

Evangélicos pentecostais brasileiros e os meios de comunicação: A mídia como uma ferramenta da religião para o homem pós-letrado

Brazilian Pentecostal Evangelicals and the Media: The Media as a Tool of Religion for the Post-Literate Man

Moyses Naftali Leal Quitério¹

RESUMO

O presente artigo busca compreender as mídias como uma maneira cultural de transmitir a mensagem da igreja evangélica brasileira. É muito comum ouvir em todo o país as suas vozes no rádio ou na televisão. Portanto, compreender os significados e as repercussões e crescimento é hoje um complexo desafio para as ciências da religião. Daremos o destaque aos pentecostais que souberam assimilar e acompanhar culturalmente as transformações sociais, econômicas e culturais do Brasil. Ademais, existem desafios colocado na mesa. A dificuldade de assimilação e do processo racional-intelectual, ocasionado pelos meios de comunicação gera enormes conflitos no atual homem pós-letrado. Desafios esses causados principalmente pela televisão. Com isso, a humanidade carrega em seu bojo a falta da sua orientação básica da realidade e distanciando cada vez mais da identidade cristã evangélica, que é justamente o entendimento daquilo que se lê.

Palavras-chave: Pentecostalismo, Evangélicos, Mídia, Meios de Comunicação, Ciências da Religião.

ABSTRACT

This article seeks to understand the media as a cultural way to convey the message of the Brazilian evangelical church. It is very common to hear their voices all over the country on radio or television. Therefore, understanding the meanings and repercussions and growth is today a complex challenge for the sciences of religion. We will highlight the Pentecostals who knew how to assimilate and follow culturally the social, economic and cultural transformations of Brazil. Also, there are challenges placed on the table. The difficulty of assimilation and the rational-intellectual process caused by the media generates enormous conflicts in the present post-literate man. Challenges caused mainly by television. With this, humanity carries in its core the lack of its basic orientation of reality and increasingly distancing itself from the evangelical Christian identity, which is precisely the understanding of what is read.

Keywords: Pentecostalism, Evangelicals, Media, Communications Media, Religion Sciences.

Introdução

¹ Mestre em Ciências da Religião e Teólogo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). – Membro do grupo de pesquisa NEP – Núcleo de Estudos do Protestantismo da UPM. moysesl@icloud.com

Na história do protestantismo as mídias tiveram mais aproximações do que distanciamento. Foi com movimento reformador do século XVI que as mídias tiveram um papel fundamental para a aproximação desse meio como uma extensão da religião. A imprensa criada pelo alemão Johannes Gutemberg no século XV em 1445 foi crucial para a propagação dos escritos de Martinho Lutero e os demais influentes da Reforma Protestante. Marshall McLuhan (1969, p.39) afirma que foi graças a intensidade da imprensa que “permitiu quebrar os elos das corporações e mosteiros medievais”.

A evolução magistral da imprensa à eletricidade deu uma nova guinada na humanidade. Como por exemplo a revolução industrial² que não aconteceria sem a luz elétrica. Contudo, poderíamos ainda estender nossas e ver o quão difícil seria o atual homem da cidade viver sem o poder – literalmente – da eletricidade. Com o avanço rápido da potência elétrica o mundo se mostrou em constante mudança e dificilmente será o mesmo nos próximos séculos.

Essas mudanças refletem diretamente na interação do ser humano com o sagrado. A evolução carregou em seu bojo profundas mudanças na religião. A interação do homem com o sagrado passou a ter novas interpretações e interações. As instituições religiosas utilizaram os novos meios de comunicação como uma voz amplificadora para fora dos muros de suas igrejas. O moderno movimento pentecostal, oriundo – ainda que distante? – da Reforma Protestante acompanhou rapidamente este avanço tecnológico. A comunicação em massa possibilitou aos fiéis ouvir a “voz de Deus” por meio dos seus líderes espirituais. A radiofonia rapidamente tornou-se um eficaz veículo proselitista. Cunha (2017, p. 27), dissertou que as “igrejas nunca rejeitaram as mídias, aliás muito pelo contrário”. Em sua alomorfia, as igrejas evangélicas³, principalmente as pentecostais compreenderam muito bem esse processo da comunicação como um meio de convencimento e passou a buscar rapidamente a hegemonia de seus grupos.

