

VERÔNICA VALÉRIO

**JORNALISMO E RELIGIÃO: ESTUDOS DOS CRITÉRIOS DE
NOTICIABILIDADE DA FOLHA UNIVERSAL DA IGREJA UNIVERSAL DO
REINO DE DEUS**

CELACC/ECA – USP

2014

VERÔNICA VALÉRIO

**JORNALISMO E RELIGIÃO: ESTUDO DOS CRITÉRIOS DE
NOTICIABILIDADE DA FOLHA UNIVERSAL DA IGREJA UNIVERSAL DO
REINO DE DEUS**

**Trabalho de Conclusão de curso de
Pós graduação em Mídia, Cultura e Informação
do Centro de Estudos Latino-Americanos
sobre Cultura e Comunicação
da Escola de Comunicação e Artes
da Universidade de São Paulo
Produzido sob a orientação
do Profº Drº Ricardo
Alexino Ferreira**

CELACC/ECA – USP

2014

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Antônio e Nilvan, por me darem apoio e me incentivarem em tudo o que eu faço, assim mostrando o amor que sente por mim.

Ao profº Dr. Ricardo Alexino, por me direcionar sendo o meu facilitador do conhecimento.

Aos meus amigos que, de perto ou de longe, acompanharam a minha trajetória ao longo dos últimos dois anos.

Muito obrigada!

RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar o jornal Folha Universal produzido pela Universal Produções, maior editora e gráfica cristã do Brasil que atua a serviço da Igreja Universal do Reino de Deus. Serão avaliados quatro jornais no período entre junho e julho de 2014 com o intuito de observar o tipo de linguagem que é transmitida, qual assunto é abordado e qual público pretende atingir. A abordagem será feita sob o olhar da análise de conteúdo, sem imposição de opiniões, nem tampouco juízo de valores.

Palavras –chave: Folha Universal, jornal impresso, análise de conteúdo, Igreja Universal do Reino de Deus

ABSTRACT

This essay aims to analyze the Folha Universal newspaper produced by Universal Productions, largest brazilian christian publisher in the service of the Universal Church of the Kingdom of God. Four paper will be evaluated between June and July 2014 in order to observe the type of transmitted language, which addressed issue and which public desire to achive. The approach will be made under the content´s analysis, without imposing opinion nor value judgment.

Key words: Folha Universal, printed paper, content analysis , Universal Church of the Kingdom of God

RESÚMEN

Este artículo tiene como meta analizar el diário Folha Universal producida por Universal Productions, la mayor editorial cristiana y gráfica de Brasil en el servicio de la Iglesia Universal del Reino de Dios. Cuatro trabajos serán evaluados entre Junio y Julio de 2014 en el fin de observar el tipo de lenguaje que se transmite, que se aborda y qual el publico quiere lograr. El enfoque se hará bajo la mira de análisis de contenido, sin imponer opiniones ni juicios de valor.

Palabras-chave: diário Folha Universal, periódico impresso, análisis de contenido, Iglesia Universal del Reino de Dios

SUMÁRIO

Introdução.....	8
1. Teologia da Prosperidade: o discurso Institucional da Universal.....	12
2. Evangelização Eletrônica: A Universal e sua relação com os meios de comunicação.....	15
3. Metodologia e Corpus.....,	18
4. Quatro Pilares Midiáticos da Universal: Ideal de Amor, Relações Sociais, Saúde, Prosperidade.....	20
5. Considerações Finais.....	27
6. Referências.....	28
7. Anexos.....	30

INTRODUÇÃO

Folha Universal da Igreja Universal do Reino de Deus

Surgido num momento bastante propício para sua expansão, aproveitando assim as circunstâncias da época para ampliar suas fronteiras. As diversas crises financeiras, instabilidades sociais e mudanças no regime político no país fez com que a Universal conseguisse personalidade própria na cultura brasileira tornando a mensagem evangélica significativa às necessidades dos fieis.

A Igreja Universal do Reino de Deus foi organizada em 1977, no Rio de Janeiro por um pequeno grupo de pentecostais oriundos da Igreja Cristã de Nova Vida. Participaram de sua fundação Edir Macedo de Bezerra, seu cunhado Romildo Ribeiro Soares e Roberto Augusto Lopes.

Em menos de três décadas se transformou em um fenômeno religioso significativo. A estratégia que Edir Macedo vem adotando desde o princípio tem sido a evangelização eletrônica. Onde toda a ideia e conceito da Igreja Universal do Reino de Deus estão apoiados na utilização da mídia para a difusão da fé. Ancorada na Teologia da Prosperidade, a Universal deu início à terceira onda do movimento pentecostal, conhecida como neopentecostalismo.

Sobre as características do neopentecostalismo, destaco três aspectos fundamentais: 1) exacerbação da guerra espiritual contra o Diabo e seu séquito de anjos decaídos; 2) pregação enfática da Teologia da Prosperidade; 3) liberalização dos estereotipados usos e costumes da santidade.

