



Tear Online é licenciada sob uma Licença Creative Commons.

## EVANGÉLICOS NA TV

---

### Evangelicals on TV

Denise Santana <sup>1</sup>

#### Resumo:

O diálogo com a sociedade é uma ideia defendida pelo teólogo Paul Tillich e que atualmente as igrejas evangélicas estão praticando. A televisão foi o meio escolhido para esse relacionamento. A escolha não é aleatória. Esse meio de comunicação de massa é o de maior abrangência no Brasil. Dados oficiais afirmam que existem mais aparelhos de televisão do que geladeiras na casa dos brasileiros. Mas os programas exibidos têm qualidade técnica? Qual o conteúdo doutrinário exibido? É importante a igreja sair das quatro paredes e se socializar? Por quê? Este artigo pretende analisar estas questões.

#### Palavras-chave:

Televisão (TV). Comunicação de massa. Igreja evangélica.

#### Abstract:

The dialogue with society is an idea championed by theologian Paul Tillich and currently evangelical churches are practicing it. The television was the chosen medium for that relationship. The choice is not random. This means of mass communication is the one of greatest reach in Brazil. Official statistics state that there are more television sets than refrigerators in the houses of Brazilians. But do the programs displayed have technical quality? What is the doctrinal content displayed? Is it important to leave the four walls of the church and socialize? Why? This article aims to examine these issues.

#### Keywords:

Television (TV). Mass communication. Evangelic church.

\*\*\*

A igreja evangélica está na telinha produzindo programas. Isso é ótimo e deve ser incentivado. Mas os programas são bons? No que a programação deve melhorar? Qual a importância da televisão no Brasil?

---

<sup>1</sup> Denise Santana é jornalista, professora e teóloga. Atualmente faz mestrado em Ética e gestão pela Escola Superior de Teologia (EST), São Leopoldo, RS, Brasil. Contato: [jornalista.denise.santana@gmail.com](mailto:jornalista.denise.santana@gmail.com)

Vamos começar respondendo à última pergunta. A TV é o maior meio de comunicação de massa brasileiro. Por meio dela alcança-se o maior número de pessoas, no menor espaço de tempo, apesar de ter um custo alto.

A importância da TV no Brasil é significativa. A pesquisa “Retrato da Leitura no Brasil” (INSTITUTO PRÓ-LIVRO; IBOPE INTELIGÊNCIA, 2011 APUD VEJA, 2012) confirmou que assistir à TV é o passatempo favorito dos brasileiros nos momentos livres. A leitura foi reduzida de acordo com o mesmo estudo. Só para se ter uma ideia da força desse gigante, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) 2011, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE APUD G1 2012) aponta que há mais televisores disponíveis no Brasil do que geladeiras. Mais de 90% dos lares têm, pelo menos, um aparelho de televisão.

A TV é o maior meio de comunicação de massa do Brasil. É um veículo que tem programação que visa o entretenimento, a informação como prestação de serviço (que é rasa e superficial) e, raramente, ao debate social. A falta de aprofundamento, de mais explicações para melhor esclarecer as pessoas, aponta para outro problema: é desse meio que os brasileiros mais recebem informação. Isso significa que bebem de uma fonte rasa, sem análise crítica, com visão unilateral. Não generalizando, pode-se afirmar que, ao assistir à TV, a pessoa toma a posição passiva, apenas receptora da informação. Não tem a oportunidade de interagir, debater, aprofundar-se. Os comunicadores é que decidem o que as pessoas assistem, o que será pauta nacional ou não. A TV é criticada e enaltecida. O saber emanado do aparelho é saber comum porque todas as pessoas veem as mesmas informações. A TV não permite uma escolha, vê-se o que foi programado. A TV não tem troca, não há público no momento da produção de um programa, não há interação, como em uma peça de teatro, por exemplo. Há o papel de imobilizador do público. Ela é distante, mas passa a ideia de ser familiar e as pessoas recebem seu conteúdo com naturalidade. Apresentadores querem parecer naturais, como em um bate-papo.

