

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

**DANILO DA SILVA BOAVENTURA
WEVERTHON DIAS DE SOUZA**

PROJETO EXPERIMENTAL: BLOG EVANGÉLICO PLURAL

**GOIÂNIA
2014**

DANILO DA SILVA BOAVENTURA
WEVERTHON DIAS DE SOUZA

PROJETO EXPERIMENTAL: BLOG EVANGÉLICO PLURAL

Projeto Experimental apresentado ao curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social habilitado ao exercício do Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Dra. Ângela Teixeira de Moraes.

**GOIÂNIA
2014**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E
COMUNICAÇÃO – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

DANILO DA SILVA BOAVENTURA
WEVERTHON DIAS DE SOUZA

PROJETO EXPERIMENTAL: BLOG EVANGÉLICO PLURAL

Projeto Experimental apresentado junto ao Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social habilitado ao exercício do Jornalismo. Aprovada em ____/____/____ pela banca examinadora composta pelos profissionais:

Prof.^a Dra. Ângela Teixeira de Moraes – FIC/UFG
Orientadora

Prof.^a Me. Denize Daudt dos Santos Bandeira
Examinadora

Prof. Dr. Luiz Antônio Freitas Signates
Examinador

AGRADECIMENTOS

A Deus. Sem Ele nada seria possível. Aos nossos pais que sempre nos alegraram com o olhar orgulhoso de ter os filhos na universidade. Aos amigos e mestres, especialmente a professora Ângela que acreditou na relevância deste trabalho e nos ajudou de forma diligenciosa. Aos entrevistados que colaboraram com a construção das nossas reportagens, também, o nosso muito obrigado.

Pluralidade que não se reduz à unidade é
confusão; unidade que não depende de
pluralidade é tirania.

Blaise Pascal

RESUMO

Há na igreja protestante brasileira uma pluralidade de pensamento, sobretudo no que diz respeito a temas considerados polêmicos e tabus na sociedade. Entretanto, paira uma imagem, não menos negativa, de que todo o movimento religioso sob o mesmo rótulo é igual. Por meio do projeto experimental – blog *Evangélico Plural* buscou-se mostrar que as vertentes do protestantismo tem pensamento diferenciado e não compartilham do mesmo posicionamento sobre diversos assuntos, sobretudo, os polêmicos.

Palavras-Chave: Webjornalismo. Blog. Protestantismo. Pluralidade.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO 01 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	9
1.1 COMUNICAÇÃO NA HISTÓRIA DO PROTESTANTISMO.....	9
1.2 A RELAÇÃO ENTRE COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO	15
1.3 RELIGIÃO E MERCADO.....	18
1.4 O ESPETÁCULO RELIGIOSO.....	20
1.5 POSICIONAMENTOS POLÊMICOS.....	22
CAPÍTULO 02 - CONCEPÇÃO DO PRODUTO	25
2.1 WEBJORNALISMO.....	25
2.2 WEBJORNALISMO NO BRASIL.....	26
2.3 A OPÇÃO PELO BLOG.....	28
2.4 EVANGÉLICO PLURAL	29
2.5 PROCEDIMENTOS ADOTADOS.....	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
ANEXOS: MATÉRIAS TRANSCRITAS	39
<i>Anexo A: Há problema em abortar?</i>	39
<i>Anexo B: Consumo de álcool divide opinião evangélica</i>	41
<i>Anexo C: Dízimos: Entregar ou Não?</i>	43
<i>Anexo D: Homossexualidade: os três lados de uma mesma fé</i>	45
<i>Anexo E: A igreja no debate da Cura Gay</i>	46
<i>Anexo F: Lugar de mulher é no púlpito?!</i>	49

INTRODUÇÃO

A vontade de se fazer um blog como *Evangélico Plural* surgiu da incômoda percepção de que a igreja protestante brasileira sofre esteriotipação da mídia e, conseqüentemente, da população, que desconhece a pluralidade de pensamento, posicionamento e doutrina acerca de temas polêmicos. Têm-se a imagem unilateral no imaginário coletivo de que os evangélicos são conservadores, fanáticos e preconceituosos.

Acredita-se que um trabalho como este é relevante do ponto de vista jornalístico, porque é tarefa ética do jornalismo, além de informar, ajudar na construção de discursos polifônicos na sociedade. Sendo assim, o blog *Evangélico Plural* mostra a diversificação dentro da religião protestante brasileira, contribuindo com a desmistificação da imagem de que esse movimento tem pensamento coeso sobre tudo.

Busca-se, neste trabalho, apresentar esta pluralidade por meio de webreportagens, de maneira clara, deixando de lado, na medida do possível, as convicções e opiniões pessoais dos autores desse projeto. Isto para que a credibilidade do trabalho não fosse comprometida. Sendo os autores deste trabalho evangélicos, e por estarem familiarizados com a temática religiosa, foi possível mostrar, de dentro para fora, a diversidade de pensamentos dentro do movimento protestante.

Na fundamentação teórica, vê-se que, historicamente a igreja protestante nasceu midiaticizada, a exemplo das 95 teses de Martinho Lutero afixadas na porta do Palácio de Wittemberg. De lá para cá, a igreja se aproveita cada vez mais da “comunicação de massa” para evangelizar, transmitir cultos e difundir sua cultura.

Sendo assim, apresenta-se ainda a aproximação da igreja evangélica com o mercado, mostrando que, hoje em dia, as instituições estão usando a comunicação para vender um produto, tratando muitas vezes o fiel como um

cliente consumidor. Aborda-se também o espetáculo religioso e como ele tem influenciado a conduta das igrejas hoje em dia.

Seguindo a discussão, mostrou-se que os posicionamentos polêmicos agitam a opinião pública e ganham repercussão nacional. Ainda são apresentados os conceitos de webjornalismo e blog, além de demonstrados os procedimentos usados na construção do blog Evangélico Plural. As matérias publicadas encontram-se no final deste trabalho.

CAPÍTULO 01 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo tem como objetivo fundamentar teoricamente a discussão sobre religião e comunicação. Abordamos também a comunicação na história do protestantismo, a relação entre religião e mercado, o espetáculo religioso e os posicionamentos diferentes sobre temas polêmicos dentro das instituições protestantes.

1.1 COMUNICAÇÃO NA HISTÓRIA DO PROTESTANTISMO

Relatar, ainda que brevemente, a história da religião protestante dentro do esteio da comunicação proporciona compreender o forte interesse que esse braço do cristianismo tem em divulgar, ampliar e promover sua fé utilizando todos os recursos midiáticos disponíveis.