² Revolução Industrial foi a transição para novos processos de manufatura no período entre 1760 a algum momento entre 1820 e 1840. Esta transformação incluiu a transição de métodos de produção artesanais para a produção por máquinas, a fabricação de novos produtos químicos, novos processos de produção de ferro, maior eficiência da energia da água, o uso crescente da energia a vapor e o desenvolvimento das máquinas-ferramentas, além da substituição da madeira e de outros biocombustíveis pelo carvão. A revolução teve início na Inglaterra e em poucas décadas se espalhou para a Europa Ocidental e os Estados Unidos.

³ Na América Latina o termo evangélico abrange as igrejas protestantes históricas (Luterana, Presbiteriana, Congregacional, Metodista, Anglicana, Adventista, Batista), as pentecostais (Congregação Cristã no Brasil, Assembleia de Deus, Evangelho Quadrangular, Brasil Para Cristo, Deus é Amor, etc.) e as neopentecostais (Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça de Deus, Renascer em Cristo, etc.).

Stewart M. Hoover (2014, p. 105-106) entende que essa cascata de tecnologias de comunicação carrega em seu bojo promessas grandiosas, mas também sempre destacou grande alarme. Hoover afirma que falar sobre mídia, religião e cultura, têm mais elementos em comum do que o contrário. Isso significa para ele que a “mídia e religião estão juntas num amplo contexto de modernidade social, cultural e econômico.”

Não resta dúvidas que as emissoras de rádios e televisão constituem os principais negócios e importantes meios de riquezas para muitas instituições religiosas, consideradas midiáticas em seus grupos. A quase cinquenta anos atrás McLuhan (1969) já dizia que a medida que a tecnologia avançasse a informação se tornaria um bem de consumo mais importante e consequentemente valioso de grandes corporações. Não demorou para que essa afirmação ganhasse cada vez mais discussão e aceitação.

Além disso, poderíamos destacar que os meios de comunicação como uma forma de legitimação política e influência no atual cenário religioso brasileiro torna alvo de críticas, principalmente o arsenal midiático dos evangélicos pentecostais. Inúmeros artigos, dissertações e teses tecem crítica a esse novo facciosismo do movimento. Entretanto, não concentraremos nossos esforços na estrutura oligárquica e caudilha desses movimentos. Entendemos que esse é um caminho que já temos material bem significativos.

Logo, tentaremos suspender as inquietações supracitadas e na contramão da afirmação, perguntamos: Seria realmente danoso esse novo meio de comunicação aos grupos evangélicos, em especial aos pentecostais? Essa é a proposta desse texto. Pressupor que existe um novo caminho entre os meios de comunicação e a religião. Portanto, nossas lentes nesse texto se darão ao subjacente.

1. A mídia como “vitrine da publicidade moderna”

Hoover (2014) observou um estudo das primeiras rádios fundamentalistas nos Estados Unidos. Ele ouviu atentamente os estudos do historiador Joel Carpenter (1997) que apresentou fontes históricas que revelavam os primeiros líderes religiosos evangélicos sobre a importância da voz na radiodifusão. As vozes influentes descobertas por Carpenter revelaram que o argumento para colocar as mensagens no “ar” era que o rádio permitiria projetar a mensagem “[...] nas vitrines da publicidade moderna”.

Entretanto, Hoover (2014, p.111) reconhece a ideia do poder simbólico e da projeção da visão por parte das instituições. Isso significa dizer que as instituições religiosas transmitem uma legitimidade implícita pelos meios de comunicação. Em suas duas décadas de estudos Hoover observou que muitas pessoas que foram entrevistadas ou seus informantes foram atraídos por essas igrejas por conta do que representavam. Essa legitimação estava na “projeção da visão de mundo evangélica no contexto secular dos meios de comunicação”. Isso mostra que a mensagem evangélica visível nas mídias pública foi de grande estratégia e importância cultural. Ele salienta a necessidade de projeção por parte da religião:

A necessidade de projetar-se para o espaço é também importante. Em minhas conversas líderes religiosos em Gana no Brasil e nos EUA. Eu ouvi a mensagem consistente de que as religiões hoje devem encontrar o seu caminho na esfera da mídia para existirem – e muito menos a ideia de existir com credibilidade e com autenticidade. (Hoover, 2014, p.111).