Mas também tem pontos positivos: reúne vários veículos em um, como teatro, cinema, música, literatura. É uma conquista e uma revolução do meio eletrônico. Propicia contato entre regiões distantes, culturas diversas. É o maior entretenimento da sala de estar no Brasil. Difunde maciçamente ideias, conceitos. É instantânea, mundial e está em todas as classes sociais.

Ignorar a TV significa ser desatualizado. Esse meio de comunicação de massa tem a força de alcançar um grande público, num curto espaço de tempo, a custo baixo para a população, que hoje pode comprar bons aparelhos em várias parcelas. É uma janela aberta para o mundo. A imagem corre o globo terrestre em segundos, abordando conteúdo político, econômico, de entretenimento, religioso, entre outros. Ligar um aparelho significa conectar-se com a realidade da vida.

Vendo TV, sem que se perceba, as pessoas podem negar seus referenciais éticos, morais, religiosos para incorporar o que é oportunizado.

Boa e ruim, mas de importância singular, a TV transformou e transforma a vida. TV é vitrine. Consequentemente, todo conteúdo que expõe vende, seja de qualidade ou não.

É nesse meio de comunicação que a igreja contemporânea se inseriu. TV é uma excelente ferramenta para se propagar o amor de Jesus. Por meio dela a igreja tem a oportunidade de divulgar ideias, evangelizar, se inserir no mundo, responder às perguntas existenciais das pessoas, dialogar com a sociedade como defendeu o teólogo Paul Tillich.

A comunicação está presente na vida das pessoas. É impossível não praticá-la. Quanto à teologia, o desafio é fazê-la dialogar com a sociedade.

A teologia cristã tem a missão de divulgar o Evangelho de Jesus Cristo. O teólogo deve ter em mente que a sua teologia tem que interagir com as pessoas. Em outras palavras, é preciso dialogar, comunicar, relacionar, ser inter e multidisciplinar. Por meio da TV, a igreja atual está manifestando o interesse de dialogar com o secular, apresentando-lhe o Evangelho de Jesus.

Muitos teólogos defendem esse pensamento e a necessidade de a igreja realmente construir uma relação social.

O teólogo e filósofo Paul Johannes Tillich (1886-1965), um expressivo pensador do século XX, é um deles. Seu pensamento foi marcado pelo existencialismo, sendo uma das primeiras pessoas a defender a interdisciplinaridade quando ninguém falava sobre o assunto. O pensamento de Paul Tillich é rico, complexo, multi e interdisciplinar. É um pensar nas fronteiras. Ele comunicou o evangelho não para os cristãos que já estavam dentro das igrejas, mas para as pessoas seculares que precisavam ser alcançadas. Por isso suas ideias cabem tão bem quando o assunto é a igreja contemporânea falar sobre Jesus, via televisão, para a sociedade secular.

Tillich acredita que teologia deve interagir com a vida, com outras áreas do conhecimento como a arte, a história, a filosofia, a política para falar sobre Deus para as pessoas.<sup>2</sup> Nada melhor do que a teologia interagir, então, com a comunicação, por meio da qual a igreja pode falar maciçamente às pessoas pelo uso da TV.

Ele pensou o método da correlação. Mas o que é esse método e que objetivo tem? O objetivo é explicar os símbolos religiosos para o homem secular. O método da correlação é o da pergunta e da resposta. As pessoas fazem perguntas existenciais, por meio da filosofia, e recebem respostas teológicas baseadas na revelação bíblica. Cabe ao teólogo dar respostas às perguntas das pessoas depois de ouvi-las. Nesse método a tarefa do teólogo (entenda-se a da igreja também) é interpretar as respostas da revelação para que seja fiel à mensagem cristã original e explicar esse conteúdo para as pessoas que perguntam sobre Deus, sobre a fé, a vida espiritual. Essas respostas precisam ser interessantes para as perguntas dos homens modernos que são carentes de Deus.

Muitos teólogos não ouvem as dúvidas das pessoas. Somente trazem respostas prontas e as despejam sobre todos. Tillich diz que fazer teologia não é isso. Não pode ser assim. Antes, é necessário ouvir. Depois entender as dúvidas das pessoas. Somente depois é que o teólogo traz as respostas reveladas. Muitas igrejas podem estar vazias hoje porque estão respondendo a perguntas que as pessoas nunca fizeram. É urgente uma adequação, é urgente responder às dúvidas existenciais das pessoas. Tillich propõe essa adequação quando diz que as perguntas da sociedade estão dentro da existência humana, como analisa a ontologia.

