a primeira a relatar a história no Facebook. A Record também conversou com ela:</p>	
Sheila Ribeiro	Eu fui aluna da Mônica	

	<p>Serra e sabia porque ela tinha contado para a gente sobre um aborto que ela fez na época da ditadura, num contexto muito difícil, inclusive, de exílio e tal. Então me assustei e pensei assim: não é possível. E esse duplo discurso me decepcionou muito. É como se eu ouvisse na televisão que o Nelson Mandela é racista.</p>	
Off	<p>A campanha do PSDB negou que Mônica Serra tenha feito aborto, mas uma outra aluna, que hoje vive em Brasília, confirmou que ouviu a história da boca de Mônica:</p>	
Aluna	<p>Eu confirmo o relato da Sheila. Achei ela muito corajosa de ter divulgado isso porque eu tinha pensado quando ela se manifestou falando que o aborto é um assassinato. Eu achei aquilo muito estranho porque eu me lembro nitidamente dessa aula que a gente teve onde ela relatou esse fato, dela ter sido obrigada a interromper uma gravidez e como isso marcou a vida dela.</p>	
Off	<p>Mas qual a influência das duas principais revistas do país no resultado das eleições? A guerra de informações entre Veja e Isto É ajudou a mudar o voto? As respostas, com o eleitor.</p>	

7 - Considerações finais

O cristianismo foi sem dúvida a religião que mais influenciou a humanidade nos dois últimos milênios, fato que foi possível pelo estabelecimento da Igreja Católica Apostólica Romana no século IX, sua adoção como religião oficial do Império Romano e a expansão do mesmo, e mesmo pelos cismas ocorridos no século XI, que deu origem a Igreja Ortodoxa, e XVI, que deu origem as igrejas protestantes, o que contribuiu significativamente para que o mesmo chegasse a todos os continentes do planeta.

De todos os ramos do cristianismo, o protestantismo histórico, surgido no século XVI com os reformadores, foi de longe o que mais influenciou a história moderna, tendo contribuído consideravelmente para o desenvolvimento social, cultural e econômico no ocidente, principalmente após as grandes revoluções tecnológicas e o surgimento do pentecostalismo no século XX, que potencializou o seu poder de alcance, principalmente com a utilização dos meios de comunicação em massa.

A relação entre o pentecostalismo e os meios de comunicação, exemplificada neste caso pela Igreja Universal do Reino de Deus, fundada e liderada pelo Bispo Edir Macedo Bezerra, e principalmente a Rede Record de Televisão, de propriedade deste, evidencia o poder de alcance que os discursos religioso e político têm quando utilizados para influenciar a sociedade ética e moralmente, e garantir a defesa de interesses mercadológicos e frente aos poderes do estado.

Essa relação ficou evidente no caso específico da cobertura realizada pelo Jornal da Record nas eleições presidenciais de 2010, onde ficou claro que a linha editorial adotada pelo principal veículo de comunicação da Rede Record de Televisão é diretamente influenciada pelos discursos religioso e político da Igreja Universal do Reino de Deus, utilizando às questões ligadas a fé, apenas quando atreladas a interesses ligados a esta.

Desta maneira, levanta-se a necessidade de um estudo mais profundo, não apenas da relação entre discurso religioso e político da Igreja Universal do Reino de Deus e a linha editorial do Jornal da Record, mas de todo o mix de bens simbólicos oferecidos pela Rede Record de Televisão, bem como de outros meios e veículos de comunicação de propriedade do Bispo Edir Macedo Bezerra, e o seu impacto na sociedade brasileira, assim como em outros países onde essa relação existe.

Bibliografia

ALTEMEYER, Fernando; BOMBONATO, Vera Ivanise. **Teologia e Comunicação**. São Paulo: Editora Paulinas, 1ª Edição, 2011.

ASSMANN, Hugo. **A Igreja Eletrônica: e seu impacto na América Latina**. Petrópolis: Editora Vozes Ltda., 1ª Edicao, 1986.

BEZERRA, Edir Macedo. **Biografia**, disponível em <http://www.bispomacedo.com.br/biografia/> acessado em 01/12/2011.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2ª Edição. 1998.

BROSE, Reinaldo. **Cristãos Usando os Meios de Comunicação Social Tele-Homilética**. São Paulo: Editora Paulinas, 1ª Edição, 1980.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Teatro, Templo e Mercado**. Petrópolis: Editora Vozes, 2ª Edição, 1999.

CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward S. **A Manipulação do Público**. São Paulo: Editora Futura, 1ª Edição, 2003.

DARIVA, Noemi. **Comunicação Social na Igreja**. São Paulo: Editora Paulinas, 1ª Edição, 2003.

DELLA CAVA, Ralph; MONTEIRO, Paula. **...E o Verbo se fez Imagem: Igreja Católica e os Meios de Comunicação no Brasil**. São Paulo: Editora Vozes Ltda, 1ª Edição, 1991.

DIAS, Arlindo Pereira. **Domingão do Cristão: Estratégias de Comunicação da Igreja Católica**. São Paulo: Editora Salesianas, 1ª Edição, 2003.

DIZARD, Wilson Jr. **A Nova Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2ª Edição Revista e Atualizada, 2000.

FERREIRA, Maria Nazareth. **Alternativas Metodológicas para a Produção Científica**. São Paulo: Celacc - ECA / USP, 1ª Edição, 2006.

FIGUEIREDO, Marcelo da Silva. **A Influência da Comunicação Digital no Presbiterianismo Brasileiro**. 2009.69 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

FOLHA DE SÃO PAULO, disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/poder/959739-sobe-total-de-evangelicos-sem-vinculos-com-igrejas.shtml> acessado em 01/12/2011.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da Religião**. São Paulo: Editora Paulinas, 1ª Edição 2011.

GOMES, Pedro Gilberto. **Da Igreja Eletrônica à Sociedade em Midiatização**. São Paulo: Editora Paulinas, 1ª Edição, 2010.

JORNAL DA RECORD, disponível no site <http://noticias.r7.com/jornal-da-record/> acessado em 01/12/2011.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital da Notícia*. São Paulo: Editora Ática, 1ª Edição, 1982.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e Poder Simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 1ª Edição, 2003.

MELO, José Marques de (Org.); GOBBI, Maria Cristina (Org.); ENDO, Ana Claudia Braun (Org.). **Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 1ª Edição, 2007.

PESSINATTI, Nivaldo Luiz. **Políticas de Comunicação da Igreja Católica no Brasil**. Petrópolis / São Paulo: Editora Vozes Ltda. / Unisal, 1998.

PUNTEL, Joana T. **A Igreja e a Democratização da Comunicação**. São Paulo: Editora Paulinas, 1ª Edição, 1994.

REDE RECORD DE TELEVISÃO, disponível no site <http://rederecord.r7.com/historia/> acessado em 01/12/2011.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Do Santo Ofício a Libertação**. São Paulo: Editora Paulinas, 1ª Edição, 1998.

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2ª Edição Revista, 2003.