A ideia de Hoover (2014) também está implicitamente no pensamento de Alexandre Brasil Fonseca (2003) que destacou quatro pontos na importância midiática dos evangélicos: Primeiramente para divulgar uma “mentalidade evangélica”. Nesse caso, ele acredita que tem um papel tão importante quanto ao das escolas, universidades, editoras, gravadoras, etc. De alguma maneira, a abordagem religiosa na mídia dos evangélicos propaga uma visão de mundo. Em segundo lugar, a mídia regula e produz os bens simbólicos culturais e, com isso, fornece educação e informações sobre variados temas. Em terceiro lugar, possui a capacidade de oferecer em certos limites um “senso de comunhão ou comunidade entre seus telespectadores”. Em quarto lugar, oferece a participação de uma pequena parte dos fiéis para essa atividade na igreja e, por último, reforça a fé daqueles que já são crentes, ou seja, propõe um estereótipo social comum para o mundo evangélico.

2. Meios de comunicação são realmente importantes para as igrejas?

Mediante ao exposto até aqui caberia uma pergunta: A mídia como uma ferramenta, ou se preferir, um meio da modernidade e extensão do homem poderia então, ser utilizado como estratégia para transmitir a “mensagem” que é tão importante para os evangélicos, uma religião expansionista? Fonseca (2003) afirma que pode ser um meio. Contudo, ele acredita que podem haver perigos e a mensagem cristã torna-se irrelevante.

Possivelmente a preocupação dele é que a mensagem se torne em um caráter comercial e com isso podem ocorrer uma série de deturpações.

Para Willian Fore (1993) existe um caráter das comunicações para as religiões. Ele entende que é necessário “aprender a relacionar o Evangelho com a cultura no sentido que cada um complementa o outro”. Isso então significa dizer que “televisão tem sido o grande formador de nossa cultura, o grande produtor de mitos de nosso tempo”. (Fore, 1993, p. 56-59 apud Fonseca, 2003, p.90). Fore (1993) entende que a televisão enquanto produtor de mito é de extrema importância e torna-se uma ferramenta para a igreja, com limitações. Em sua visão Ele entende que tanto o rádio quanto a Televisão possuem um papel de pré-evangelismo:

Você não pode esperar que o rádio e a televisão ocupem o lugar da igreja; eles simplesmente não podem criar relacionamentos pessoais, o que é essencial em qualquer comunidade genuína. Podemos usar a mídia para afirmar pessoas e acontecimentos que têm sido capazes de negociar criativamente e como fé em situações de fronteira. (Fore, 1993, p. 62 Apud Fonseca, 2003, p. 90).

Portanto, significa dizer que a mídia merece críticas quanto a impessoalidade e os altos custos. Entretanto, a maioria dos líderes e seus respectivos fiéis, entendem que a mídia seria um veículo para a evangelização, educação e edificação, tanto aos convertidos quanto aos não-convertidos. Os fiéis quando pensam na mídia, não encaram como uma relação de entretenimento ou informação, mas uma persuasão espiritual, pois eles creem que todos precisam da salvação pessoal.

Contudo, Fonseca (2003, p.78) ecoa as preocupações de John Thompson (1998, p. 11), que é o destacamento do “aspecto cultural da mídia e o seu importante papel ao tecer redes de significado”, ou seja: “comunicação midiática é, em seu sentido fundamental, um retrabalho das características da vida social, uma reorganização de caminhos [...] e conteúdo simbólico” e que “são trocados no mundo social e reestruturados nos caminhos, nas quais os indivíduos se relacionam uns com os outros”. A preocupação está relacionada somente ao tratamento de aspectos simbólicos e técnicos da mídia. Com isso, esquecemos das “complexas condições sociais que caracterizam a produção e a circulação de informações”.

As críticas dos religiosos quanto ao uso das mídias se dão geralmente por dois fatores: a mensagem veiculada não se dirige a uma pessoa. A impessoalidade torna-se o grande vilão e os altos custos para manter essas mídias, pois é a igreja que arcará tais

despesas de maneira comunitária. Para uma melhor análise da crítica, destacaremos os três tipos de interação descritos por Thompson (1995).

No dia-a-dia, vivemos os três tipos dessas relações: 1- interações pessoais (face a face); 2 - interações mediadas (e-mail, telefone, carta); 3 - quase-interação mediada. Fonseca (2003, p. 89) explica que nos dois primeiros casos, as formas simbólicas são produzidas para um número restrito de receptores elas são dialogais, e a terceira é monológica. Partindo desse pressuposto, não é um caminho para a igreja efetivar a sua ação, e o que justifica tal explicação é que a religião é um meio de *religare*⁴ do homem com Deus e consigo próprio. Para que isso seja alcançado, as interações face a face são constantemente almejadas.