O método é um instrumento, um 'caminho em torno de', que deve ser adequado ao assunto. (...) O método da correlação explica os conteúdos da fé cristã através de perguntas existenciais e de respostas teológicas em interdependência mútua.<sup>3</sup>

A igreja, para Tillich, deveria se inserir na existência. Ele não acreditava em respostas teológicas prontas. Ele acreditava no diálogo com as pessoas para evangelizá-las. Mas antes de falar sobre o amor de Jesus, Tillich propunha que os cristãos ouvissem as pessoas, soubessem sobre suas dúvidas existenciais e, a partir daí, a igreja poderia dar respostas teológicas baseadas na revelação divina.

---

<sup>2</sup> TILLICH, Paul. **Teologia Sistemática**. São Leopoldo, Editora Sinodal, 2005. p. 74.

<sup>3</sup> TILLICH, 2005, p. 74.

Não é adequado somente oferecer resposta, como sempre fizeram os teólogos de épocas anteriores, que já as traziam prontas, as doutrinas fechadas, e queriam que as pessoas seguissem, aceitassem. Tem de dialogar, ouvir as pessoas. Tem de ligar pergunta e resposta. Se o homem nunca perguntou, por que só dar resposta para ele? Tillich dizia que as pessoas não querem respostas prontas para perguntas que elas nunca fizeram. Não adiantava trazer Jesus como uma resposta pronta para as pessoas. Antes, era muito bom interagir com elas, ouvi-las, saber de seus questionamentos e, depois disso, apresentar o evangelho como resposta.

O ser humano não pode receber respostas para perguntas que jamais formulou. Ademais, o ser humano formulou e formula, em sua própria existência e em cada uma de suas criações espirituais, perguntas a que o cristianismo responde.<sup>4</sup>

É urgente ouvir a sociedade, considerar a cultura das pessoas. Tillich, com sua teologia apologética, ouvia e se relacionava com as pessoas. Estava interessado nas perguntas delas, em seus pontos de vista.

As respostas implícitas no evento da revelação só são significativas na medida em que estejam em correlação com questões que dizem respeito à totalidade de nossa existência, com questões existenciais. Só as pessoas que experimentaram o choque da transitoriedade, a angústia na qual se tornam conscientes de sua finitude, a ameaça do não-ser, podem entender o que significa a palavra de Deus. Só as que experimentaram as ambiguidades trágicas de nossa existência histórica e questionaram totalmente o sentido da existência podem compreender o que significa o símbolo do Reino de Deus. A revelação responde perguntas que foram formuladas e sempre serão formuladas, pois estas perguntas somos 'nós mesmos'. O ser humano é a pergunta que ele formula a respeito de si mesmo, antes que qualquer pergunta tenha sido formulada.<sup>5</sup>

Como nos propomos, vamos analisar a técnica e conteúdo bíblico dos programas evangélicos de Brasília.

Para analisar a técnica e o conteúdo dos programas evangélicos exibidos na TV aberta, em Brasília, as igrejas selecionadas foram: Batista Central (cujo programa chama-se Um Novo Dia); Batista Ebenézer (Disse Jesus); Comunidade Cristã Ministério da Fé (Programa Ministério da Fé); Casa da Bênção (As Grandes Verdades Bíblicas); e Universal do Reino de Deus (Nosso Tempo). Os pontos analisados foram:

Áudio, luz, fotografia, vestimenta, oratória dos pastores apresentadores – Não foram detectados maiores problemas nesses quesitos. De maneira geral, são bons.

Cenário – a maioria dos programas não produz cenário adequado para as gravações. A Batista Central tem estúdio próprio, mas não o está usando atualmente para as gravações. De modo geral, os programas são basicamente gravados dentro do templo. Em alguns quadros específicos usam o recurso do cromaqui, que dá o efeito visual. Ou seja, produzem um cenário virtual por trás do apresentador. Além de economizar espaço, ainda economiza dinheiro, porque o cenário custa caro. Mas a beleza fica prejudicada, pois nem sempre os técnicos fazem o efeito com qualidade.