Desde o seu nascimento, no século XVI, a Igreja Protestante valeu-se da comunicação para se anunciar e tornar-se notória. Como o próprio nome 'protestante' denota, foi necessário um meio para que suas denúncias tornassem conhecidas. Lembra Ramos (2012, p. 83):

A própria Reforma Protestante se iniciou midiaticizada. Lutero publicou, na porta do Castelo-Igreja de Wittemberg, 95 pontos de discordância com a doutrina católica. Com o tempo, a Reforma ganha a força da distribuição de livros, ampliando seus horizontes de atuação, (RAMOS, 2012, p.83).

Foi utilizando o recurso comunicacional impresso por meio de publicações de livros teológicos, e da Bíblia, em contraponto a comunicação do “boca - ouvido -boca, nos púlpitos e na dramatização da missa” (CAMPOS, 2004, p.148), que o protestantismo ganhou força dialética e política em uma Europa de Idade Média, feudal e católica.

Esse cenário, composto com toques de revolução, evidencia

uma pré-história comunicacional, presumida e assumida pelos reformadores Lutero e Calvino, que afirma ser a compreensão protestante, de impossível fundamentação na tradição medieval, carente de uma base exclusivamente escriturística, isto é, deve ser *sola scriptura*, (CAMPOS, 2004, p.148).

Na segunda metade do século XIX, chegava da Europa, com fins prosélitos, o casal de missionários britânicos Robert Reid Kalley e Sarah Poulton Kalley, da Igreja Congregacional.

Mas foram por meio das missões estadunidenses, iniciadas em 1859, que o movimento evangélico começava a ganhar corpo. A partir daí outras denominações chegavam, provocando

uma ampla transformação do campo religioso, que depois viria acolher religiões não-católicas, algumas de origem protestante, entre elas o adventismo, os mórmons ou russelitas, também conhecidos por Testemunhas de Jeová. Após 1910, chegaram os pentecostais, que em São Paulo e Paraná (1910) deram início à Congregação Cristã no Brasil, e no Pará (1911), o que posteriormente viria a ser conhecido por Assembleia de Deus. (CAMPOS, 2004, p.149)

O proselitismo dessas vertentes logo conquistou número de adeptos suficiente para gerar no Brasil uma nova revolução religiosa. A ala chamada de histórica, ou tradicional (Batistas, Presbiterianos e Luteranos) difundia sua cultura por meio da distribuição de livros. Já a ala pentecostal evangelizava por meio de cultos ao ar livre e distribuição de folhetos com reflexões bíblicas, que a rigor continha o endereço da congregação fazendo a Igreja Católica perder terreno.

Após a Segunda Guerra Mundial, foi notado uma aceleração ainda mais vertiginosa do avanço da comunidade evangélica, já mais ramificada e diversificada. Surgiam como novidade, também exportado dos EUA, o

pentecostalismo viciado em um discurso de “cura divina e libertação” e outro baseado em exorcismo e filosofia de prosperidade atrelada à devoção religiosa.

Nesse novo cenário aparecia a Igreja Universal do Reio de Deus (1977), Igreja Internacional da Graça (1980) e Igreja Renascer em Cristo (1986). Cada uma com suas peculiaridades doutrinárias e litúrgicas, mas equivalendo-se no cerne teológico e na inserção midiática agressiva, comprando horários em rádios e televisão para transmitir cultos e pedir ofertas.

Campos (2004), conta que a inserção de programação evangélica no rádio, foi favorecida pela proliferação de concessões dessa mídia no país, entre as décadas de 1960, 1970 e 1980:

A programação religiosa nas rádios passou a atrair as pequenas e médias igrejas evangélicas, que não necessitavam de grandes recursos para manter os seus programas locais. Às vezes bastava um voluntário ou o próprio pastor e um pacote de discos evangélicos. [...] Contudo, o maior sucesso no emprego do rádio pelos evangélicos no Brasil tem que ser creditado aos pentecostais tradicionais das denominações Igreja Assembléia de Deus, Deus é Amor, O Brasil para Cristo, Evangelho Quadrangular e aos neopentecostais, especialmente da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), (CAMPOS, 2004, p.154.)

O conteúdo basilar entre as diferentes vertentes, contudo, permanecia quase que uníssono, segundo o mesmo autor:

(...)a simplificação do discurso, o maniqueísmo, a criação de um inimigo comum (diabo), a amplificação e desfiguração dos acontecimentos, o farto emprego de slogans e de palavras de ordem, técnicas reunidas numa estratégia que temos classificado como “marketing do sagrado”. (CAMPOS, 2004, p.156).

Do rádio, a comunicação religiosa avançou sobre a TV e ampliou gigantescamente o alcance dessa religião. Porém, nem todas as fatias do protestantismo brasileiro se mostram simpáticas a esse veículo por considerá-lo profano e secularmente alienador. Igrejas pentecostais mais radicais como Deus é Amor e Lírio dos Vales são exemplos.

Porém, a grande maioria das igrejas evangélicas considera não somente a TV, mais todo e qualquer veículo de comunicação uma “oportunidade dada por Deus’ para a expansão de seu reino na face da terra por meio da pregação” (CAMPOS, 2004, p.148).

As já citadas igrejas Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça e Renascer em Cristo protagonizaram as primeiras investidas evangelísticas na televisão, inicialmente alugando espaços relegados pelos proprietários de TV, e mais tarde adquirindo as suas próprias estações.

A mais exitosa nessa empreitada foi, como conta Campos (2004), a Igreja Universal, quando em 1989 comprou por 45 milhões de dólares a TV Record, até então do empresário e animador de auditório Silvio Santos. Outra presença notória é a manutenção de horários alugados no horário nobre em redes de televisão de grande alcance, como a protagonizada pelo pastor Missionário RR Soares, que atualmente ocupa o horário das 21h, de segunda a sexta, nas redes Bandeirantes e TV!

Há, atualmente, segundo o Portal Exploradores de Satélites, que cataloga todos os canais de televisão em língua espanhola e portuguesa, oito redes de televisão administradas por entidades e fundações ligadas a igrejas evangélicas no Brasil. São elas: Rede Boas Novas (Assembleia de Deus Missões), Novo Tempo (Igreja Adventista do Sétimo Dia), Rede Família (Igreja Universal do Reino de Deus), Rede Gênese (Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra), Rede Gospel (Igreja Renascer em Cristo), Rede Internacional de Televisão (Igreja Internacional da Graça), Rede Super (Igreja Batista da Lagoinha), Rede Fonte (Igreja Apostólica Fonte da Vida).

Nos últimos anos, outra igreja de presença maciça na televisão e rádio é a Igreja Mundial do Poder de Deus, comandada pelo pastor Apóstolo Valdemiro Santiago que, embora ainda não tenha adquirido uma concessão de televisão, loca quase todo o horário de exibição de emissoras como Rede 21 e Rede Brasil.