3. O pentecostalismo e o uso das mídias no Brasil

Os evangélicos no Brasil foi um movimento de minorias a algumas décadas atrás no Brasil. O último censo do IBGE realizado em 2010, apontava que um a cada cinco brasileiros eram evangélicos. Hoje, graças ao pentecostalismo, um grupo pertencente ao movimento que ganha olhares cada vez mais aguçados da mídia e academia. Pesquisas mais recentes apontam 600 milhões de adeptos ao pentecostalismo no mundo. No Brasil trata-se da maior comunidade pentecostal do planeta⁵. Os pentecostais é que alavancam em termos demográficos os evangélicos no Brasil. Um a cada sete pessoas no Brasil são pentecostais. Os pentecostais descolaram do evangélicos-tradicionais a muito tempo. A

⁴ A palavra Religião é derivada do latim *religare*, que significa religar, ou seja, religar o ser humano a Deus.

⁵ Ricardo Mariano destaca do favorecimento do contexto social brasileiro para o crescimento do pentecostalismo: “Vários fenômenos têm contribuído, em maior ou menor medida, para o crescimento pentecostal desde meados do século passado. No plano jurídico, a separação entre Estado e igreja e a garantia de liberdade religiosa permitiram a inserção e criação de novos grupos religiosos no país, bem como sua expansão e legitimação. O que, por sua vez, possibilitou a formação e consolidação do pluralismo e de um mercado religioso. Nos planos social e econômico, a enorme desigualdade social, a explosão da violência e da criminalidade urbana, as altas taxas de pobreza, a elevada proporção de lares monoparentais, chefiados por mulheres pobres, a precariedade da situação de grande parte dos trabalhadores no mercado de trabalho, sobretudo no informal, favorecem uma religião que tende a direcionar sua missão de salvação aos sofredores e desprivilegiados. [...] Nos planos cultural e religioso, a disseminada religiosidade popular, marcada por crenças e práticas de cunho mágico e taumatúrgico de matriz cristã, o elevado contingente de católicos não praticantes e a relativa fragilidade institucional da Igreja Católica, caracterizada pelo baixo número de vocações sacerdotais e de padres, facilitam o trânsito religioso e o trabalho evangelístico dos pentecostais. E, no campo político, os pentecostais têm sido demandados a participar da política partidária e influir na esfera pública por candidatos, partidos e governantes.” Disponível em: <<http://portal.metodista.br/fateo/materiais-de-apoio/artigos/o-pentecostalismo-no-brasil- cem-anos-depois-uma-religiao-dos-pobres>> acesso em 18 de junho de 2018.

segunda maior igreja do país é uma pentecostal. A Igreja Evangélica Assembleia de Deus⁶ contava em 2010 com mais de 12 milhões de fiéis.

Para Leonildo Silveira Campos (2008) o pentecostalismo utilizou-se dos meios de comunicação para o seu crescimento. O uso da ferramenta não foi um desafio para o movimento pentecostal, mas a solução. A utilização do rádio na década de 1960 foi o grande propulsor do movimento no Brasil. Igrejas como, O Brasil para Cristo (OBPC) e Igreja Pentecostal Deus é Amor (IPDA), se utilizaram massivamente para ganhar espaço no campo religioso que era predominantemente católico. O rádio foi uma ferramenta para ampliar a voz com o intuito de obter mais adeptos, propagar a eficácia de milagres e prodígios que somente aquela instituição era capaz de oferecer.

Polato (2015, p. 35) destaca que o missionário David Miranda, fundador da IPDA começou a comprar emissoras praticamente falidas e as utilizava para transmitir massivamente a programação de sua igreja. A sua guinada na era da radiofonia foi a compra de rádios potentes, como a Universo de Curitiba – Paraná, transmitindo cultos para vários países da América do Sul. Em 1991 a IPDA possuía cerca de 20 emissoras próprias, além de centenas de horas compradas no Brasil e em outros países.

Naquele período, o autor Prado (1969, apud POLATO, 2015, p. 32) descreveu que a grande São Paulo possuía 64 programas radiofônicos, sendo que “34,3% eram pentecostais; 9,3%, adventistas; 9,3%, presbiterianos; 12,5% batistas e 34,3%, de outras denominações não especificadas. Até o presente momento, vê-se que a mídia radiofônica tinha sido uma das principais modelos de “evangelização de massa”, utilizadas por evangélicos no Brasil, em especial os pentecostais, para propagar a sustentação de suas instituições.