Outras vezes, além do templo, os pastores usam o próprio gabinete para gravar quadros do programa. Isso acontece com a Casa da Bênção. Muito desinteressante essa ideia. A única

---

<sup>4</sup> TILLICH, 2005, p. 78.

<sup>5</sup> TILLICH, 2005, p. 76.

exceção são os programas locais da Universal, que têm cenário próprio, mas estes são simples demais, com uma TV de tela plana ao fundo com a logomarca do programa. Muito pobre a produção do cenário para representar a imagem de uma igreja tão próspera financeiramente.

Estúdio e número de profissionais – Todas as igrejas disseram que têm estúdio próprio e não dependem de produtoras. Os profissionais também são fixos, contratados pela própria instituição.

Tipo de gravação – A Central faz todo o programa somente com gravações internas, dentro do templo. As demais igrejas mesclam quadros com gravações internas (templo) e externas em ambientes diversos (rua, acampamento, em outras congregações, na área externa do próprio templo, etc.).

Tempo, periodicidade – De modo geral, o tempo (de todos os programas) é longo demais para a ministração bíblica. Os pastores não têm uma mensagem, um discurso bíblico objetivo e rápido, como deve ser em um programa de televisão. Todos os programas erram por transmitir um discurso longo e, por isso, enfadonho para o veículo. Os pastores não preparam uma mensagem para a TV. Aproveitam as pregações dos cultos e veiculam-nas. Totalmente fora dos padrões. O programa da Igreja Batista Central é de 30 minutos. Os demais são de uma hora. Somente a Universal produz o programa diariamente. As demais igrejas têm periodicidade semanal.

Um detalhe sobre o tempo do programa. Foi observado que o programa da Casa da Bênção, no dia em que o programa foi analisado, não produziu conteúdo suficiente para cobrir uma hora de programação. Por isso, por várias vezes o mesmo quadro foi repetido no mesmo programa. Além de falta de profissionalismo, isso foge totalmente à proposta de novidade, movimento e informação consistente, necessários para atrair o público nesse veículo.

Câmera – Os programas trabalham, no mínimo, com duas câmeras. Isso é fundamental para dar movimento à cena, porque televisão é ação. Não pode uma imagem ficar parada durante vários segundos. Novamente a Casa da Bênção errou. Em um dos quadros gravados dentro do gabinete, o apresentador falou todo o tempo olhando fixamente para uma única câmera. Cansativo e mal produzido.

As imagens do programa da Batista Central também precisam melhorar. Apesar de gravar com duas ou três câmeras, no momento da edição, esse material farto não está sendo utilizado para montar o programa final como deveria, pois as imagens estão muito estáticas, ficando vários minutos somente com a cena do pastor falando, sem inserção de outras imagens, chamadas de imagem de corte. O resultado é ruim.

Já o Ministério da Fé é o oposto dessa descrição. Trabalha com bom jogo de imagens, sempre em movimento, valorizando ângulos diferentes e inserindo cenas interessantes para quebrar a monotonia de uma imagem estática (parada) demais.

Equipe de produção – Em geral, todas as equipes trabalham com pessoal reduzido, trabalhando como free lance (prestador de serviço), sem carteira assinada. Quanto à capacitação técnica dos profissionais envolvidos, as igrejas trabalham com produtores formados na área de Comunicação e Marketing, mas nem sempre evangélicos. Os demais profissionais são apenas técnicos.

Formato – O básico de todos os programas é a pregação bíblica (veja comentário sobre esse ponto na análise do conteúdo). Depois disso, há pouca inovação. Não se exploram novidades. A Batista Central é a pior nesse quesito. Somente veicula uma cansativa mensagem de quase 30

minutos, com o pastor pregando. Poucas vezes insere um quadro ou divulga uma agenda de evento. Cansativo demais, o programa. Fora isso, os quadros são com música, agenda dos eventos da igreja, algumas poucas reportagens sobre eventos que já aconteceram (esse recurso muito bom é pouco usado. Quem melhor o explora é o Ministério da Fé), testemunhos (a Universal só trabalha com mensagem, testemunho durante campanha e convite para visitar o templo) e disque oração.