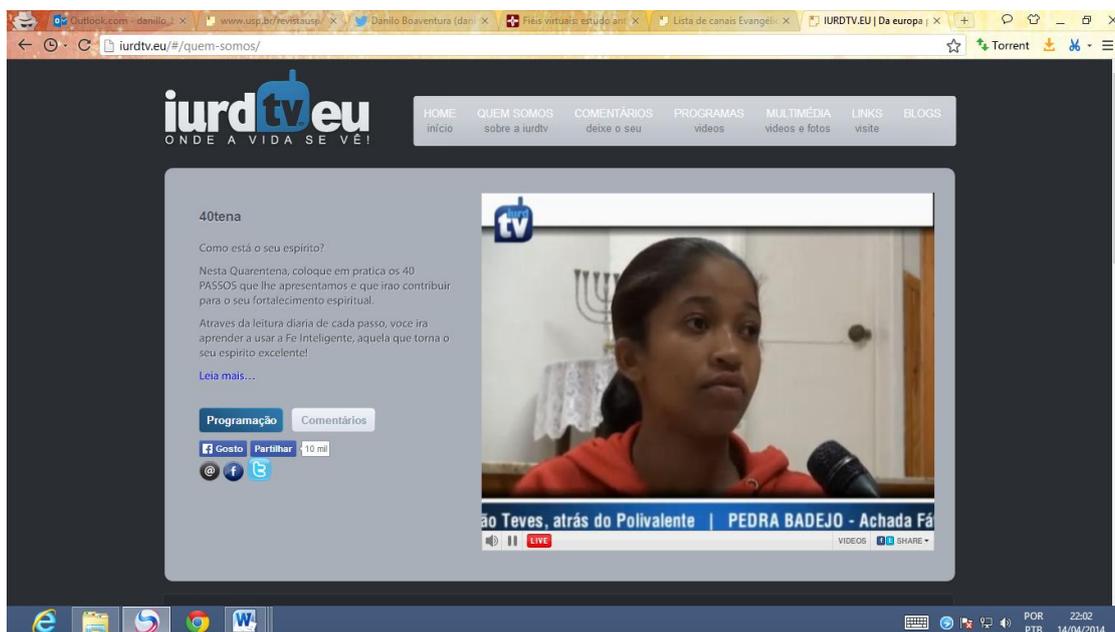
Conforme Campos (2004) os estudos sobre a inserção e a utilização da internet e o ciberespaço pela igreja evangélica são poucos. Porém, é notável

que este recurso está sendo usado pelas igrejas, em maior ou menor grau para divulgar suas atividades, publicar mensagens bíblicas, músicas, pregações ou cultos.

Muitas denominações enquanto reúnem recursos para alugar horários e/ou comprar emissoras de rádio e TV, já mantém portais e produzem conteúdo audiovisual para ser acompanhado em transmissões online ao vivo ou para serem baixadas em plataformas de tecnologias *on demand*.

Igrejas como Universal do Reino de Deus já mantém uma televisão exclusiva para a internet, a IURDTV, que se apresenta como uma Webtv que “transmite conteúdo direcionado para quem procura mudar e melhorar a sua vida, 24 horas por dia, via Internet”.

Figura 1.1 – IURD TV: O canal da Igreja Universal na internet



Fonte: www.iurdtv.eu

Outras igrejas também usam a web como plataforma para transmitir cultos, como a Igreja Mundial do Poder de Deus e a Igreja Batista da Lagoinha.

Figura 1.2 – O canal da Igreja Mundial na internet



Fonte: www.impd.org.br

Figura 1.3 – Portal da Igreja Batista da Lagoinha que transmite programação da Rede Super, emissora da igreja.



Fonte: www.lagoinha.com

A prática de transmissão de cultos online e na TV também tem sido adotada por igrejas evangélicas de menor porte. Muitas, inclusive, pedem doações aos seus fies, ou oferecem a eles a opção de se tornarem “mantenedores” da obra via televisão, rádio ou internet, conseguindo, assim, chegar aos meios de comunicação com a compra de horários nestes espaços.

1.2 A RELAÇÃO ENTRE COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO

O crescimento da ciência e da tecnologia nos últimos anos é considerável. A informação, antes privilégio de classes elitizadas, hoje chega com facilidade a maior parte da população. Regina (2009) afirma que vários pesquisadores da época afirmaram que ocorreria um fenômeno chamado “fim da religião”. Não foi o que aconteceu.

Concomitante ao avanço tecnológico a religião também apresentou um elevado crescimento, em um processo que pode ser denominado como “religião por todas as partes”, (REGINA, 2009).

Um dos aspectos mais evidentes dessa explosão notada religiosa é o grande investimento da mídia brasileira, impressa e televisiva, principalmente no final da década de 90. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística divulgou que o crescimento dos neopentecostais teria crescido 300% nos últimos 30 anos. (REGINA, 2009).

A partir deste momento, é possível ver que houve uma explosão na divulgação de grupos religiosos por parte de todas as mídias brasileiras. Juntamente com este espaço, as organizações religiosas foram ocupando e comprando também o seu próprio espaço, chegando ao atual momento com uma grande porcentagem nas fatias de programação das mídias do país.

Ao mesmo tempo em que há este aumento nas formas de propagação midiático-religiosa, também se intensifica a forma-espetáculo da cultura da mídia (Regina, 2009). Com isso, é possível perceber a vida religiosa sendo cada vez mais moldada pelo espetáculo.

Castros (2010) afirma que este crescimento neopentecostal só se desenvolveu com maior velocidade em terras brasileiras, porque as igrejas se aproveitaram dos elementos do chamado marketing religioso em uma sociedade marcada pelo consumo e a busca do sucesso individual. Além disso, o autor cita outros pontos que colaboraram para o grande crescimento do movimento:

Embora ocorram conquistas como a redemocratização do Brasil, o crescimento urbano desordenado e os desafios históricos em virtude da exclusão social não permitiram que melhores condições sociais fossem asseguradas no sentido existencial a população brasileira. A falta de transporte adequado, as precárias condições urbanas em regiões metropolitanas ainda constituem desafios para os governantes provocando um sentimento de angústia em setores consideráveis da população. Neste novo espaço as religiões se acomodam e aproveitam para desenvolver graças a um discurso agregador veiculado agora pelos novos meios de comunicação atingindo cada vez mais lares. (CASTROS, 2010, p. 10).

Castros (2010) ainda atribui este grande crescimento religioso às incertezas geradas pelas crises do capitalismo. Segundo ele, esses problemas contribuem para que boa parte da população se encaixe em um grupo de "exclusão", que posteriormente vai ser acalentado pelos neopentecostais.

Refkalefsky, Regina e Penha (2006), também afirmam que o acelerado crescimento da religiosidade contemporânea não é fruto dos conteúdos teológicos ou espirituais.

Segundo eles, antes, as instituições religiosas procuravam pregar aos fiéis sobre vida, morte com o foco muito forte na vida eterna, e onde os fiéis iriam passá-la. Hoje, os conteúdos emitidos pela mídia são organizados por uma lógica de mercado que se distancia do sagrado e acaba associando salvação ao consumo.