(MARIANO, 2005, p.36)

Outra característica importante da igreja neopentecostal é o fato de ser menos sectária, mais liberal e tende a investir em atividades extra-igreja, tais como atividades empresariais, políticas, culturais e assistenciais, sobretudo naquelas tradicionalmente rejeitadas ou reprovadas pelo pentecostalismo clássico.

Pertencente a um dos maiores conjuntos de empresas de comunicação do país, o seu sistema de mídia abrange: uma rede de rádio tanto em AM como em FM; emissoras de TV; a maior gravadora gospel do país; o jornal Folha Universal com distribuição

nacional; um portal na internet; uma editora de livros e materiais cristãos, impressos em parque próprio e vendidos em livrarias próprias presentes em todas capitais brasileiras. O sucesso da Universal pode ser medido pelo número de templos abertos no Brasil e fora do país. Todavia, isso é reflexo de uma comunicação direcionada que a Universal conseguiu aproveitar.

Dentre todas essas mídias, o jornal impresso continua sendo o mais tradicional e emblemático. Lançada em 15 de março de 1992 em formato standart, a Folha Universal, um dos principais veículos a serviço da Universal Produções, tem uma tiragem média de um milhão e oitocentos mil exemplares semanais, distribuídos por todo território brasileiro. Já a Folha de São Paulo, o jornal brasileiro de maior tiragem e circulação entre os diários nacionais de interesse geral, possui uma circulação média de segunda a domingo de 301. 299 exemplares.

Oficialmente, a Folha Universal tem um papel evangelizador. Entretanto o jornal da Universal apresenta, em seu conteúdo, uma abordagem com linguagem de gênero informativo, interpretativo, opinativo. As matérias divulgadas geralmente estão ligadas ao comportamento das pessoas e à Universal com caráter institucional.

As suas reportagens não visam concorrer com relação aos fatos, mas, faz uma análise religiosa agregada às notícias. De maneira geral, a Folha Universal tem o intuito de transformar as notícias da atualidade numa forma de moral cristã. Percebe-se que a Folha seleciona assuntos que possam ser utilizados como argumentos para legitimar a visão da Igreja e sua interpretação dos textos bíblicos. (Swatowski,2004: p.2)

Vejamos quatro ideias base na construção da linguagem do jornal Folha Universal: ideal de amor, as relações sociais dentro das igrejas, saúde e prosperidade.

Quando o amor é escrito na Folha Universal, ele vem carregado com a informação ligada ao ideal da felicidade. As matérias geralmente são aquelas relacionadas ao sentimento de segurança e harmonia com uma conotação de estabilidade conjugal mesmo quando as reportagens apresentam um quadro de paixão impulsivo e doentio. Os casais são heterossexuais, com certa dosagem de histórias bem sucedidas. Portanto, o amor é normalizado e controlado.

No que diz respeito às relações sociais, fala-se de atividades da igreja e suas filiais. A sociabilidade e a vida dentro da Universal são valorizadas. Existe uma mensagem implícita de divulgação, como certo tipo de propaganda voltado para a comunicação institucional.

Quanto à saúde, são apresentadas questões ligadas a conscientização da saúde com dicas e cuidados com o corpo, dos casos mais simples aos mais complexos. Nota-se que a Universal pretende instruir de forma indireta fazendo com que o fiel entenda o que é certo e o que é errado.

A prosperidade é aplicada à união de casais, uma vez que juntos eles se tornam mais próspero. Outra forma de apresentar esse tema é a sessão de moda onde dicas precisas de vestir-se bem pode abrir possibilidade de atrair coisas boas. E por final, matérias como emprego, profissão e perfil profissional. Sucesso, aparência, necessidade de resultados positivos.

Acrescenta-se aí a ideia de salvação em todas as sessões da Folha Universal. A comunicação de suas reportagens vem carregada de promessas de cura espiritual e sucesso. Evangeliza-se de um modo moderno, destaca-se a moralidade e a evidência da boa conduta com promessas de uma vida e futuro melhores.

O ato de prometer tem dupla origem: procede ao mesmo tempo da treva do coração, ou seja, da falta de confiabilidade fundamental dos homens, que não podem garantir hoje quem serão amanhã, e da impossibilidade de se preservarem as consequências de um ato numa comunidade na qual todos tem a mesma capacidade de agir. O fato de que os seres humanos não podem contar consigo mesmos nem ter fé em si próprio é o preço que o homem paga pela liberdade, pela pluralidade e pela realidade (ARENDR, 1997 p.212).

Os elementos que compõe o discurso religioso, baseados nos evangelhos bíblicos e na moral cristã, sempre tiveram ofício de se propagarem entre as multidões. Consequência da ideia de magia dentro desse mesmo discurso. São construídos para serem direcionados às emoções das pessoas envoltas num ambiente motivador-consolador apoiados no universo da promessa e prosperidade.

Resultado disso é a linguagem da Folha Universal seja coerente ao que propõe. É preciso verificar a sua atuação se comparada às mídias como um todo. A criação do efeito da linguagem é proporcionalmente construída dentro de sua rede discursiva. Algumas maneiras de lidar com a reportagem mostram como o jornal se expressa diante dos seus leitores.