Público e retorno de audiência – Nesse ponto percebe-se total falta de planejamento dos produtores, pois não sabem para que público trabalham. Se não sabem para quem o programa é direcionado, o produzem de forma genérica, sem direcionamento, sem linguagem específica, querendo atingir todos. Assim não se chega a nenhum lugar. O resultado da ausência do tipo de público se percebe nas baixas audiências. O formato depende do público para o qual esse se destina. Vamos às análises: a Batista Central, por exemplo, respondeu que produz o programa para os evangélicos. Esse é um público amplo demais. O assunto de interesse dos idosos não é importante para os casais, nem para as crianças e adolescentes. Ou seja, a igreja não tem foco, não tem público nenhum. Faz o programa a seu gosto, sem levar em conta a opinião, as vontades, os assuntos debatidos pelo grupo no qual deveria focar.

A Batista Ebenézer disse que produz conteúdos voltados para a evangelização. Os produtores dizem que o público é evangélico e não-evangélico, de idade entre 22 a 65 anos. Incorre no mesmo erro da Central. O Ministério da Fé faz o programa para toda a família e a Casa da Bênção diz que trabalha para evangélicos e não-evangélicos e não soube informar a faixa etária do público. Resumindo, os apresentadores não vão chegar a lugar nenhum, pois não sabem para quem falam, o que querem, o discurso correto a pronunciar para dialogar com seu público.

O resultado dessa falta de foco se percebe com a audiência, que é baixa. Aliás, a audiência (que é a medição de quantas pessoas assistem ao programa) também é um item fundamental, mas não recebe a atenção devida dos produtores. Somente a Ebenézer informou que tem 1,4 pontos (um público estimado de 20 mil telespectadores). As demais não quiseram informar esse dado muito relevante. A Casa da Bênção justificou-se, dizendo que não comenta sobre audiência porque essa informação é restrita em contrato com a emissora. Os programas deveriam ser mais bem segmentados para públicos específicos. As igrejas fazem programas e não sabem para quem. Ou seja, o emissor da mensagem não conhece o perfil do receptor. Não sabe para que público produz, qual o interesse desse, quais as dificuldades. Assim não consegue atingir alvos. Os produtores dizem que produzem para evangélicos e não evangélicos. Mas os interesses desses públicos são diferentes. Portanto, a mensagem também deveria ser para atingi-los.

Na verdade, fala-se para uma massa e têm-se pouco retorno mensurado do alto investimento. Os programas não mostram a imagem que a igreja realmente tem, os trabalhos que desenvolvem, a pluralidade que é uma igreja hoje.

Tempo que o programa está no ar – A Central faz seu programa há 20 anos. A Ebenézer há 16. O Ministério da Fé há sete e a Casa da Bênção há 40 anos. O que esses números revelam? Que os pastores têm experiência em atuar na televisão e, mesmo assim, ainda têm produção fraca que comete erros básicos.

Direito de imagem – Duas igrejas, Central e Casa da Bênção, informam às pessoas que estão no templo, assistindo ao culto, que o mesmo é gravado para a produção posterior de um programa de TV. A Central fixou placas nas entradas do templo com essa informação. A Casa da Bênção disse que o aviso é visual. Uma luz acende dentro do templo quando o programa está sendo gravado. Quanto à veiculação ao vivo do culto pela internet, a Batista Central e o Ministério

da Fé oferecem esse serviço, mas somente a Central informa sobre esse ponto para os participantes do culto. Qual o problema com a falta da informação às pessoas? O culto, sendo público, pode fazer essa gravação sem consentimento, por escrito, das pessoas? E se alguém se sentir prejudicado? A falta dessa informação pode acarretar problemas judiciais para a igreja caso alguma pessoa reclame direito de imagem, que é garantido na Constituição. Na internet – A Ebenézer e o Ministério da Fé disponibilizam os programas de TV também nos sites. As duas outras igrejas não prestam esse serviço.