Pierucci e Prandi (1996) antecipou o atual momento quando analisou as mudanças da religião e afirmou que:

...desde que a religião perdeu para o conhecimento laico-científico a prerrogativa de explicar e justificar a vida nos seus mais variados aspectos, ela passou a interessar apenas em razão do seu proveito individual. Como a sociedade e a nação não precisam dela para nada essencial ao seu funcionamento, e a ela recorrem apenas festivamente, a religião foi passando pouco a pouco para o território do indivíduo. E desta para a do consumo, onde se vê agora obrigada a seguir as regras do mercado" (PIERUCCI & PRANDI: 1996, 260).

Regina (2009) afirma também que as incontáveis horas de conteúdo religioso na mídia, seja na TV, na rádio ou mais recentemente, na internet, apresentam não apenas os momentos da vida recheados de representação, mas mexem com as fantasias e sonhos do público, modelando o pensamento, o comportamento, as identidades e a própria religiosidade.

Com isso, é possível afirmar que o processo atual da revitalização da religião, particularmente na mídia, acontece por causa do processo de propagação, privatização e subjetivação da mesma, se dando através do

sujeito religioso autônomo, mas também mostrando que agora o agente religioso necessita de um maior esforço para manutenção e conquista de seus fiéis. Por causa disto, a dinâmica comercial da “preferência do consumidor” entra fortemente na religiosidade moderna.

Os neopentecostais perceberam que grande parte de seu sucesso depende de sua visibilidade pública. Com isso conseguiram com grande competência aumentar o número de seus adeptos alterando a composição do campo (CASTRO, 2010).

Refkalefsky, Regina e Penha (2006), afirmam que a religião tornou-se consequência da secularização. A religião passou a ser pensada sob uma visão completamente de mercado, transformando sua base em um item para consumo. Com isso a religião, no cenário contemporâneo, é moldada por uma competição velada por novos clientes-fiéis.

1.3 RELIGIÃO E MERCADO

Budke (2008) afirma que as instituições religiosas podem ser comparadas a um comerciante preocupado em vender a sua mercadoria. Assim como o exemplo citado, as religiões estão interessadas em divulgar a sua filosofia de vida, a sua maneira de compreender Deus e teorizar um sentido de vida a ser seguido.

Para o autor, o objetivo inicial das religiões com a participação na televisão e no rádio, era o de passar ao povo brasileiro a sua espiritualidade. Porém, com o passar dos anos, acabaram encantados com os benefícios de tanta tecnologia e concentraram suas preocupações na audiência e no número de adeptos cativados através das transmissões de emissoras radiofônicas e audiovisuais. Os resultados foram tão positivos que o foco de muitas denominações e instituições mudaram, passando, então, a uma lógica de mercado, onde os fiéis tornaram-se clientes em potencial.

O processo de mudança atual da religião tem feito as igrejas se contradizerem em suas posições e dogmas mais antigos. Lemuel Guerra definiu bem esta transformação vivida pelo meio religioso:

Assistimos, dentro do contexto atual de algumas sociedades ocidentais, a um processo crescente de transformação da religião — aqui considerada em termos de práticas e discursos religiosos gerados por igrejas, seitas e outras formas de organização de propostas de religiosidade em geral — num item de consumo, oferecido aos indivíduos no mercado de maneira semelhante a dos outros bens simbólicos, tais como estilos de vida e de identidade cultural" (GUERRA, 2000, p.5).

Portanto, por estar totalmente ligada a essa transformação, a lógica de mercado invade grande parte dos templos religiosos, se tornando a principal arma daqueles que estão em posição de autoridade dentro das instituições. A mídia passa a ser o veículo usado por esses líderes para propagar um novo modelo de religião.

Regina (2009) afirma que graças a esse modelo transformado, as igrejas passaram a entrar nos canais de televisão propagando uma mensagem mais permissiva e recheada de símbolos e apelos midiáticos, o que também pode ser chamado de "pluralidade religiosa". Assim, as instituições tem cada dia mais imprimido uma identidade própria diferente, buscando atingir um público que não tenha ainda sido alcançado pelas 'concorrentes'.

No que se refere à concorrência, Guerra (2010) afirma que o nível de disputa entre as organizações religiosas é tão grande que acaba implicando em práticas utilizadas pelo mercado secular. As igrejas, por sua vez, usam todas as formas para deixar os seus produtos visíveis para consumo do mercado. Além disso, também se deixam influenciar pelos próprios consumidores, alterando muitas vezes a dinâmica do discurso religioso apresentado por cada uma delas.

É importante ressaltar que, muitas vezes, o fiel, visto como cliente, acaba tendo dentro de si um desejo de importância atendido. Não raro ele se

vê satisfeito com a disputa que está ocorrendo para que o mesmo possa escolher uma instituição. Com isso, a imagem de aceitação faz com que as organizações encarem o processo de transformação do discurso religioso com maior facilidade.

Refkalefsky, Regina e Penha (2006) analisaram que a igreja, hoje, aderiu a uma forma de ligação com o público que, algum tempo atrás, era uma ideia praticamente impossível de ser concebida. Segundo eles, as novas formas religiosas têm usado, sem nenhum pudor, os recursos da propaganda e do marketing: “A religião parece desempenhar outro papel social. Ela, que, por muito tempo explicou aquilo que pertencia ao âmbito do sobrenatural, na modernidade perdeu sua capacidade diante do conhecimento científico” (Intercom 2006).

1.4 O ESPETÁCULO RELIGIOSO

Regina (2009) define as novas formas de propagação e divulgação da religião através da mídia, principalmente televisiva, como um verdadeiro show. A autora afirma que os cultos são preparados da mesma forma como espetáculos. E os preletores se assemelham a apresentadores de televisão que buscam interação com a plateia de forma a prender o telespectador em sua cadeira e fazer com que ele não mude de canal.

Sendo assim, os líderes religiosos, por conta da formatação espetacularizada das transmissões de cultos e missas, estruturam suas falas de modo a interagir exatamente como qualquer apresentador de TV em meio às luzes, brincando com os fiéis, contando histórias e até piadas em um claro esforço para não perder a atenção dos espectadores do “show” (Regina, 2009).

Dentro do protestantismo podemos analisar diversos grupos religiosos que se distinguem em suas concepções, discursos e metodologia de propagação da mensagem. Uma divisão feita pela própria igreja tem como objetivo segmentar as organizações religiosas de forma a se formar grupos

¹com membros de identidades parecidas entre eles. São eles: Os tradicionais, pentecostais e neo pentecostais.

Para o tema discutido neste trabalho o grupo dos neopentecostais ganham destaque, pois estes são os que mais utilizam as mídias para divulgação dos seus cultos.