Um exemplo nítido é o uso frequente do ponto de interrogação nos títulos das matérias apresentadas. Esse uso demasiado dá a ideia que a Folha Universal ora tem a resposta, ora transfere a dúvida para que o leitor se questione e desenvolva o exercício de descobrir entre o certo e errado.

1. TEOLOGIA DA PROSPERIDADE: O DISCURSO INSTITUCIONAL DA UNIVERSAL

Teologia da Prosperidade é um movimento de origem americana que teve enorme receptividade no meio evangélico brasileiro a partir dos anos 80. Conhecida também como “confissão positiva”, “palavra da fé”, “movimento da fé”, “evangelho da saúde e da prosperidade”, a Teologia da Prosperidade é um conjunto de crenças e afirmações surgidas nos Estados Unidos, que afirma ser legítimo ao crente buscar resultados, ter fortuna favorável, enriquecer, obter o favorecimento divino para a sua vida material ou simplesmente progredir (CAMPOS, 1997).

Iniciou-se na década de 1940 com o advento do evangelismo no rádio e televisão tendo como precursores Rex Humbard, Kenneth Hagin e Oral Roberts. A ideia a princípio era garantir o dinheiro para sustentar seus ministérios tecnologicamente caros. Entretanto, com o tempo isso evoluiu para uma “teologia” que exigia dinheiro como prova de fé, que Deus então devolveria ao doador multiplicado por dez ou mais. (Garrard-Burnett, 2011).

Em meados de 1960, Kenneth Copeland, pela primeira vez propôs a transformação numa doutrina baseada nos ensinamentos da “Palavra da fé”. Onde a fé é uma crença com um imenso poder ou força que pode ser liberada através da palavra falada para obter um desejo do coração, mesmo que esse desejo seja material.

A ideia é que, através da crucificação de Cristo, os cristãos herdaram todas as promessas que Deus fez a Abrão, e estas incluem bem-estar, espiritual e material. O único problema é que os cristãos tem pouca fé para se apropriar do que é deles de direito. O que eles precisam fazer é proclamar isso alto e claro. (COX, 1995, p.271-272)

No Brasil, a Teologia da Prosperidade foi introduzida a partir da década de 1970, com o surgimento das igrejas neopentecostais alterando substancialmente a configuração do protestantismo no país. O termo neopentecostalismo é usado para designar algumas igrejas protestantes surgidas naquela década e que possuíam um caráter inovador em relação ao pentecostalismo e protestantismo histórico. Entre eles estão: ênfase no maniqueísmo e guerra espiritual, adoção da Teologia da Prosperidade,

flexibilidade quanto a padrões de usos e costumes de santidade e a estrutura empresarial com configurações que vão além do discurso religioso.

A Teologia da Prosperidade possui sete características baseadas no movimento da fé. São elas: Confissões negativa e positiva, saúde, prosperidade financeira, profetas hodiernos, bênção e maldição da lei, autoridade nas revelações e o homem como encarnação de Deus,

Na Confissão Negativa e Positiva basta o indivíduo ter fé e pedir com convicção o que quer que deseja. Para que a negativa tome forma, é necessário somente negar a existência do que não se quer ter ou não quer que aconteça.

A saúde é vista como o lugar da oportunidade que Deus dá ao povo, é preciso aproveitá-la, pois a questão da saúde é enfatizada como algo que existe, algo real e atual. A cura e a saúde são a vontade de Deus para a humanidade. Se a enfermidade fosse a vontade de Deus, o céu estaria cheio de enfermidades e doenças (HAGIN, 1987: p.62).

O discurso da Teologia da Prosperidade define que o membro, visitante ou o frequentador deve investir seu dinheiro na certeza que Deus vai pagar de volta ainda em vida. O cristão não deve ser pobre, ele deve tentar todo custo a prosperidade material. Se for necessário fazer um sacrifício, ele valerá a pena, pois o retorno é garantido. Quanto maior o sacrifício, maior será o retorno.

Os Profetas hodiernos são os porta-vozes das Igrejas. Pastores ou líderes religiosos são quem mais representa uma autoridade da instituição. Passando a ser autoridade dentro de uma igreja, é necessário seguir suas palavras porque receberam a unção diretamente de Deus, são profetas pela vontade do próprio Deus, o que influencia o fiel a caminhar de acordo com as vontades dos líderes religiosos.

A Bênção e Maldição da Lei se definem pelos opostos. Se na bênção basta obedecer as leis divinas para recebê-la, na maldição é o contrário. O fiel privilegiado com as bênçãos é o que age de acordo com a palavra do pastor, missionário, bispo ou apóstolo, pois são considerados mensageiros oficiais da palavra de Deus.

A Autoridade nas Revelações se refere ao poder que o líder religioso tem, ou pretende ter, frente ao seu auditório. É nesse momento que o homem fica mais próximo fisicamente de Deus, a própria autoridade, o próprio Deus ou a encarnação dele.