Custo – A Ebenézer disse que o programa custa R\$ 50 mil mensais. As demais igrejas não divulgaram o valor que pagam às emissoras. Mas sabe-se que é alto o custo da produção. É caro pagar a equipe de produção, agência e emissora de televisão.

Recurso de caracteres na tela – Esse recurso é utilizado, geralmente informando detalhes como endereço, dias e horários de cultos das congregações, telefone para disque oração. Geralmente, o texto que é veiculado na tela usando o recurso de rodapé não tem nenhuma ligação com o discurso que está sendo falado pelo apresentador. É outro assunto. Há excesso de informação na tela (inserção de arte com divulgação de eventos, telefones, que concorrem com a mensagem principal veiculada).

Vinheta – Todos os programas produzem esse recurso.

Linguagem – A linguagem da TV é a coloquial. A Casa da Bênção foi a igreja cujo apresentador mais demonstrou problemas de dicção. O discurso dele é ruim. Fala na TV como se estivesse pregando no púlpito ou no rádio. Não usa a linguagem coloquial, que é a da televisão, além de tropeçar em erros de português. Os pastores mais jovens têm discurso mais apropriado para o veículo. Com exceção da Casa da Bênção, os demais apresentadores têm fluência verbal, o que é típico de quem fala para o público. Mas somente devem prestar atenção em não ter linguagem de “crentes” na telinha, pois eles não estão dentro dos templos pregando, mas comunicando-se para um público vasto, heterogêneo, múltiplo, de fiéis, simpatizantes e outros que nem são simpatizantes à causa do Evangelho. Apesar dos discursos longos demais (pois são pregações dos cultos que são editadas para a TV), a fluência da linguagem é positiva, pois os pastores trabalham muito a oratória e a prédica.

A Igreja Universal do Reino de Deus (programa Nosso Tempo) merece uma análise à parte. Por isso a avaliação de seus programas foi feita separadamente dos demais.

A Universal produz vários programas em cada estado brasileiro. Em Brasília, um dos programas é o Nosso Tempo. Uma das características (formato) do programa é a veiculação de vários testemunhos, depois que os pastores apresentam e convidam as pessoas a participarem dos cultos. Sempre são dois pastores no estúdio, em um cenário simples, somente com uma tela plana ao fundo e uma parede. As imagens dos pastores são sempre feitas de meio corpo (tipo fotografia 3x4).

O conteúdo dos programas segue, todos os dias, o mesmo padrão. Os pastores fazem comentários e convite para as pessoas irem à igreja (que é chamada de cenáculo do Espírito Santo). Divulgam uma campanha que acontecerá no templo. De modo geral os temas das campanhas são sobre as tragédias humanas. Também oferecem serviço de oração pelo telefone (61) 2103-4075.

Depois os pastores chamam depoimentos e reportagens sobre o tema que será estudado na campanha. De modo geral, os testemunhos tratam quase sempre dos mesmos assuntos. As pessoas comentando sobre como estavam endividadas e como prosperaram financeiramente ou

sobre a quebra de maldição. Os pastores não abrem a Bíblia e fazem uma ministração bíblica, como é comum nos demais programas das outras igrejas. Mas comentam sobre assuntos atuais como prosperidade, dívida, adultério, demais problemas familiares, maldição hereditária, suicídio, possessão demoníaca e libertação. Na TV, o programa reflete os temas comuns que são prioridade na doutrina da Universal como Teologia da Prosperidade e Teologia do Domínio.

O programa não tem sequência. É juntando várias partes, sem vínculo. Não tem sequência de produção, são vários blocos isolados que vão ao ar como clips, depoimentos, passagem dos pastores comentando sobre as campanhas. Repetem-se, durante a semana inteira, os mesmos clips, as mesmas reportagens e os mesmos depoimentos (chamado de testemunhos). A produção do programa não cuida de produzir, para cada edição, novos temas e novos depoimentos. Um erro de produção.

A Universal aluga espaço em outras emissoras para exibir os programas, apesar de ser proprietária da Rede Record.

