

Visão crítica jus-filosófica da correlação entre os campos da religiosidade, economia e da comunicação televisiva o caso da Rede Record de Televisão e os pastores da Igreja Universal do Reino de Deus - Iurd

Kamila Aparecida Iwanami*

Advogada, professora, especialista e doutoranda em Ciências Jurídicas pela UNLP- Universidade Nacional de La Plata.

Victor Martins Ramos Rodrigues*

Advogado; Secretário Geral da OAB/RJ – 11ª Subseção; Professor de Direitos Fundamentais – Direitos Humanos; Ciências Políticas e Teoria Geral do Estado; Prática Jurídica Real III, da Universidade Iguazu – Campus V; Doutorando em Ciências Jurídicas pela UNLP – Universidad Nacional de La Plata (Argentina); Mestre em Direito na área de concentração em Direito Privado e Constituição pela Faculdade de Direito de Campos; Especialista em Direito Civil e Processo Civil pela Universidade Cândido Mendes-RJ.

Leandro Silva Costa*

Advogado; Professor e Coordenador do Curso de Direito da Universidade Iguazu – Campus V. Doutorando em Ciências Jurídicas pela UNLP – Universidad Nacional de La Plata (Argentina).

Resumo

O presente artigo científico abordará a relação jus-filosófica entre poder e as pessoas, nos campos da religiosidade, economia e comunicação televisiva, utilizando-se como exemplo a Rede Record de Televisão e os pastores da Igreja Universal do Reino de Deus, sem nenhuma pretensão de atentar ou ofender credo algum. As ideias dos pensadores e filósofos antigos e contemporâneos serão utilizados para fundamentar a conclusão do presente artigo. O método utilizado foi a pesquisa doutrinária e empírica.

Palavras-chave: Poder – relação – religiosidade – economia - comunicação.

Abstract

This research paper will address the jus-philosophical relationship between power and people in the fields of religion, economics and television communication, using as an example the Record Television Network and the pastors of the Universal Church of the Kingdom of God, with no pretense to attempt to offend or any creed. The ideas of thinkers and ancient and contemporary philosophers will be used to support the conclusion of this article. The method used was the doctrinal and empirical research.

Keywords: Power - Relationship - religion - economics - communication.

1 Introdução

A religiosidade no final desse século tem-se vinculado progressivamente aos aspectos materiais da vida humana.

A Igreja Universal do Reino de Deus pode ser colocada como exemplo no caso concreto, isso porque, em apenas pouco mais de 30 anos de existência essa instituição religiosa construiu um império econômico em escala mundial, sendo seus líderes os proprietários de uma das maiores redes de telecomunicação a Rede Record de Televisão.

Por essa razão vários conflitos foram desencadeados na área da comunicação, como a luta pelo maior índice de audiência entre a Rede Record de Televisão e a Rede Globo, esta dominante no campo da comunicação televisiva que se sentiu ameaçada pelo crescente avanço da emissora dominada, a Rede Record.

Nesse sentido que as interpretações filosóficas, com enfoque no poder do discurso, no imaginário social e nos campos da comunicação televisiva e da economia, surgem com a necessidade de uma argumentação mais sólida, isenta e sistemática para conduzir a análise sobre a orientação de suas lideranças, observando a finalidade estratégica de atrair a população menos favorecida, especialmente na fase inicial de expansão da Igreja Universal do Reino de Deus e da Rede Record de Televisão.

A vasta utilização do simbolismo elaborado pelo discurso e pela prática sobre a relação centro/periferia, como o sincretismo grosseiro articulado pela direção da Igreja, eram inicialmente traçados para uma parcela específica da sociedade.

Com o advento da aquisição da emissora de televisão Rede Record, o foco se ampliou para toda e qualquer pessoa que assistir a programação da referida emissora, no conforto de seu lar.

Essa possibilidade de ampliação da disseminação do discurso de poder para um número indeterminado de telespectadores gera significantes consequências econômicas que serão abaixo analisadas.

2 Poder segundo Michel Foucault

O poder é exercido por diversas classes econômicas, em qualquer período e lugar, transitando entre os sujeitos pelas vias astuciosas da produção discursiva, onde se desenvolvem as condições de produção em sentido amplo, em um contexto sócio-histórico- ideológico e em condições em sentido estrito, em circunstâncias de enunciação.