E por fim, O Homem como Encarnação de Deus é o resumo de todas as outras características. O homem não precisaria de autoridade nas revelações, pois seria a própria revelação; não precisaria perseguir a bênção e fugir a maldição, pois seria o próprio abençoador; não seria profeta, seria a própria profecia; não precisaria da prosperidade financeira, pois seria o dono de tudo; seria o doador da saúde, sem precisar pedi-la, não confessaria nem positiva nem negativamente, pois seria a própria ordem (SILVEIRA, 2007).

2. EVANGELIZAÇÃO ELETRÔNICA: A UNIVERSAL E SUA RELAÇÃO COM OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A história das Igrejas Evangélicas ligadas à evangelização eletrônica começa com a trajetória das igrejas ditas pentecostais clássicas. Paul Freston (1994), um dos estudiosos do pentecostalismo no Brasil as divide em três ondas.

Nos moldes do pentecostalismo norte-americano, a primeira onda acontece na fundação e o surgimento da Congregação Cristã do Brasil e da Assembleia de Deus. A segunda onda iniciou-se nos anos 50 com ênfase na glossolalia (falar em línguas) também como cura divina e milagres. Vinte anos depois, nos anos 70, uma terceira onda pentecostal deu início as formas do pentecostalismo brasileiro, mais conhecido como neopentecostalismo com a Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Cristo Vive, Igreja Internacional da Graça de Deus. Tem como preceitos enfatizar a guerra espiritual contra o Diabo e seus representantes na terra, pregar a Teologia da Prosperidade e rejeitar usos e costumes de santidade pentecostal, tradicionais símbolos de conversão e pertencimento ao pentecostalismo.

A Universal sendo a representante mais significativa nesse contexto neopentecostal, aparece como a instituição que mais cresce atualmente ocupando maior espaço na mídia religiosa brasileira. Consequência disso é a sua característica mais liberal, pois permite seus fieis não serem tão estereotipados e permite se comportam cada um de sua maneira. Assim usa estratégias como o evangelismo eletrônico para atrair e converter indivíduos de baixa renda usando uma linguagem para atender uma demanda e fazendo crer que pode se prosperar nessa vida e nesse mundo.

Entretanto, a Universal possui um sistema de mídias que abrange uma rede de rádios tanto AM como em FM, emissoras de TV, a maior gravadora gospel do país, o jornal Folha Universal, o jornal mineiro Hoje em Dia, um portal na internet, uma editora de livros e de materiais cristãos impressos em parque gráfico próprio e vendido em livrarias próprias presentes em todas as capitais brasileiras.

A estratégia de comunicação fez com que todas essas empresas fossem usadas como principal caminho na formação de seu público. A Universal é considerada um dos maiores conjuntos de empresa de comunicação do país. Edir Macedo adquiriu, em 1984,

a Rádio Copacabana e um ano depois a frequência da 99.3 FM em São Paulo, representados como início da formação de seu império.

A chegada da Universal na televisão foi em meados dos anos 1980 com a compra da Rede Record por 45 milhões de dólares. Hoje em dia, a sua rede de transmissão é formada por cerca de 30 emissoras. Cabe ressaltar que, para a Universal, a televisão e o rádio são apenas meios de atrair as pessoas a um de seus mais de dois mil templos.

Todavia, as ferramentas mais sofisticadas da tecnologia da informação e a religião ocupam um lugar de poder na economia, cultura, política e sociedade atual. Reflexo disso é a surpreendente transformação em um fenômeno religioso que investe a cada dia mais, tantos nos meios de comunicação de massa quanto nos meios segmentados.

É o caso da Universal Produções, maior editora e gráfica cristã do Brasil, que atua a serviço da Igreja Universal do Reino de Deus. Localizada no Rio de Janeiro, a UniPro, como é chamada, centraliza a produção do jornal semanal Folha Universal, as revistas Ester, Plenitude e Obreiro da Fé e do portal eletrônico: A Arca Universal.

É possível analisar o processo de midiaticização que a Universal conquistou em inúmeros espaços nas diversas mídias refletindo assim numa reconstrução dentro desse campo social estabelecido pelas novas maneiras de agir e viver a religiosidade. Esse processo disponibiliza a fabricação de seu próprio sistema simbólico.

Como representa o tecido simbólico da nossa vida, a mídia tende a afetar o consciente e o comportamento como a experiência real afeta os sonhos, fornecendo matéria-prima para o funcionamento do nosso cérebro [...] É um sistema de feedbacks entre espelhos deformadores: a mídia é a expressão da nossa cultura, e nossa cultura funciona principalmente por intermédio dos materiais propiciados pela mídia.

(CASTELLS, 1999: p.422)

A Folha Universal tem um papel evangelizador e tenta passar esses conceitos para o seu público, pois ajuda na formação do cidadão e contribui para que ele entenda o seu papel na sociedade, sua formação cultural, cívica, além de instigar o

exercício da cidadania. Um jornal é ou deveria ser um espelho da consciência crítica de uma comunidade em um determinado espaço de tempo. Um espelho que reflita com nitidez a dimensão aproximada ou real dessa consciência (NOBLAT, 2010).