Para entender o discurso e o conteúdo bíblico que as igrejas pregam na TV é necessário identificar a linha doutrinária que a mesma segue, pois cada uma tem um conteúdo de programas de acordo com sua teologia. Destacaremos, então, as características das igrejas pentecostais, deuteropentecostais e neopentecostais nos programas de TV.

Por que citar a linha doutrinária da igreja? É interessante a citação para entender como hoje as igrejas se alinham, pois a crença que têm reflete-se na doutrina que pregam e esta é vista nos programas de TV. Isso mesmo. Na televisão as igrejas refletem, nas mensagens pregadas, a linha que seguem.

Nessa visão, é bom observar as mensagens dos programas das duas igrejas batistas analisadas (Batista Central e Ebenézer que são pentecostais, também chamados de primeira onda). Os programas são produzidos sempre enfocando as mensagens bíblicas. A maior parte do tempo é para a reflexão das Sagradas Escrituras. O pastor escolhe um texto para pregar no culto, grava-se essa pregação e depois edita levando ao ar os principais trechos da fala. Isso reflete as características da primeira onda (pentecostalismo) que, entre outros pontos, utiliza os meios de comunicação de massa, prioriza os estudos bíblicos e a formação teológica dos líderes (inspirada na revelação do Espírito Santo, mas ainda o estudo formal da teologia).

A igreja Casa da Bênção (deuteropentecostalismo, segunda onda), revelando as características gerais, enfatiza o dom da cura divina, atrai multidões com evangelismo em massa centrado no tema cura divina, atinge classes menos favorecidas, acredita nos ritos de exorcismo (quebra de maldições), os membros têm hábitos ascéticos de santidade, fazem correntes e campanhas de oração e de jejum. Tudo isso se vê na telinha quando o programa vai ao ar.

No outro oposto estão as igrejas neopentecostais (terceira onda). É o Ministério da Fé e a Universal. No ar são apresentadas mensagens que enfatizam o que pregam como a Teologia do Domínio (guerra entre Deus e o Diabo, com ênfase no exorcismo público – expulsão de demônios – e guerra espiritual), os excessivos depoimentos de pessoas dizendo que eram pobres, que estavam endividadas e que, depois de irem para a Universal, Deus mudou suas vidas. As pessoas, dentro da igreja, são estimuladas a ser empreendedoras, a acreditar e praticar a busca pela quebra da maldição hereditária. Até mesmo os demônios são entrevistados e levados para a TV. Essas são todas características da Teologia da Prosperidade em que acreditam.

Entre outras características dos neopentecostais, que é facilmente observável em seus programas de TV, estão, de acordo com Ricardo Mariano<sup>6</sup>: ênfase no dom de discernir os espíritos (libertação de demônios); prioridade à vida terrena (aqui e agora), praticam rituais de exorcismos (chamam de guerra santa), líderes não pregam muito sobre Apocalipse, houve uma mudança na pregação (abaixo o sofrimento do cristão, que terá vida eterna boa. Querem vida boa hoje, pois ter Jesus é igual a se dar bem na vida hoje), defendem o dízimo (pregam que é preciso dar para receber), são místicos ou mediam o sagrado com uso de objetos (um dos exemplos é a rosa, a água do rio Jordão, as cinco portas da felicidade, entre outros), combatem os cultos afro-brasileiros (umbanda e candomblé), nos cultos é dada liberdade às expressões emotivas (catarse individual e coletiva), participam de política partidária, buscam reconhecimento social, político e confessional, as igrejas têm a visão empresarial, usam a evangelização de massa pelos meios de comunicação (rádio, site, revista, jornal, televisão, telefone), acreditam na Teologia da Prosperidade (crença de que a palavra e a fé fazem coisas acontecerem), atinge a classe média (empresários, atletas, políticos), liberam os membros dos estereotipados usos e costumes de santidade, formam entidades paraeclesiais.