A escolha pela radiodifusão era simples. Foi uma iniciativa que tinha dado certo nos Estados Unidos. Um veículo de comunicação em massa mais acessível no Brasil, comparado com programas de televisão naquele período, sua retórica voltada ao público simples e pobre, que logo seria impactado pela mensagem transmitida. Polato (2015, p. 50) destaca a importância do uso do rádio para os evangélicos pentecostais:

O rádio tem o maior alcance de público, seja pelo tipo de linguagem utilizada, pelo seu poder de mobilização, pela capacidade de divulgação instantânea de

⁶ É bem verdade que inúmeras igrejas levam o nome “Assembleia de Deus” geralmente são seguidos por seu ministério (Belém, Madureira, Belém, Ipiranga, Vitória em Cristo, dentre outras centenas). De qualquer modo, formam, de longe, o maior conjunto de igrejas evangélicas do Brasil.

informações. É um veículo com vantagens consideráveis. A possibilidade de direcionar o público-alvo é mais fácil no rádio do que na televisão.

Mais tarde, na década de 1990 o neopentecostalismo⁷ acompanhou o desenvolvimento tecnológico junto a ascensão social, política e econômica do país. Tais instituições entenderam que a estratégia e alto investimento na comunicação era uma das formas mais eficientes de proselitismo, poder e crescimento. Para se ter uma dimensão do tamanho do movimento em que os neopentecostais estavam entrando, Cunha (2008, p. 49) relatou que “cerca de 10% da economia mundial passam a ser centrados na informação e na comunicação”. Além disso, “a previsão é de que, no século XXI, a indústria da comunicação e informação se consolide como a maior do mundo.” Ademais, essa informação reforçou que o McLuhan (1969) disse a cinco décadas atrás.

O neopentecostalismo, passou a trabalhar com propostas baseadas em curas, prosperidade e exorcismo, começou a reprocessar os traços da religiosidade popular brasileira. Campos (2008, p. 18) destaca que os neopentecostais passaram de “compradores de espaço a proprietários de suas próprias redes ou emissoras”, como o Bispo Edir Macedo da IURD que adquiriu a Rede Record, por mais de US\$ 44 milhões, assumindo um compromisso de pagar uma dívida de US\$ 300 Milhões.

Outra instituição que conseguiu seu espaço na televisão, foi a Igreja Internacional da Graça de Deus com o seu líder e fundador R.R. Soares. Em 1999, adquiriu a RIT e então começou a transmitir a programação da igreja. Outra igreja que tentou comprar uma emissora foi a Igreja Apostólica Renascer em Cristo, cujos fundadores, Apóstolo Estevam Hernandes e sua esposa Bispa Sônia Hernandes compraram a Rede Manchete, mas tiveram problemas jurídicos e financeiros posteriormente. (Campos, 2008).

Essa inserção pentecostal nos meios de comunicação mostra o pluralismo e competitividade do movimento e se apresenta como um avanço da modernidade e vem corroborando para uma reconfiguração da fé. Não há dúvidas que o pentecostalismo recalitra o protestantismo, principalmente no que diz ao empreendedorismo, participação, adaptabilidade. O movimento foi o que mais cresceu nas últimas décadas

⁷ Neopentecostalismo: É uma tipologia adotada por teóricos das ciências sociais para esclarecer e definir o movimento pentecostal mais contemporâneo no Brasil. As Igrejas pentecostais fundadas a partir da década 1970 tiveram o prefixo *neo* acrescido. A grande progenitora do movimento é a Igreja Universal Do Reino de Deus.

com uma intensa utilização de mídias da época, acompanhando o desenvolvimento do país.

4. “A era da escrita passou, qual será a nova metáfora”⁸

Observamos até aqui que esses espaços midiáticos ocupados pelos evangélicos propõe uma representação estrategicamente cultural. Contudo, agora, convido ao leitor a entender primeiramente o que significa realmente os meios de comunicação em nossa era. Para isso utilizaremos do texto McLuhan (1969) nesse primeiro momento para tentarmos perceber a complexidade social que estamos inseridos. Apesar de suas obras produzidas a algumas décadas atrás, seus textos ainda reproduzem discussões na academia causando inquietações e gerando novos saberes.