O poder se caracteriza como um conjunto de relações que circulam por toda parte do campo social, não sendo visualizado como algo centralizado. Esse pensamento do exercício do poder em rede, em micro-relações, é uma perspectiva de Foucault, em que o poder não possui um único centro, ele abrange todo o espaço social.

Segundo Michel Foucault, nas relações humanas, seja amorosa, institucional, econômica, religiosa, as relações de poder estão sempre presentes.

Sendo essas relações móveis e transitórias, se tornam desiguais e desequilibradas, o que acarreta acrescentar a existência de uma escala de níveis de relação do poder, isto é, em conformidade com o lugar social ocupado pelo sujeito, o mesmo tem a possibilidade de realizar a função ativa do poder, a ação.

Ressaltando-se que o poder tem uma característica positiva, não somente negativa, sendo essa sempre associada ao poder judiciário do estado que reprime. Depois do século XIX as relações de poder disciplinares desempenharam uma grande estratégia nas sociedades modernas quando retiramos desse pensamento qualquer juízo de valor moral ou político e focamos basicamente na tecnologia empregada. No fim da década de 1980, os eventos de cura e os projetos políticos, elaborados pela Igreja Universal do Reino de Deus na mídia mantendo uma relação tensa com diversos interlocutores.

Com isso surge em 1990, uma crítica negativa quanto a forma que usa a Igreja de modo geral para atrair fiéis, as características mais marcantes seria o imediatismo, o pragmatismo, magia, charlatanismo e superficialidade teológica. Colocando em destaque a acusação de ser uma empresa de exploração financeira dos menos favorecidos.

O enorme crescimento da Igreja surpreende, tanto pelos números de adeptos, como de representatividade religiosa no mundo.

A Igreja Universal Reino de Deus possui uma ampla relação de comunicação com os sujeitos, onde os mesmo podem ser considerados sujeitos passivos dessa relação, uma vez que se posicionam no sentido de apenas ver e ouvir o discurso através da televisão.

Essa relação de comunicação, esta localizada na formação discursiva, transmitindo-se a informação através da língua, de um sistema de signos ou de qualquer meio simbólico.

Nesse sentido Foucault dispõe que:

A primeira vista, las doctrinas (religiosas, políticas e filosóficas) constituyen lo contrario de una sociedad de discurso: en esta última, el número de individuos que hablaban, si no estaba fijado, tendia al menos a ser limitado: y era entre ellos entre quienes el discurso podia circular y transmitirse, La douctrina, por el contrario, tende a la difusión; y através de la puesta en común de un solo y mismo conjunto de discursos, los individuos, tan numerosos como se quiera suponer, definen su dependência recíproca. En apariencia, la única condición requerida es el reconocimiento de las mismas verdades y la

aceptación de uma certa regra - más ou menos flexible - de conformidad com los discursos validos.¹

A Igreja Universal Reino do Deus exerce o controle e a propriedade de um dos maiores meios de comunicação (Rede Record de Televisão), potencializando a propagação do seu discurso religioso.

Tratando-se do exercício de um tipo específico de poder, com o objetivo de convencer os sujeitos transmitindo seus dogmas e na busca de angariar um número maior de fiéis.

Ressalta-se a postura adotada pela Empresa Record para atingir os interesses da Igreja: entre as seis e as 24 horas, a Rede Record, por exemplo, apresenta um conjunto de programas diversos altamente comerciais, visando a competir com as outras emissoras de televisão, em especial com a Rede Globo.

Já entre a meia-noite e as seis da manhã, transmite programas de cunho unicamente religiosos, focando em sua doutrina e ideologia, com a finalidade de converter fiéis.

Trata-se, nesse aspecto de um público composto por pessoas solitárias por excelência, ou que estão enfrentando algum tipo de problema, constituindo-se, portanto, na assistência adequada para o objetivo fim da direção da Igreja.

Destaca Foucault sobre o tema:

Es necesario concebir el discurso como una violencia que se ejerce sobre las cosas, en todo caso como una práctica que les imponemos; es en esta práctica donde los acontecimientos del discurso encuentran el principio de su regularidad.²

Cumprir ressaltar que existe identificação na sociedade contemporânea de uma concorrência no campo de manipulação simbólica da vida privada e orientação da visão de mundo entre diferentes sujeitos: clérigos, membros de seitas, psicanalistas, psicólogos e outros.