Outra função da Folha Universal é de caráter educacional, pois desenvolve várias habilidades que estimulam as pessoas, tais como: ler, interpretar determinada informação, perceber as diversas abordagens num mesmo acontecimento e permitir compreender o momento histórico vivido dentre várias outras.

As condições e as possibilidades de organização, funcionamento, dinamização e generalização das formas de vida, trabalho e cultura baseiam-se, em larga medida, no modo pelo qual a mídia exerce as suas atividades, presenças e influencias. (IANNI, 1999: p.22)

Sendo assim, o fiel toma consciência do seu papel, tornando-se mais ético e capaz de reproduzir seja a comunicação verbal, não verbal ou midiática. Todavia, quando o assunto é comunicação midiática, o jornal tem a obrigação de passar o conteúdo de forma clara e direta. É preciso, ainda, abordar assuntos que estejam perto de seu dia a dia como também surpreender os leitores com informações que eles desconheçam humanizar o noticiário e abordar os temas pela ótica dos leitores.

Talvez, o mais evidente desses critérios seja mesmo a proximidade, a informação sobre algo que se encontra mais próximo à realidade de quem a vai consumir, pois soa perfeitamente aceitável que quaisquer cidadãos respeitáveis demonstrem estar mais interessados com os temas que tocam diretamente a sua vizinhança, ao bem-estar pessoal.

(DINIZ, 2013:p.15)

Por outro lado é necessário o entendimento da natureza do que esse jornal impresso quer passar para o seu público-alvo. Qual é o objetivo de fazer desse material a voz e a mensagem destinada ao leitor como meio de informação, instrução e fidelização de cada pessoa que o consome.

Para tanto é necessário apontar aqui os critérios de noticiabilidade que usa a Folha Universal. A seleção dos fatos estão presentes nas questões de conflitos, tragédia, proximidade com o público.

3. METODOLOGIA E CORPUS

O presente capítulo apresentará os procedimentos metodológicos utilizados para a análise de conteúdo na Folha Universal da Igreja Universal do Reino de Deus. O objetivo geral desse artigo é estudar os critérios de noticiabilidade, o que transmite e o impacto que causa nos fieis/ leitores.

Geralmente, esta primeira fase possui três dimensões: a escolha dos documentos a serem submetidos a análise, a formulação das hipóteses e dos objetos e a elaboração de indicadores que fundamentam a interpretação final. (BARDIN, 1994: p.95)

A escolha do objeto de pesquisa se deu pela importância social que a Igreja Universal representa nos dias de hoje e por abranger áreas que vão desde estudos religiosos até questões políticas. Outro fator na hora da escolha foi o enfoque jornalístico dado aos meios de comunicação que a Universal trabalha e em especial a Folha Universal.

Sendo assim, as seguintes questões da pesquisa orientaram o artigo:

- Qual é o objetivo da Folha Universal diante dos seus leitores e fieis. Qual é a mensagem que se quer transmitir?
- Qual é a intenção dos meios de comunicação em prol da Igreja?
- Qual é o impacto no público atingido?

O corpus de análise é constituído a partir da seleção dos jornais produzidos pela Universal e seu plano de conteúdo será caracterizado pelos seguintes segmentos:

- Seleção de quatro jornais da Folha Universal no período de junho a junho de 2014;
- Análise como forma de suporte do jornal Folha Universal, cujos conteúdos estão disponíveis no endereço eletrônico: www.folhauniversal.com.br

A formação do corpus principal desse artigo foi utilizada como fonte o jornal Folha Universal e a escolha baseou-se nos seguintes motivos:

- O jornal oferece conteúdo significativo para sua análise dentro da Folha Universal.
- O jornal tem circulação nacional no território brasileiro, característica importante como forma de alcance de público por um meio de comunicação tradicional.
- A coleta dos dados extraídos do jornal dá bastante suporte para o direcionamento da análise de conteúdo.

Caracterização do jornal

- Informativo oficial da Universal, com conteúdo religioso de forma confessional. Apresenta seções de política, internacional, economia, mercado de trabalho, comportamental, seção Mulher e seção Institucional. Tem um forte apelo publicitário enfatizando as atividades da Universal como instituição que dá apoio emocional e suporte moral aos fieis.
- Sua tiragem, segundo os jornais coletados para análise (edições – nº 1.159 de 22 a 28 de jun. 2014, nº 1.161 de 06 a 12 de jul.2014, nº 1.162 de 13 a 19 de jul.2014, nº1.163 de 20 a 26 jul.2014) é de aproximadamente 1.692.000 (um milhão e seiscentos e noventa e dois mil exemplares para cada edição).
- Período pesquisado: de 22 junho de 2014 a 26 de julho de 2014. Nesse período de um mês, foram selecionadas as 4 edições semanais.

4. QUATRO PILARES MIDIÁTICOS DA UNIVERSAL EM SUA FOLHA UNIVERSAL: IDEAL DE AMOR, RELAÇÕES SOCIAIS, SAÚDE, PROSPERIDADE

As quatro ideias base contidas na linguagem do jornal Folha Universal aparecem de forma sutil num ambiente que retrata o cotidiano das pessoas, ou histórias da vida comum, muitas vezes aparece a Igreja Universal do Reino de Deus como solução dos problemas como mensagem de Deus sobre suas aflições. As formas de comunicação analisadas foram o ideal de amor, relações sociais, saúde e prosperidade.