Regina (2009) afirma que as igrejas neopentecostais merecem um destaque especial na discussão de religiosidade e mídia porque apresenta um visível crescimento numérico, que é bastante comentado hoje, tanto nos meios de comunicação, quanto na produção acadêmica sobre o protestantismo.

O fenômeno de crescimento percebido dentro das instituições neopentecostais decorre do direcionamento dado por este grupo às massas. Para atingir esse público os grupos neopentecostais acabam recorrendo aos meios de comunicação. O foco então se direciona ao espetáculo para fazer com que este público goste do que venha a assistir e conseqüentemente vá a igreja em busca daquilo.

Segundo Refkalefsky, Regina e Penha (2006), as igrejas neopentecostais têm usado estrategicamente os meios de comunicação de massa para atingir uma classe específica de pessoas. Os autores definem este público como jovens que estão excluídos ou são emergentes na sociedade.

Dessa forma, a organização religiosa assegura a eles uma vitória em meio às tribulações e também pregam a prosperidade em tempos de crise. Segundo a mesa de estudo, isto acaba conquistando este grupo de pessoas que buscam ansiosamente o sucesso e a solução imediata dos seus problemas ou de suas exclusões sociais.

¹ As igrejas protestantes se dividem em três ramificações: as tradicionais, as pentecostais e as neopentecostais. As tradicionais compreendem principalmente as chamadas “igrejas históricas” que se originaram na Reforma Protestante ou bem próximo dela. As pentecostais, por sua vez, englobam, as que tiveram início no reavivamento nos Estados Unidos, entre 1906 e 1910. Esse fenômeno é um racha entre igrejas norte-americanas. As experiências “místicas do “batismo no Espírito Santo” levaram os membros a serem excluídos de suas antigas igrejas. Finalmente, os neopentecostais são igrejas oriundas dos pentecostalismo original ou mesmo de igrejas tradicionais. Surgiram 60 anos depois do movimento pentecostal.

1.5 POSICIONAMENTOS POLÊMICOS

Por causa da grande visibilidade do discurso religioso, temas polêmicos também ganham discussões em escala nacional, agitando a opinião pública. É o que acontece quando as igrejas tratam do aborto, da homossexualidade, da cura gay, dízimos, sacerdócio feminino, cujos posicionamentos ganham espaço, atingindo inclusive, as esferas do Estado Brasileiro.

As igrejas evangélicas, dado às leituras mais ou menos literais da Bíblia, acabam por exercer um papel moralmente conservador em uma sociedade brasileira cada vez mais plural e reivindicadora de direitos civis. Mesmo assim, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), no Censo de 2010, observou um crescimento no número de adeptos dessa religião, que aumentou de 15,4% em 2000 para 22,2% em 2010², representando uma população de 42,3 milhões entre os 200 milhões de brasileiros.

Deste modo, participar das decisões e aprovações de leis no país, é interesse da comunidade evangélica para manter-se em expansão e conservar os seus objetivos religiosos. Isso é evidenciado na formação da chamada Bancada Evangélica³ no Congresso Nacional, composta em 2013 por 73 deputados e 4 senadores, grupo passível de aumento a medida que algum parlamentar se converte ao protestantismo.

A inserção dos evangélicos na política responde a um anseio da legitimidade de falar pelo grupo (RAMOS, 2012), sobretudo na defesa de seus interesses no que se refere à promoção da família, tal como a Bíblia orienta. E

² Número de católicos cai e aumento de evangélicos, espíritas e sem religião. <<Disponível em: [<http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?id=1&idnoticia=2170&view=noticia>](http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?id=1&idnoticia=2170&view=noticia)>>

³ Informação nesse sentido pode ser vista em: Vinde a mim os eleitores: a força da bancada evangélica no Congresso. <Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/a-forca-dos-evangelicos-no-congresso>.> Acessado em 28 de Abril de 2014.

é nesse aspecto onde os conflitos nascem, ganham a mídia e movimentação na opinião pública, sobretudo no que toca à aprovação de leis e emendas à Constituição para a legalização da união civil entre pessoas do mesmo sexo, do aborto e das drogas.

Sobre o aborto, a divergência também ocorre dentro das igrejas, que tem posicionamentos diferentes. O conflito se fixa, basicamente, entre àquelas que se colocam mais racionais ou mais conservadoras, como explica Gomes:

A resposta religiosa comporta um duplo movimento: por um lado, tende a unir vertentes que, a princípio, apresentam divergências doutrinárias e se confrontam no espaço público; por outro, há posturas religiosas institucionais mais “abertas” ao debate em torno do tema, (GOMES, 2009, p.91).

A consagração de mulheres ao sacerdócio também é motivo de discórdias entre igrejas protestantes. As igrejas tradicionais e pentecostais são as que mais se mostram resistentes à ordenação. Essa política de preterimento, além de criticada dentro do terreno protestante, é visto também como uma medida machista na sociedade.

Igrejas como “Deus é Amor” e “Congregação Cristã no Brasil” são exemplos de instituições evangélicas que permanecem irredutíveis quanto a essa concessão. Outras denominações até colocam essa questão em votação, mas o resultado pode ser arrasador como relata Mariano:

A 35ª Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil, ocorrida em Brasília, em janeiro de 2001, decidiu em sessão plenária a questão do pastorado feminino: “A votação foi rápida e fulminante: rejeitado. De cerca de 2,5 mil ministros aptos para votar, apenas três foram favoráveis”.(MARIANO, 2008, p.82)

Outras divergências entre as igrejas evangélicas são postas quanto à política de arrecadação de ofertas e dízimos, sobretudo àquelas que adotam a

teologia da prosperidade como princípio para atrair fieis. A Igreja Universal do Reino de Deus, maior defensora dessa doutrina, é amplamente criticada pela opinião pública, sendo alvo constante de investigações do Ministério Público por lavagem de dinheiro e estelionato.

Como veremos neste projeto experimental, não há unanimidade em relação a temas polêmicos dentro do segmento evangélico. Para se ter uma ideia, relacionamos abaixo como diferentes vertentes se posicionam diversamente em alguns assuntos que chegam ao debate público.

Para a criação de um quadro, exemplificando essas divergências, nos baseamos em entrevistas de representantes das instituições, pregações na internet, sites oficiais das igrejas e também o estatuto oficial de cada uma delas.