Nesse sentido, a religião está sendo institucionalizada, havendo uma disputa acirrada pelo monopólio dos bens simbólicos por especialistas que expropria os seus fiéis, pois quanto mais fortes forem os sacerdotes, mais pobres de conhecimentos são aqueles outros, apesar da monopolização não impedir o auto-consumo dos bens

¹ FOUCAULT, Michel. **El orden del discurso**. Barcelona: Fabula Tusquets, 1999, p. 43.

² FOUCAULT, Op. Cit. P. 53.

religiosos, e assim a ideologia religiosa não “desceu do céu”, mas é produto das relações sociais que exige todo um processo de construção da sociedade.

3 O imaginário social sob o aspecto de Enrique Mari

Segundo Enrique Mari falar do imaginário social é falar dos símbolos da sociedade. Nenhuma prática social pode sobreviver ao tempo sem que hajam os símbolos que conformariam o imaginário social, que criam sentimentos.

A luta pelo poder simbólico, em todos os grupos sociais estão presentes é o mesmo que dizer sobre sua ideologia, pensamento e sentimento.

Mari defende a idéia de que dentro do imaginário social está uma manipulação do psíquico humano. Sendo esse o objetivo que a Igreja busca alcançar, através de seus símbolos, como conseguir atingir a emoção, as vontades e desejos dos fieis, prometendo o alcance de realizações pessoais e financeiras.

Assim Mari afirma:

La función del imaginario social es operar en el fondo común y universal de los símbolos, seleccionando los más eficaces y apropiados a las circunstancias de cada sociedad para hacer marchar el poder.³

Destaca-se que o ser humano é movido substancialmente por seus desejos, sentimentos, ânsias e repressões, tratando-se de um raciocínio simplista interferir que esse processo seja incoerente.

A luta pelo alcance da solução dos problemas presentes, segundo a filosofia da Igreja, passa necessariamente pelo ato de colocar em prática a fé e fazer um desafio a Deus.

Integra este dispositivo, por um lado, la inserción del discurso del orden en montajes de ficción soportes mitológicos y prácticas extradiscursivas como ceremonias, banderas, rituales, cánticos e himnos, distribución de espacios, rangos y prestigios, etiquetas y otras de no menos variado tipo como heráldicas, diplomas, tatuajes, marcas, apelación a los ancestros, tumbas, símbolos funerarios, manejos de ruidos y silencios, escenas que ponen en relación al hombre con la solemnización de la palabra. Todas esas prácticas de sollicitación y manipuleo del psiquismo humano pueden identificarse bajo el rótulo de imaginario social, en el que se hacen materialmente posibles las condiciones de reproducción del discurso del orden.⁴

³ MARÍ, Enrique, **Racionalidad e imaginario social em el discurso del orden**, en **Papeles de filosofía (para arrojar al alba)**, Biblos, Buenos Aires, 1993, p. 227.

⁴ MARÍ, *Ibidem*, p. 119-220.

No campo da comunicação televisiva, quando o produtor de imagens que representa determinado fato social ou grupo, ele acaba construindo um mundo real para quem vê, em razão da credibilidade que se lhe atribui.

Neste mundo facetado de índices que apontam em várias direções, ocorre o processo de produção de imagens, na elaboração de um discurso imagético de validação de verdades.

Os discursos imagéticos são elaborados para persuadir o telespectador que já corporificou a televisão como sendo uma distração e um dos mais importantes componentes do seu lar.

Neste sentido, a transmissão é meio e realizador de milagres. A propulsão da fé que perpassa por uma interação entre o telespectador à frente da televisão e seu envolvimento com o discurso midiático de televisão.

A estrutura mercadológica do desejo de mercado, da luta pela hegemonia do poder no campo da comunicação televisiva, mescla-se ao lócus do imaginário, espaço de intenção e interação de um significativo fruto das relações de sujeitos religiosos em seu contexto cultural.

Transfere-se à ação televisiva de elevação o encontro de um deus sem templo, território sem lugar, mas próprio de um sentimento de auto-elevação em que a onipotência de um ego é a imagem operacionalizada em função de um prazer interno, uma sensação de satisfação oriunda do poder que não se impões, mas se conquistou.

4 A relação entre os campos da comunicação televisiva, da política e da economia

A televisão como potente meio de divulgação de discursos abrange a uma gama indeterminada de sujeitos dominados. A convergência da Igreja Universal do Reino de Deus com o campo da Política e com o campo da Comunicação Televisiva demonstra nitidamente uma intenção de se expandir, infiltrando-se em todos os campos possíveis a fim de difundir sua ideologia.