McLuhan (1969) afirma que estamos em uma era do homem pós-letrado. Se ele tiver razão, significa dizer que a percepção da humanidade tem de Deus, do “eu” ou do mundo são diferentes do homem do letrado e do homem pré-letrado. Explico. A cultura oral foi substituída pela escrita dos gregos e a partir de Platão a palavra escrita tinha se desenvolvido um novo ambiente, e que, portanto, começará a destribalizar o homem. Com o advento do homem individual e destribalizado, uma nova educação foi necessária. Desde então a educação tem a linguagem programática do Ocidente. Na era da eletrônica, a classificação dos dados cede ao reconhecimento de estruturas e padrões. McLuhan (1969, p.11) disserta que “hoje [na época], o jovem estudante cresce num mundo eletricamente estruturado”. Não é mais um mundo redondo, “mas de circuitos, não é mundo de fragmentos, mas de configurações e estruturas”.

Harvey Cox (1970) ecoa McLuhan (1969) e afirma que não é mais possível esquematizar o pensamento fecundo. Ou seja, a medida que a tecnologia dos meios de comunicação avançou, ela mudou concomitantemente o modo cultural de perceber a realidade. Tais diferentes tecnologias de comunicações propuseram diferentes “codificações da realidade”. Isso mostra, que a cosmovisão que temos com as experiências do *eu* são totalmente transformadas pelo surgimento de novas técnicas de comunicações. Cox (1970, p.37) parafraseia McLuhan (1969), e afirma que o ser humano

⁸ McLuhan (1969).

“colocou de lado as categorias cíclicas do mito e adotaram uma perspectiva linear que estava de acordo com os caracteres escritos de um lado a outro de uma superfície”.

Essa mudança causou continuas metamorfoses religiosas e sociais. Mcluhan (1969) observa que com o aparecimento da escrita, o ser humano mudou sua maneira de perceber o espaço e o tempo. E a imagem visual eletrônica começou a tirar a palavra escrita que era o principal meio de comunicação. Podemos, contudo, afirmar que a nossa visão de mundo, ou melhor, da escrita, diferiria largamente do estilo de vida das culturas tribais que eram pré-letradas.

A era da eletrônica teve a capacidade de criar um novo ambiente. Nas últimas décadas Mcluhan (1969) aponta para uma humanidade que vem substituindo a cultura do livro por uma visão de imagem eletrônica. Isso mostra que tais transformações causariam mudanças em toda a estrutura e cultura. Como somos homens e mulheres de nossa época não temos a dimensão das transformações que ocorrem em nosso cotidiano. Se tudo isso tiver sentido para o século XXI, poderíamos então afirmar que a era da “Escrituras”⁹ passou e que, portanto, devemos inventar uma nova metáfora.

Mcluhan (1969) compreendia que o mundo estava cada vez mais em transformações e que a humanidade estava sob uma luz diferente. Vejamos, nossa geração leu, viu e ouviu falar da maioria das coisas antes de vê-las. Agora, pelos meios de comunicações, do rádio, televisão e *smartphones* (digital), os nossos filhos veem as coisas primeiros e depois aprendem a ler sobre elas. Isso pode ser até interessante por um lado, mas Mcluhan (1969, p.14) salienta que “a criança culturalmente retardada é a criança-televisão”, pois “a televisão propiciou um ambiente de baixa orientação visual e alta participação, o que torna muito difícil a sua adaptação ao nosso sistema de ensino”.

Cox (1970) traz *insights* interessantes de Mcluhan (1969), para ele muitos lares tem a televisão como a principal fonte de percepção do mundo político, social, econômico e entretenimento situado além de suas próprias experiências. Os jornais, revistas e livros exercem um papel secundário. Isso significa dizer que o homem pós-letrado não saberá mais ler. Cox (1970, p.38) entende que o homem “estará apto a ler, exatamente como o

⁹ As Escrituras foi um termo bastante utilizado na Reforma Protestante, a partir do século XVI. Martinho Lutero, João Calvino e os demais reformadores diziam que as “Escrituras” eram a Palavra inspirada por Deus. Ou melhor a Bíblia.

homem letrado pode ouvir histórias e canções, mas a leitura já não lhe proporcionará sua orientação básica para a realidade”, isso por que a sua “percepção fundamental é determinada pela lógica da imagem eletrônica”.