O amor escrito na Universal vem carregado com o ideal de felicidade. As matérias são direcionadas para o sentimento de segurança e harmonia quando o assunto é ligado à família com uma conotação de estabilidade conjugal vencida pelo quadro de paixão compulsivo ou doentio.

Nas matérias das edições nº 1.161 de 06 a 12 de julho de 2014 e nº 1.163 de 20 a 26 de julho de 2014, ambas na seção Universal, páginas B10 e B11 – Retrato de Família, as reportagens contam sobre casais que tiveram situações extremas nos seus relacionamentos conjugais, passando a superá-los e assim tornaram-se um casal perfeito resgatado pela Universal.

No primeiro jornal citado, é possível ver logo de início, no título da matéria – “A separação não apagou o amor que existia entre eles”, um cenário de superação. A história se passa dentro de um relacionamento atribulado por uma gravidez indesejada. Patrícia engravidou aos 15 anos o que foi algo inesperado para Leandro, o seu então namorado e futuro marido. “A gravidez foi um choque pra mim. Entrei em depressão, andava na rua pensando em morrer e foi quando voltei a beber muito”. Adicionado a isso, a mãe de Patrícia impediu que eles ficassem juntos quando ele a propôs em casamento. Segundo ela, nessa época, o Leandro queria casar, mas minha mãe não deixou porque eu era muito nova.

O caminho para a solução de seu problema foi quando Lucas passou freqüentar a Igreja Universal e dali em diante as coisas foram acontecendo de uma forma que o retorno do relacionamento foi inevitável.

“Um ano e meio depois que fui levantado obreiro, o bispo me convidou para voltar a Cuiabá e fui levantado pastor: Quando voltei para a minha cidade natal quem estava como obreira da igreja? A Patrícia. Nessa época não acreditava na sua mudança e aquilo não surtiu nenhum efeito em mim até que a vi no salão. Naquele dia a minha visão mudou, voltei a gostar dela, não era mais aquela paixão, era algo gostoso. Eu acreditei no instante que a vi que era a resposta de Deus para aquela oração que eu havia feito há dois anos”. (Universal, edição 1.161 – 06 a 12 de julho de 2014).

Caso semelhante de superação de problemas conjugais aparece no segundo jornal citado. A história se passa em torno de um Fusca, veículo automotivo de passeio da marca Volkswagen. O título da matéria é “Um Fusca quase destruiu o casamento deles”. O início do relacionamento de Alexandre e Rosimeire foi construído em cima de contratempos e problemas financeiros.

“O Alexandre era quem administrava o dinheiro do jeito que achava ser o melhor. Por vezes ele me deixava com a passagem de ônibus. Apesar de ter estudado administração, ele não confiava na minha capacidade de administrar nosso dinheiro. Ele cuidava mais do Fusca e das coisas que precisávamos, chegamos ao ponto de comer mal por causa desse automóvel”. (Universal, edição 1.163 – 20 a 26 de julho de 2014).

A superação da crise financeira veio quando o casal passou a morar na Igreja Universal de São Bernardo do Campo, pois não tinham conseguido alugar uma casa. O Fusca não era o problema maior e sim a falta de confiança que Alexandre tinha em relação a sua esposa por ela ter sido mãe solteira. Segundo ele, a sua mudança era necessária e assim se aperfeiçoando um com o outro, hoje a relação dura 20 anos de casados. Rosimeire relata a sua chegada na instituição.

“Quando cheguei à Universal, já tinha o meu filho João, que na época tinha poucos meses. Eu não fui discriminada, pelo contrário, os obreiros me apoiaram e o criei na presença de Deus. Quando eu e o Alexandre casamos, ele assumiu o João. Ele legitimou meu filho no papel”. (Universal, edição 1.163 – 20 a 26 de julho de 2014).

Outra forma de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus é a interação inserida nas atividades dentro das igrejas. Esses processos são vitais para o processo de comunicação institucional. Nas matérias da edição nº 1.159 de 22 a 28 de junho de 2014, na seção Universal, página B12 e seção Amo a minha cidade, na página 15.

No que diz respeito a relações sociais os textos analisados tem um discurso institucional. Essa informação passa a ser explícita quando na divulgação das atividades das igrejas e filiais. A sociabilidade e a vida dentro da Universal são valorizadas.

A primeira matéria analisada vem com o título “Saiba como a Universal faz os guianeses reagir” mostra todo o trabalho evangelizador que a Universal tem naquela região e como suas ações fazem para que os fieis participem mais do que é apresentado dentro da instituição.

“Além do trabalho de evangelização e de orientação espiritual realizado nas igrejas, as equipes do pastor Edson Coutinho também faz visita em presídios e asilos. Ademais, os programas de rádio e TV, os núcleos de orações e o Heplcenter que oferece apoio as famílias carentes, fazem que o nome da Universal e de Deus ganhem cada vez mais espaço na Guiana”. (Universal, edição 1.159 – 22 a 28 de junho de 2014).