Já cientes de que os líderes religiosos da Igreja Universal do Reino de Deus são proprietários de uma grande emissora de televisão no Brasil, a Rede Record, chega-se à conclusão que o negócio expansivo é lucrativo. A Igreja serviu de apoio para a escalada de outros campos.

O lucrativo negócio da televisão, no campo da comunicação possibilitou uma demonstração de força da Igreja Universal do Reino de Deus nesse campo a partir do

momento que ameaçou a integridade da hegemonia da emissora dominante, a Rede Globo de Televisão.

Lutas foram travadas nesse campo da comunicação televisiva. Lutas essa que ambos os agentes travam com objetivos diversos.

Segundo Foucault,

Há um combate pela verdade, ou ao menos em torno da verdade entendendo-se mais uma vez, que por verdade não quero dizer, o conjunto das coisas verdadeiras a descobrir ou fazer aceitar, mas o conjunto de regra segundo as quais se destingue o verdadeiro do falso e se atribui ao verdadeiro, efeitos específicos de poder.⁵

A emissora dominante, sentindo-se ameaçada pelo avanço da Rede Record de Televisão, atacou a Igreja Universal do Reino de Deus, com uma reportagem que mostrava o vídeo de seu líder máximo ensinando a angariar doações dos fiéis, através do discurso de poder e abuso do simbolismo que afeta diretamente o imaginário social.⁶

A Rede Record, por sua vez iniciou uma explícita campanha de boicote dos seus fiéis à Rede Globo de Televisão. Tal campanha foi amplamente disseminada tanto nos cultos presenciais realizados no interior dos templos, quanto nos programas televisionados pela emissora dominada que procurava ampliar seu espaço no campo da comunicação televisiva.⁷

Essas foram apenas algumas das batalhas travadas nessa luta pela conquista da liderança no campo da comunicação televisiva.

A luta de interesses pela conquista e manutenção de espaço no campo da comunicação televisiva, ultrapassou a barreira da televisão e atingiu diretamente o campo da política, que é campo amplo e dotado de artifícios que levam ao poder em outros campos.

Não se pode ignorar que o campo político faz conexões com a maioria dos demais campos. Em qualquer esfera, a política existe, de uma forma mais notória ou discreta. O campo político poderia ser encarado como um sub-campo de todos os demais campos.

⁵ FOUCAULT, Michael. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996. p. 9-17.

⁶ Globo x Edir Macedo 1990 e 2009, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=K9ZaBoDvivo>, acesso em 09 de março de 2010.

⁷ Igreja Universal prega boicote a Rede Globo, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=s0HuwWAOkII> acesso em 09 de março de 2010.

Ressalte-se que nessa luta que se trava no interior dos campos, devem ser respeitadas regras previamente estabelecidas e aceitas pelos agentes conflitantes. Entretanto, no caso concreto da luta entre essas duas grandes emissoras de televisão no campo da comunicação televisiva, ambos os agentes conflitantes não pouparam esforços em se utilizar de caracteres religiosos e políticos.

Independentemente das lutas simbólicas que se estabelecem no campo político, Bourdieu entende que as regras estabelecidas no campo em que se lutam devem ser respeitadas, e, principalmente que:

As diferentes classes e frações de classes estão envolvidas numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme os seus interesses, e imporem o campo das tomadas de posições ideológicas reproduzindo em forma transfigurada o campo das posições sociais.⁸

As regras pré-existentes citadas por Bourdieu nos campos delimitam os artifícios que os agentes poderão se valer para travar essa luta, sob pena de extrapolar as fronteiras de um determinado campo para alcançar outros campos.

Nota-se visivelmente que a luta iniciada no campo da comunicação televisiva envolve caracteres do campo religioso, do campo da economia e do campo da política.

No campo da economia, destaca-se o aumento de lucros pela concentração de capital, viabilizado tanto pelo campo religioso quanto pelo campo da comunicação televisiva.

Partindo-se do pressuposto que a expansão da Igreja Universal do Reino de Deus no Brasil e do mundo só foi possível graças ao número incalculável de doações de seus fiéis, nota-se a lucratividade da atividade religiosa.

E mais, através dessas mesmas doações dos fiéis, os líderes dessa corrente religiosa se tornaram proprietários de uma importante rede emissora de televisão, a Rede Record.

O campo de lutas da comunicação televisiva estava reorganizado. Inseriu-se nele o aspecto da religiosidade. E ambos se complementam no que diz respeito à concentração de capital.