Na tentativa de exemplificar Cox (1970, p.38) propõe a observamos a tarefa de assistir um filme e ler um livro de romance. Na leitura do livro de romance, ainda que uma atividade de leitura corrente tivemos que aprender a ler e escrever. Além do imperativo que se aplica. No filme não é mais necessário “aprender” a ver um filme. A experiência não requer o domínio de uma linguagem ou que se aprenda a ler a própria língua. Além disso, “o livro começa por um processo racional-intelectual e pode levar ao envolvimento emocional, a experiências de assistir a um filme é caracterizada pelo reverso”. Ou melhor: “o espectador se expõe a uma experiência mais direta e imediata que pode *talvez* dar origem a uma resposta intelectual.”

Contudo, ainda existe uma diferença que Cox (1970, p.38-39) considera mais importante. “O leitor segura o livro nas mãos, pode desviar dele os olhos, fechá-lo ou atirá-lo na lareira, mas o espectador de cinema não tem tal controle sobre o filme”. Caso o leitor “desvie a vista, o filme continua a passar. Se perder um pormenor, não pode voltar atrás”. A leitura é uma atividade solitária e é necessário concentração e quanto mais sozinho estiver melhor. No cinema é ao contrário, por fim, “acendemos as luzes para ler, mas para ver um filme apagamos”. Isso propõe profundas mudanças da leitura para o visual, com alterações na percepção primordial da realidade. Esse modelo de pós-letrado (o homem da televisão ou do cinema) observa o mundo sem o sentimento de controle crítico que o leitor de livro desenvolve.

Toda essa discussão nesse subtema é importante para destacar a profunda mudança que estamos vivendo em nosso tempo. Do homem letrado para o homem pós-letrado. É bem verdade que McLuhan (1969) e Cox (1970) não dispusera a analisar a internet como um novo modelo do meio de comunicação, que diferente do rádio e da televisão esta imbricado desde crianças a homens como sendo um sexto sentido. Mas e o que tudo isso tem haver com a religião? A profunda relevância dessa discussão é que para os protestantes (evangélicos) tem por excelência a religião do “Livro”. E que, portanto, nasceu com a utilização da mídia, no caso o desenvolvimento da imprensa. Os protestantes têm por insistência o direito e dever de ler e escrever, ou seja, estudar as

“Escrituras”. Cox (1970, p.40) tem a “imagem clássica do protestante seja a do crente individual, sentado a sós com a sua Bíblia, lendo de maneira reverente, mas também crítica”.

A preferência pelo visual, seja pela televisão ou celular dá ao homem um novo modo de *ser* e de se *comportar*. O novo homem é agora um produto do meio eletrônico e que, portanto, segue rumo a uma nova dimensão da pós-escrita. Isso indica, possivelmente que esta se adaptando a essa nova maneira da religião, ligação com o divino. Além disso, vimos na primeira parte do texto como Hoover (2014) entende a mídia como uma presença cultural e legitimação por partes dos evangélicos.

Considerações Finais

As mídias foram uma forma de comunicação e divulgação dos escritos do movimento reformador do século XVI. A imprensa e a reforma eram produtos de sua época, e que, portanto, não tiveram problemas para se aliarem. Isso, causou grandes transformações na mensagem propagada. A importância da escrita e leitura foi um marco do desenvolvimento econômico, social e cultural da humanidade. Contudo, o advento da eletricidade com os meios de comunicação ganhara poder, literalmente. Essas transformações foram também seguidas por movimentos religiosos de sua época, que não tiveram dificuldade em utilizar como um meio de divulgação.

Os evangélicos brasileiros compreenderam – ainda que de maneira inconsciente – esse importante meio como um objetivo de transmitir a mensagem para humanidade. Como vimos no texto, os pentecostais tiveram um grande destaque com a utilização dos meios de comunicação em massa e fizeram de tais ferramentas impérios midiáticos. A igreja evangélica, como um produto do meio de sua época, soube ler essa faceta cultural e deu a devida importância. Os objetivos para essa importância estiveram ligados a legitimação e a presença do movimento que saiu da minoria à relevância no cenário religioso brasileiro.

Contudo, essa nova cultura midiática em que fazemos parte corrobora para uma nova reconfiguração do homem. O homem pós-letrado não está mais interessado na leitura e escrita. Isso não importa mais para ele. Os meios de informações preferências de famílias são agora a televisão e *smartphones*. E como vimos, isso pode causar uma

deficiência no “processo racional-intelectual”. E, portanto, perdendo a sua orientação básica da realidade. McLuhan (1969) aponta essa deficiência como a falta de percepção fundamental é determinada pela lógica da imagem eletrônica.