Quadro 1.1 – Posicionamentos polêmicos dentro do protestantismo

TEMA	A FAVOR	CONTRA	FLEXÍVEIS
HOMOSSEXUALISMO	Igreja Contemporânea	Assembléia de Deus	Igreja Bethesda
SACEDÓRCIO FEMININO	Igreja Metodista	Igreja Presbiteriana do Brasil	Assembléia de Deus
CURA GAY	Tempo do Avivamento	Igreja Caminho da Graça	Igreja Gera Vida
ABORTO	Igreja Universal do Reino de Deus	Movimento Pentecostal	Igreja Metodista
DÍZIMOS	Universal do Reino de Deus	Congregação Cristã no Brasil	Igreja Caminho da Graça
BEBIDAS ALCOÓLICAS	Universal do Reino de Deus	Assembléia de Deus	Igreja Presbiteriana

Fonte: Weverthon Dias e Danilo Boaventura



Tradicionais ou Históricas

Pentecostais

Neopentecostais

CAPÍTULO 02 - CONCEPÇÃO DO PRODUTO

Neste capítulo será abordado a produção do projeto, bem como a sua concepção, preocupando-se em definir as ferramentas utilizadas para a construção do blog. Para isso, apresentam-se a definição de webjornalismo, sua implementação no mundo e no Brasil. Em seguida são apresentadas as definições de blog e a utilização do mesmo no trabalho, sua linha editorial, concepção gráfica e procedimentos adotados em sua construção. Por fim, são apresentadas as reportagens produzidas e publicadas no Blog Evangélico Plural.

2.1 WEBJORNALISMO

A história da internet começa por volta das décadas de 1960 e 1970, quando o mundo todo acompanhava o lento desenrolar da Guerra Fria entre EUA e a até então União Soviética. Esta guerra de superpotências foi marcada por freqüentes ameaças de bombas nucleares, jogadas políticas de risco e rosnar de dentes em cada encontro da cúpula. Logo, ficou claro a todos, que ninguém iria atacar para não ser atacado e assim o clima de empate prevaleceu.

Contemporâneo a isto, a internet foi criada pela DARPA (Administração de Projetos de Pesquisa Avançados de Defesa) com o objetivo de estabelecer um modo para que computadores distantes pudessem transferir informações e dados e tornar essa comunicação de dados o mais robusta e confiável possível (STOUT , 1997).

Mas a popularização da ferramenta só foi possível através do surgimento da World Wide Web, em 1995. Antes disto, a rede já era utilizada para a divulgação de informações, porém os serviços oferecidos eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam através da distribuição de e-mails.

A Internet passou a ser empregada, de forma expressiva, para atender finalidades jornalísticas, a partir de sua utilização comercial, que se deu com o desenvolvimento da Web no início dos anos 90 (MIELNICZUK, 2007), sendo amplamente utilizado, até mesmo como tábua de salvação, pelas empresas de comunicação, sobretudo a imprensa, criando no ciberespaço um novo tipo de jornalismo, feito para e na web.

2.2 WEBJORNALISMO NO BRASIL

O Webjornalismo no Brasil começou em meados da década de 90. Existem muitas controvérsias em relação à definição de qual foi o primeiro jornal a disponibilizar conteúdo na rede mundial.

Ferrari (2004) afirma que o *Jornal do Brasil* foi o pioneiro entre os jornais nacionais. Segundo a autora logo em seguida, *A Folha de São Paulo*, o *Estadão* e o *Jornal O Globo* passaram a também disponibilizar versões digitais de suas edições.

Já Quadros, (2002) destaca como pioneiras as experiências realizadas pela Agência Estado, com o NetEstado, que foram anteriores ao lançamento do *Jornal do Brasil*. Uma outra versão é defendida pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-Line. O Grupo afirma que as primeiras iniciativas de veiculação de notícias pela Internet aconteceram com o *Jornal do Commercio* de Pernambuco, que utilizava recursos de sistema de inserção de arquivos no formato de menu, administrado pela empresa municipal de informática do Recife, em 1994. (MACHADO, 1997)

Seguindo a tese de Ferrari (2004), as grandes empresas de comunicação do país foram as primeiras a se aventurar no mundo virtual e investiram na criação dos chamados portais de informação:

Empresas tradicionais como as Organizações Globo, o grupo Estado (detentor do jornal O Estado de S. Paulo e Jornal da

Tarde), o Grupo Folha (do jornal Folha de S.Paulo) e a Editora Abril se mantêm como os maiores conglomerados de mídia do país, tanto em audiência quanto em receita com publicidade. Foram eles que deram os 16 primeiros passos na Internet brasileira, [...]. (FERRARI 2006, p. 29).

Mesmo com toda a rápida evolução do webjornalismo pelo mundo apenas em 2002 nasceu o primeiro jornal exclusivamente digital. O grupo IG, em uma atitude ousada, lançou o site *Último Segundo* que pretendia oferecer uma informação nova a cada minuto. E para cumprir com esse objetivo, dispunha de uma pequena redação própria, embora quase todo o conteúdo fosse proveniente do serviço de agências de notícias (FERRARI, 2006).

Junto a isso, uma das revistas semanais mais vendidas do país na época, a *Veja*, cria sua versão on-line. Porém, apesar de estar inserida na web, a atualização do conteúdo era feita com a mesma periodicidade da revista, ou seja, era atualizada semanalmente. Atitudes como esta vão mostrar aos veículos que o webjornalismo precisa ser diferente. E aos poucos é descoberto que na internet é necessário explorar especificidades como instantaneidade, usabilidade, navegabilidade e hipertextualidade.

Quadros (2002) faz uma divisão apropriada para compreensão da breve história do jornalismo on-line, praticado desde a década de 1990 até os dias atuais. Baseada em uma tese do professor Pavlick, da Universidade de Columbia a autora explica as três fases distintas do webjornalismo que, segundo ela, ajudam a perceber como os periódicos reagiram a tantas novidades acontecendo ao mesmo tempo.

Durante a primeira fase, os jornais eram apenas transpostos para o meio digital, sem nenhum tratamento específico das notícias. Os periódicos virtuais não possuíam equipe exclusiva, já que as matérias se limitavam a uma reprodução do impresso.

Segundo Toquarto (2005), uma segunda fase surge quando a transposição gradativamente foi sendo substituída por um texto adequado, produzido e editado por uma redação virtual.

Ainda segundo o autor a terceira fase começa quando se inicia a produção de conteúdos noticiosos originais desenvolvidos especificamente para a web, com possibilidades narrativas que permitem ao leitor navegar através da informação multimídia (TOQUARTO, 2005).

A partir desta etapa também há um crescimento do número de profissionais envolvidos na produção de conteúdo para os jornais on-line. Com isso há também um aumento nas ofertas de emprego já que a maioria dos jornais vão abrir suas redações on-line e estas vão requisitar um número a mais de profissionais para que este produto possa ir ao ar.

2.3 A OPÇÃO PELO BLOG

Precisamente ainda não foi delimitado quem criou a ferramenta weblog, tampouco quando a mesma surgiu. Porém, para Orihuela (2007), o primeiro blog surgiu em 1992 quando Tim-Berners Lee criou a página virtual *What's new in 92?* para divulgar as novidades do projeto do *Word Wide Web*.