⁸ BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989, p. 11.

Com a demonstração de força dos fiéis que aumentavam cada vez mais os índices de audiência da emissora Rede Record, concretizou-se o sucesso da expansão da religiosidade no campo da comunicação televisiva.

Por isso os líderes da Igreja Universal se sentiram a vontade para ingressar no campo da política. Foi o que aconteceu conforme relatado conclusivamente pelo “Estadão”, importante jornal de ampla circulação no Estado de São Paulo no Brasil.

SÃO PAULO – A Igreja Universal do Reino de Deus agrupou no PRB, este ano, deputados federais que ajudou a eleger por outras legendas em 2006, inflando para oito parlamentares a bancada do partido na Câmara que disputará as eleições de 2010. Com as transferências, a Universal deixa a postura anterior, de manter parlamentares em siglas diferentes, para se concentrar em uma legenda.⁹

O ingresso de líderes da Igreja Universal do Reino de Deus para o campo da política fez com que se identificasse a busca por influências políticas que viabilizariam ainda mais a expansão do seu universo religioso.

A eleição dos líderes religiosos fez com que houvesse a legitimação discurso de poder empregado na Igreja, na emissora Rede Record de televisão, no campo econômico e na própria política.

Não se conhece ao certo os verdadeiros efeitos sociais e econômicos dessa expansão desenfreada de uma vertente religiosa que foi fundada, cresceu e sobrevive exclusivamente da doação de seus fiéis.

O poder que o discurso proferido exerce no imaginário dos fiéis é comprovado por essa expansão e pela legitimação do poder através da aceitação do discurso.

5 Conclusão

O objetivo do presente artigo foi o de apontar os meios de interpretações que poderão ser utilizados em reflexões sobre o aspecto religioso e a luta pela dominação em um aparato teórico perfeitamente possível, enfocando as noções de discurso e poder nas relações religiosas e nos meios de comunicação televisivos.

Os campos foram identificados e situados, onde a luta iniciada no campo da comunicação televisiva atingiu características nitidamente econômicas, oriundas do próprio crescimento da emissora que fez valorizar o preço dos anúncios nela veiculados.

⁹ Igreja Universal “concentra” seus deputados no PRB, disponível em <http://www.overbo.com.br/portal/2009/11/14/igreja-universal-concentra%E2%80%9D-seus-deputados-no-prb/>, acesso em 08 de março de 2010.

Caracteres do campo econômico também foram identificados no campo religioso através do acúmulo de capital gerado também pela incalculável cifra dos dízimos e doações de seus fiéis.

O poder do discurso, já legitimado pelo sucesso da emissora de televisão e da Igreja Universal do Reino de Deus em si, aguçou o interesse de seus líderes na expansão para o campo político.

A experiência foi bem sucedida e força do discurso foi mais uma vez legitimada pela eleição de líderes da citada seita religiosa, que agora possuem em seu domínio o poder político.

O enorme crescimento de adeptos à Igreja Universal do Reino de Deus está relacionado ao fato de que os símbolos e o imaginário social estão articulados constantemente em suas mensagens pastorais voltadas para uma busca incansável pelo poder econômico e pelo domínio dos fiéis na sociedade.

Com esses fatos expostos, verificou-se nitidamente o desvirtuamento inicial do foco religioso da Igreja Universal do Reino de Deus e fez com que se descobrisse o verdadeiro interesse capitalista no jogo pelo poder.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Ed. Vozes. São Paulo: Simpósio Editora e Universidade Metodista de São Paulo, 1997.

FOUCAULT, Michel. **El orden del discurso**. Barcelona: Fabula Tusquets, 1999.

FOUCAULT, Michael. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996. p. 9-17. Globo x Edir Macedo 1990 e 2009, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=K9ZaBoDvivo>, acesso em 09 de março de 2010.

FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. SP. Martins Fontes, 1999.

Igreja Universal “concentra” seus deputados no PRB, disponível em <http://www.overbo.com.br/portal/2009/11/14/igreja-universal-concentra%E2%80%9D-seus-deputados-no-prb/>, acesso em 08 de março de 2010.

Igreja Universal prega boicote a Rede Globo, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=s0HuwWAOkII> acesso em 09 de março de 2010.

MARÍ, Enrique, **Racionalidad e imaginario social em el discurso del ordem, en Papeles de filosofia (para arrojar al alba)**, Biblos, Buenos Aires, 1993.