A comunicação institucional dá a possibilidade da instituição se envolver com o seu leitor, promovendo um intercâmbio de comportamentos. Essa troca proporciona diretamente a interação uma forma que se influenciam reciprocamente.

Outra matéria interessante são aquelas que tem um viés de informação turística, mas que na verdade é uma forma de divulgar a Universal naquela cidade apresentada. No caso da matéria da seção Amo a minha cidade, a Folha Universal fala sobre Campo Grande que fica no Centro- Oeste do Brasil e tudo o que tem de mais interessante na cidade. Na matéria em si não é citado nada sobre a instituição, somente em uma pequena nota a parte que o leitor/fiel consegue enxergar onde encontrar a igreja mais perto de onde ele está.

O discurso sobre a saúde está ligado às questões de conscientização. São apresentadas dicas e cuidados com o corpo com assuntos simples ao mais complexo. O que a Universal propõe é instruir de forma indireta os seus fieis. Isso pode ser observado nas reportagens das edições n° 1.159 de 22 a 28 de junho de 2014, seção Folha Mulher, página B9 e 1.163 de 20 a 26 de julho de 2014, seção Geral, página 10.

Na primeira matéria citada, o título diz a respeito de infecção urinária – “Saiba como reduzir o risco de infecção urinária”. São dadas instruções de um especialista na área e informações detalhadas sobre a doença, tais como não fazer xixi durante a manhã pode trazer malefícios com o passar do tempo, por exemplo. Segundo o ginecologista e presidente da Sociedade Brasileira de Reprodução Humana, Artur Dzik, a principal causa é a migração das bactérias do aparelho gastrointestinal e da relação sexual. “Temos a cistite (infecção na bexiga) e a pielonefrite (infecção nos rins, mais severa)”.

A outra matéria citada “O vício pode ser hereditário?” explica a dependência química de estrelas de Hollywood, mais especificamente as três gerações do ator Downey Jr. Conta a sua trajetória no mundo das drogas e o porquê isso aconteceu. Seguindo nessa mesma linha, a matéria apresenta o relato de Rafael Martins, uma história que contradiz a história do ator de Hollywood porque Rafael participou do tratamento da Cura (na matéria a informação da reunião de Cura na Igreja Universal aparece de forma direta e especificando o endereço - Av. João Dias, 1.800).

“Rafael participou do tratamento da Cura dos Vícios com o bispo Rogério Formigoni, que faz reunião aos domingos às 15 hora, também em Santo Amaro. O bispo deixou claro para ele: “Você já deu tudo para as drogas, chegou a hora de dar tudo para Deus. Eu fui viciado. Hoje estou curado, para a medicina o vício não tem cura, mas posso provar que tem”. (Universal, edição 1.163 – 20 a 26 de julho de 2014).

A prosperidade está diretamente ligada a status e acúmulo monetário com assuntos revelados implicitamente dentro do contexto da matéria. Questões relacionadas à união de casais, por exemplo, traz essa conotação no discurso de que juntos eles se tornam mais prósperos. Outra forma de apresentar esse tema é na sessão de moda, com dicas precisas de vestir-se bem, dessa forma abrindo possibilidades de atrair coisas boas. Enfim matérias como: emprego, profissão, perfil profissional, sucesso, aparência e necessidade de resultados positivos. Na edição nº 1.162 de 13 a 19 de julho de 2014, seções Mercado de Trabalho, página 12 e seção Folha Mulher, página B9, é possível encontrar reportagens com temas relacionados à: dinheiro, prosperidade e autoestima.

“Como transformar fracasso em sucesso? é o título da primeira matéria mencionada anteriormente. Nessa matéria, a Folha Universal dá conselhos de como lidar com o revés e ter êxito em sua carreira. “Lidar com o fracasso é uma ocorrência comum na vida de todos”. Todo o texto discorre entre os contrapontos fracasso versus sucesso. É o exemplo do personagem da matéria, que entre altos e baixos conseguiu superar seus infortúnios com a ajuda da Igreja Universal do Reino de Deus.

“Foi difícil. Eu entrei em depressão e pensei em suicídio. Fiquei trancafiado dentro de casa durante uma semana, com a barba por fazer e sem perspectivas...Um casal de amigos me chamou, vendo que eu estava passando por dificuldades. Fui desconfiando do que se tratava”. (Universal, edição 1.162, 13 a 19 de julho de 2014).

Foi a partir dos primeiros encontros, que ele percebeu que precisava parar de considerar vítima e passou a frequentar o Congresso Empresarial, na Universal em

Santo Amaro, São Paulo. Já a outra matéria dá dicas para mulheres de como “Fazer as pazes consigo mesma”. A ideia é mostrar maneiras de se sentir bem e ficar segura em relação ao próprio corpo. São apontadas dicas para se vestir destinadas às mulheres altas, baixas e magras. “Conselho dos mais antigos: listras verticais criam a ilusão de uma silhueta alongada”.