Esse formato, entretanto, não apresentava as características de um diário virtual, tal qual como conhecemos hoje. Segundo Orihuela, inicialmente, a base dos blogs eram os links com um breve comentário e um registro da navegação na web. Hoje, entende-se que blog constitui-se:

uma página na Web que se pressupõe ser atualizada com grande frequência através da colocação de mensagens – que se designam “posts” – constituídas por imagens e/ou textos normalmente de pequenas dimensões (muitas vezes incluindo links para sites de interesse e/ou comentários e pensamentos pessoais do autor) e apresentadas de forma cronológica, sendo as mensagens mais recentes normalmente apresentadas em primeiro lugar (COUTINHO; BOTTENTUIT, 2007, p.200).

Os blogs acabaram por difundirem-se rapidamente, sendo observado com maior atenção e destaque pelo mundo no pós-atentados de 11 de setembro,

nos EUA, situação em que internautas relatavam o caos gerado por aquele evento criminoso.

Nesse período, o universo dos blogs recebeu o nome de blogosfera, termo utilizado pela primeira vez por Brad L. Graham, em 1999, em tom de brincadeira, sendo resgatado por William Quick como algo sério e relevante em 2001 (VARELA, 2007).

O avanço cada vez maior da tecnologia e desenvolvimento da web foi acompanhado pelos blogs, e a sua pulverização foi auxiliada pela criação da plataforma *Blooger*, em 1999, pela empresa Pyra Labs, sediada em São Francisco, Estados Unidos. Popular e rentável, o negócio teve seu concorrente maior em 2006 com a criação da plataforma Wordpress, em 2006. Ambos permanecem populares e mais visados pelos internautas, devido à facilidade de utilização.

Atualmente, é:

possível encontrar milhares de blogs na Internet abrangendo toda a diversidade de temas, dos mais específicos aos mais gerais, criados com objetivos de natureza diversa (lúdica, informativa, política, de intervenção cívica, etc.), sendo encarados pelo seu autor como forma de expressão de natureza íntima e intimista (apesar de num espaço com um público potencial à escala mundial) ou procurando a notoriedade e a máxima divulgação das ideias expostas. (GOMES, 2005, p. 312).

Apresenta-se no tópico a seguir a seguir a especificidade do blog como produto experimental.

2.4 EVANGÉLICO PLURAL

O blog Evangélico Plural, projeto experimental apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso, atem-se a uma única especificidade, a de mostrar, por meio de reportagens curtas, que dentro do protestantismo brasileiro há visões, leituras e interpretações diferentes sobre os mais variados temas em que a religião imprime sua influência e regulação, tais como homossexualidade, casamento entre pessoas do mesmo sexo, cura gay, aborto, sacerdócio feminino e dízimo.

Abordar essas temáticas requer alguns esclarecimentos por parte dos autores deste projeto. Ambos são evangélicos e, ainda que nessa condição, tratam todos os assuntos com certo distanciamento ideológico.

A experiência de vida religiosa dos autores não deixa de contribuir junto à proposta de abordar a pluralidade de posicionamentos das instituições protestantes do Brasil, em que pesam moral e regulação. Essa condição possibilita conferir maior entendimento às reportagens postadas no blog por serem vozes que narram a realidade de dentro para fora, tornando-a pública para o grande público alheio a este movimento religioso. Como afirmam (OVACH E ROSENSTIEL, 2002) a “Independência de grupos ou facções indicam a existência de uma de ser jornalista sem negar a própria experiência, mas sem também se tornar refém dela.”

O que é necessário, segundo esses autores, é que o jornalista saiba manter-se “fiel aos princípios básicos do ofício que o levam a dar ao público uma informação veraz”. Esse esclarecimento é um dever honesto a ser cumprido por jornalistas no exercício de sua profissão quando dizem que é um direito do público “saber se um repórter está envolvido diretamente com os temas ou as pessoas que está cobrindo” (KOVACH E ROSENSTIEL, 2002).

Nessa hora, a independência é desejável para o exercício jornalístico mas ela indica a existência de uma maneira de ser jornalista sem negar essa experiência pessoal, mas sem também se tornar refém dela.

Esses princípios foram observados na produção das reportagens publicadas no blog. Opiniões, comentários e juízo de valor não estão

intencionalmente presentes, mas há espaço reservado aos leitores que queiram fazê-los.

2.5 PROCEDIMENTOS ADOTADOS

Os procedimentos adotados para a produção das reportagens do blog foram entrevistas, pesquisa bibliográfica e visitação de páginas oficiais das instituições, onde estão explícitas, de maneira clara e objetiva, a opinião de cada uma delas a respeito dos assuntos tratados dentro do blog.

As reportagens estão acompanhadas de fotos da maioria dos entrevistados, com legendas. Na ausência de entrevistas, em algumas reportagens optou-se por utilizar material audiovisual onde as personagens sustentam seus pontos de vistas. Nesses casos, hiperlinks foram inseridos para que o leitor possa confirmar e conferir a veracidade da fala e do recorte utilizado.

As entrevistas foram realizadas, em sua maioria, por email, fornecendo ao entrevistado uma quantidade de perguntas sobre o tema proposto e recortando de cada um deles a melhor expressão da opinião sobre o assunto.

Graficamente foi adotado um layout limpo no campo de texto e customizado com fotos de cultos e shows evangélicos no restante da interface. Como as matérias estão postas de maneira linear dentro do blog, há um menu dinâmico que permite ao visitante clicar no tema que lhe interessar, sem precisar rolar a barra do site. A fonte arial, tamanho 12, comumente utilizada em blogs e site de notícias.

Foi fornecido ao leitor a possibilidade de acessar as matérias mais lidas do site, disponíveis na barra lateral direita. Além disso foi integralizado junto a página do blog, um aplicativo onde é possível o leitor curti-la na rede social Facebook.

Também foi reservado um espaço na barra lateral para a exibição de enquetes, onde o leitor têm a possibilidade de escolher a sua posição a respeito dos temas tratados no blog. Outro espaço foi reservado ainda para a exibição de anúncios, também na lateral direita do Blog.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante reconhecer quão é diverso o movimento evangélico brasileiro. Essa religião tem aumentado vertiginosamente seus números de adeptos nas últimas décadas. Conseqüentemente, a relevância para a política, economia e cultura nacionais também cresceu. Contudo, sobre os evangélicos, ainda existem inúmeros estereótipos e preconceitos devido a discursos únicos veiculados na mídia hegemônica.

Coube a este trabalho, no que toca ao exercício do jornalismo, mostrar uma outra face desse segmento, no aspecto de sua diversidade de pensamento e posicionamento em temas considerados polêmicos.

Tal aventura não foi fácil, pois algumas dificuldades foram encontradas no caminho. As maiores, sem dúvidas, estiveram na realização de entrevistas com os líderes religiosos.

Seja por dificuldade de agenda, ou por falta de vontade, poucos concordaram em falar, sobretudo aqueles responsáveis pelas instituições protestantes de maior notoriedade.