Apesar de os programas evangélicos analisados necessitarem de mudanças estruturais, é bom que se diga que estes devem permanecer no ar. É importante a igreja ocupar espaços midiáticos para alcançar a sociedade, pregar o Evangelho e trazer outros para o Reino de Deus. A igreja precisa marcar sua posição, influenciar, criticar, exercer a cidadania. A liberdade de expressão e religiosa no Brasil são uma conquista que precisa ser aproveitada. A TV está de portas abertas, apesar de restringir os programas a horários de baixa audiência. E a escolha da televisão para evangelização é muito acertada, pois nenhum outro meio alcança maior público com tamanha rapidez. Mas um detalhe precisa ser dito: os programas devem permanecer no ar, mas é urgente fazer várias mudanças.

De modo geral, as recomendações que podem ser deixadas para melhorar a qualidade dos programas são:

A igreja deve entender que necessita se adequar melhor ao meio televisivo.

Os programas precisam ser mais persuasivos, voltados para o presente, para debater temas atuais que influenciam a vida das pessoas. Tem-se que investir na criação de novos quadros, na pesquisa. A igreja também é local de diversão, de comunhão, entretenimento, amizade. Os programas precisam mostrar as inúmeras atividades realizadas pelos membros, pois fica somente a imagem de um grupo sério, fechado e voltado somente para ler a Bíblia. Como se apenas as ministrações fizessem parte da vida dos evangélicos. E a realidade é que a igreja também é um local social, além de espiritual. A sociedade deve se interessar pelos programas, mas a imagem formada precisa ser trabalhada.

Antes de produzir um programa, a liderança das igrejas deve fazer uma pesquisa para saber qual o formato do produto, que temas abordar, que horário veicular. Tudo levando em consideração o público que quer atingir. Entrevistando os produtores dos programas analisados, pudemos perceber que não conhecem o público para o qual trabalham. As respostas deles enfatizaram essa triste realidade.

Alguns comentaram que fazem programa “para toda a família”, outros admitiram que não sabem para qual público trabalham. Esse é um erro básico. Como ganhar um público, como

---

<sup>6</sup> MARIANO, Ricardo. Neopentecostais – Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola. 3. ed., 2010.

produzir o que eles querem ver e ouvir, como ganhar audiência se a igreja desconhece para quem trabalha? É preciso ouvir primeiro, sem trazer respostas prontas. Depois, com base na observação real, é preciso trazer respostas bíblicas às pessoas de forma inteligente, criativa, dinâmica, atual. Isso foi o que Paul Tillich defendeu. A igreja tem de interagir, dialogar com as pessoas.

Os sermões extensos, cansativos, analíticos devem ficar dentro dos templos. Na TV, a linguagem é outra, o tempo é outro. É necessário dinamismo na imagem, movimento. Como é cansativo ficar 30 minutos diante da tela assistindo a um programa que não tem jogo de imagem. Não é recomendável gravar com uma câmera apenas. O mínimo para um trabalho de qualidade são duas. Mas duas somente não garantem agilidade. É preciso uma mensagem mais curta, direta e edição mais experta para um programa começar a ter as características para a TV. Chega de mensagens exortativas, longas, enfadonhas. Isso faz com que o controle remoto seja usado e as pessoas mudem de canal. A mensagem da cruz pode ser transmitida de maneira mais inteligente e leve sem perder seu conteúdo e santidade. É urgente colocar alegria e dinamismo nos programas evangélicos.

É necessário que os líderes invistam em equipamentos mais modernos e em uma equipe mais bem preparada tecnicamente. A igreja não dispõe de profissionais qualificados para essa demanda. Trabalha-se no improviso.

É preciso formar boa mão de obra, com pessoas que saibam atuar na produção de TV, que conheçam a cultura do segmento evangélico. Assim, os programas poderão melhorar. Não basta fazer. Tem de fazer com excelência.

## Referências

G1. **Número de casas com TV supera o das que têm geladeira.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/09/numero-de-casas-com-tv-supera-o-das-que-tem-geladeira.html>>. Acessado em: 12/11/2012.

GOULART, Nathalia. **Hábito de leitura cai no Brasil, revela pesquisa.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/educacao/habito-de-leitura-no-brasil-cai-ate-entre-criancas>>. Acessado em 31/3/2012.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais – Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil.** São Paulo: Loyola. 3. ed., 2010.

TILLICH, Paul. **Teologia Sistemática.** São Leopoldo, Editora Sinodal, 2005.