Portanto, o discurso religioso sempre se propagou entre as multidões. O que faz essa constatação tão importante é que ele vem carregado de falas que induzem a aflorarem seus sentimentos. São propositalmente feitos para envolver as pessoas e despertarem suas emoções num ambiente motivador consolador em um lugar cheio de promessas.

O que garante a repercussão é o fato de que os fieis tem um perfil econômico distinto. Existe um contraste de renda familiar fazendo com que a parte mais pobre, carentes e com crise pessoal tornarem esse grupo de pessoas facilmente manipuláveis

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procurou-se mostrar até aqui aspectos discursivos que relacionam à Folha Universal e a Igreja Universal do Reino de Deus. Um meio de comunicação tradicional no que tange o seu formato jornalístico dentro de uma igreja que se evoluiu com o tempo. É possível ver que a linguagem colocada induz a pessoa acreditar que a instituição é o único meio de resolução de seus problemas, ou pelo menos apoia seus fieis para o caminho de uma vida melhor.

O ponto de partida da Igreja Universal do Reino de Deus foi a Teologia da Prosperidade com a fé sendo o seu principal discurso triunfalista fundado em promessas de ascensão econômica e social. Para a divulgação de todo esse processo, a Universal apostou na evangelização eletrônica e fez dos meios de comunicação seu aliado. Formas diretas de apresentar uma empresa com fins lucrativos em uma roupagem de instituição religiosa. A Igreja Universal do Reino de Deus cumpre seu papel evangelizador, porém espera de seus freqüentadores uma fidelidade. A Universal investe pesado em comunicação, mas o retorno disso é visivelmente claro pois hoje em dia ela é considerada um império religioso.

E por fim, o seu discurso dentro do jornal Folha Universal representa uma miscelânea de assuntos que são ligados ao dia a dia da pessoa. O fiel se identifica e fideliza. A Universal passa a ser uma extensão de sua vida pessoal. Tudo vai melhorar e ter outro ressignificado a partir dessa conduta da Universal com o fiel.

O que a Folha Universal vem trazer é a estimulação para que todos sejam vitoriosos em suas escolhas e vida e por intermédio da Instituição a pessoa consiga atingir a felicidade.

6. REFERÊNCIAS

- ARENDDT, Hanna. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. São Paulo, Edições 70, 199.
- CASTELLS, Manuel. *Sociedade em rede*. Paz e Terra, São Paulo:1999
- COX,Harvey. *Fire From Heaven*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishin Company, 1995.
- DANTAS, José Gibson. *A comunicação do Deus Neopentecostal: Protestantismo em Revista*, v.29, Rio Grande do Sul, set-dez2012. Disponível em <http://periodicos.est.edu.br/index.php/nepp/article/viewFile/376/475> Acesso em 22 jul 2014.
- DINIZ, J. Péricles. *O impresso na prática – Cruz das Almas/ BA : UFRB*, 2013.
- FRESTON, Paul. *Breve história do Pentecostalismo Brasileiro*. In: ANTONIAZZI, Alberto (Org). *Nem anjos nem demônios*. Pertrópolis: Vozes, 1994.
- GARRARD-BURNETT, Virginia. *A vida abundante*. Curitiba: UFPR, 1994.
- HAGIN, Kenneth E., *Having faith in your faith*. Tulsa: Mensa, 1980.
- IANNI, Octavio. *O príncipe eletrônico*. *Perspectivas*, São Paulo, 22: 11-29,1999.
- MARIANO, Ricardo. *Neopetencostais*: São Paulo: 2.ed. Ed Loyola, 2005.
- MATOS, Gustavo Gomes. de. *Comunicação Empresarial sem complicação*: 2.ed.rev.e ampl.-Barueri, SP:Manole, 2009.
- MONTEIRO, Ciro Athayde Barros. *A informação mediada no discurso de Edir Macedo*:– Marília, 2012. Disponível no site http://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/Monteiro,%20C.A.B._mestrado_C.I._2012.pdf Acessado em 22/07/ 2014.

NOBLAT, Ricardo. *A arte de fazer um jornal impresso*. São Paulo: Contexto, 2010.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. *Comunicação Empresarial/Institucional*: 6.ed. Summus Editorial, 1986.

SILVEIRA, Marcelo. *O discurso da Teologia da Prosperidade em Igrejas Evangélicas Pentecostais*. Disponível no site [file:///C:/Users/Nilvan/Downloads/TESE_MARCELO_SILVEIRA%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Nilvan/Downloads/TESE_MARCELO_SILVEIRA%20(2).pdf)
Acessado em 22/07/2014.

SWATOWISKI, Claudia Wolff. *Universal Produções*: SIPEC, Rio de Janeiro, 2004.
Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/96884821611930017765682506676084197838.pdf>
Acessado em 22/07/2014.

IGREJA Universal do Reino de Deus. Disponível no site <http://www.universal.org/> Acessado em 22/07/2014

UNIPRO Editora e Gráficas. Disponível em <http://www.unipro.com.br/index.php> Acesso em 22 jul.2014

FOLHA DE SÃO PAULO. Disponível no site <http://www.folha.uol.com.br/>
Acesso em 02/09/2014