As mensagens transmitidas pelos meios de comunicação podem até surgir um efeito de aproximação. Fonseca (2003) entende ser possível a interação entre igreja e mídia, mas alertou a possibilidade de ser tornar irrelevante. Contudo, Hoover (2014) destaca a “projeção da visão de mundo evangélica” como algo importante para o homem da atualidade. Porém, reside um desafio que os meios de comunicação possivelmente encontram dificuldades. A religião em um âmbito geral, traz os aspectos do *religare* que é religar o homem a divindade. A limitação dos meios de comunicação esta no fato de funcionar somente como um mediador cultural.

Outra reflexão a ser realizada é a importância que o protestantismo tem da escrita, e que estão umbilicalmente ligados pela história. Isso pode parecer um problema para a religião de nossa época que tem a importância do *saber* e *crer* como algo primordialmente inaugurado na “religião do Livro” ou das “Escrituras” que é assim conhecido. Cox (1970) faz alusão a imagem do homem individual, sentado sozinho com a sua Bíblia. Nessa nova era dos meios de comunicação houve profundas mudanças no intelecto da humanidade e o homem passou de letrado para o pós-letrado. Talvez, a alusão não é mais o homem individual sentado com o Livro Sagrado e sim com os dispositivos eletrônicos, como o Rádio, Televisão e *Smartphones*.

Por outro lado, pensando em uma saída, a “pregação” sempre teve um papel de importância no primeiro século da Igreja. Os evangelhos do Novo Testamento da Bíblia mostram que o ministério de Jesus é regularmente caracterizado em termos de pregação. No livro de “Atos dos Apóstolos” a conversão ao cristianismo se dá pela pregação. Mais adiante, o Apóstolo Paulo, tido na história acadêmica como o fundador do Cristianismo exercer de modo marcante o modelo evangelístico de pregação. Partindo desse pressuposto, os meios de comunicação são produtos de nossa contemporaneidade e que, portanto, podem servir como um meio de pregação. Contudo, existem enormes desafios.

As discussões aqui apresentadas são introdutórias, mas que permite ao leitor a perceber que o uso das mídias é uma ferramenta que esta ligada ao homem atual. McLuhan (1969) a quase cinco décadas atrás instigou seus estudos com conceitos proféticos do

conflito do homem letrado para o pós-letrado. Essas mudanças estruturais que ocorrem diariamente mostram que essa discussão seguirá como ciência e gerará profundas discussões críticas e abertas entre argumentos. Ampliando a expansão do escopo da argumentação, será, certamente, importante para o debate e contribuição acadêmica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMPOS, Leonildo S. *Teatro, Templo e Mercado: Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Vozes: Rio de Janeiro, 2007.

_____. *Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de Acertos e Desacertos*, Revista de Estudos da Religião, São Paulo, pp. 1-26, 2008.

CUNHA, Magali do Nascimento. *Do Púlpito às Mídias Sociais: Evangélicos na política e ativismo digital*. 1ª ed. Curitiba, Editora Prismas, 2017.

FONSECA, Alexandre Brasil. *Evangélicos e Mídia no Brasil*. Editora Universitária São Francisco – Bragança Paulista SP, 2003.

FAJARDO, Alexander. *A Atuação dos evangélicos no rádio brasileiro: Origem e expansão*. Dissertação de Mestrado - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2011.

HARVEY, Cox. *Que a serpente não decida por nós*. Editora Civilização Brasileira. Rio de Janeiro. 1970.

HOOVER, Stewart M. Dimensões emergentes do “religioso” na cultura midiática. Em: *O estudo das religiões: entre a história, a cultura e a comunicação*. (orgs.) Eliane Moura Silva, Helmunt Renders e Leonildo Silveira Campos. São Bernardo do Campo. Editora Universidade Metodista de São Paulo, 215p. 2014.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Editora Cultrix. São Paulo - 1ª edição 1969 – 19ª impressão 2007.

POLATO, Fábio Sebastião. *O uso do rádio e da TV por instituições religiosas: Um fenômeno crescente nos mais variados canais de comunicação*. Trabalho de conclusão de curso – Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2015.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna - Teoria crítica na era dos meios de comunicação de massa*. São Paulo: Vozes, 1995.