Essa cooperação entre jornalismo e fontes continua sendo importante e fundamental para mudar o cenário de desconhecimento por parte público sobre a pluralidade de posicionamentos existentes dentro da igreja evangélica brasileira. Todavia, graças aos materiais produzidos por estes líderes e suas respectivas instituições, bem como livros, pregações em material audiovisual, estatuto interno e sites pessoais, as webreportagens não deixaram de ser produzidas e publicadas no blog.

A parte teórica deste trabalho também não poderia deixar ausentes as discussões que vários autores fazem sobre religião e mercado, espetáculo religioso e comunicação e religião. Essas, além de importante do ponto de vista acadêmico, foram basilares para o desenvolvimento do produto, o Evangélico Plural.

Assim, pensamos que o blog proposto neste projeto cumpriu seus objetivos, especialmente aquele que consideramos imprescindível para o jornalismo e a ciência: evidenciar o pluralismo de pensamento.

REFERÊNCIAS

ANTONIO F. & PRANDI, Reginaldo. **A Realidade Social das Religiões no Brasil**. São Paulo, Hucitec, 1996.

ASSEMBLEIA DE DEUS VITORIA EM CRISTO. Disponível em:
<<http://www.advitoriaemcristo.org>>. Acessado em: 30 mai. de 2014.

BLOG CAMINHO. Disponível em:
<<http://www.blogcaminho.blogspot.com.br>>. Acessado em: 28 de Abr. 2014.

BUDKE, Sidney. **Mídia e Religião: Das peregrinações ao universo das telecomunicações**, 2005. Disponível em:
<http://www3.est.edu.br/nepp/revista/008/ano04n3_03.pdf>. Acessado em: 22 abr. 2014.

CAMPOS, L. S. **As Relações entre Comunicação e Religião: Rádio e TV como Meios para Expressão do Neopentecostalismo**. Disponível em:
<http://www2.metodista.br/unesco/anaisdaeclesiocom/Trabalhos/20.As%20Rela%C3%A7%C3%B5es%20entre%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20e%20Religi%C3%A3o_Luis%20J%C3%BAnior.pdf>. Acessado em: 22 abr. 2014.

CATEDRAL DO AVIVAMENTO. Disponível em:
<<http://www.catedraldoavivamento.com.br>>. Acessado em: 28 mai. 2014.

CONGREGAÇÃO CRISTÃ NO BRASIL. Disponível em:
<<http://www.cristanobrasil.com>>. Acessado em: 30 mai. 2014.

COUTINHO, C. P. ; BOTTENTUIT, J. B. **Blog e Wiki: Os Futuros Professores e as Ferramentas da Web 2.0**. Disponível em:
<<http://hdl.handle.net/1822/7358>>. Acessado em: 03 mai. 2014

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 2º Ed. São Paulo: Contexto, 2004.

GERA VIDA IGREJA CRISTÃ. Disponível em:
<<http://www.geravida.com.br>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

GOMES, E. C. **Fé racional e aborto: família e aborto a partir da ótica da IURD**. Sexualidad, Salud y Sociedad - Revista Latinoamericana, v. 2, p. 97-120, 2009.

GOMES, M. J. Blogs: **um recurso e uma estratégia pedagógica**. Artigo apresentado no VII Simpósio Internacional de Informática Educativa – SIIIE05, Leiria, Portugal, 16-18 Novembro de 2005.

GUERRA SOBRINHO, Lemuel Dourado. **A lógica do mercado na esfera da religião: competição, demanda e a dinâmica dos discursos e práticas religiosas no Brasil**. UFPB. 2000.

IGREJA BETHESDA. Disponível em:
<<http://www.bethesda.com.br>>. Acessado em: 15 mai. 2014.

IGREJA CONTEMPORÂNEA. Disponível em:
<http://www.igrejacontemporanea.com.br>. Acessado em: 15 mai. 2014.

IGREJA METODISTA. Disponível em:
<<http://www.metodista.br>>. Acessado em: 15 mai. 2014.

IGREJA PRESBITERIANA RENOVADA. Disponível em:
<<http://www.ipb.org.br>> Acessado em: 01 jun. 2014.

IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS. Disponível em:
<<http://www.universal.org>>. Acessado em: 02 jun. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. Censo 2010: **Número de católicos cai e aumento de evangélicos, espíritas e sem religião**. Disponível em: <http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?id=1&idnoticia=2170&view=noticia>. Acessado em 28 de Abril de 2014.

KOVACH, B.; ROSENTIEL, T. **Os elementos do Jornalismo - O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LÉONARD, Émile-G. **O Protestantismo Brasileiro: Estudo de Eclesiologia e História Social**, 2ª ed. Rio de Janeiro e São Paulo: JUERP/ASTE, 1981

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. **Manual de jornalismo na internet: conceitos, noções práticas e um guia comentado das principais publicações jornalísticas digitais brasileiras e internacionais**. 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/fontes_manuais.htm>. Acesso em: 07 jul. 2007.

MACHADO, M. D. C. **Política e religião: a participação dos evangélicos nas eleições**. Rio de Janeiro. FGV. 2006.

MARIANO, R. **Crescimento Pentecostal no Brasil: fatores internos**. São Paulo. PUC. 2008. Disponível em: <http://www.pucsp.br/rever/rv4_2008/t_mariano.pdf>. Acessado em: 26 abr. 2014.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. BAHIA, 2007.

OLIVEIRA, F. R. **Jornalismo e religião: a produção jornalística da Vinha FM**. 2012.

QUADROS, Cláudia Irene de. **Uma breve visão histórica do jornalismo online**. 2002. São Paulo. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/18639>>. Acesso: 17 Ago. 2007.

REFKALEFSKY, Eduardo ; REGINA, Karla e PENHA, Maria. **Comunicação, Marketing e Religião: o mercado da fé no Brasil**, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/r1891-2.pdf>. Acessado em: 22 Abr. 2014.

REGINA, Karla. **A aliança entre a religião e a mídia**, 2009. Disponível em http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod_artigo=302&cod_boletim=16&tipo=Artigo. Acessado em: 22 Abr. 2014.

REVISTA VEJA. **Vinde a mim os eleitores: a força da bancada evangélica no Congresso**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/a-forca-dos-evangelicos-no-congresso>. Acessado em 28 de Abril de 2014.

STOUT, Rick. **Dominando a world wide web**. 1 ed. São Paulo, 1997.

TORQUATO, Ricardo Cassiolato. **Jornalismo digital: a forma e a produção da notícia. Dissertação de Mestrado**. São Paulo. 2005. Disponível em: <http://www.unimar.br/biblioteca/acervo/descricao.php?exemplar=10396>. Acesso em: 13. Ago. 2007.

VARELA, J. **Jornalismo Participativo**. In: ORDUÑA, Octavio L. Rojas. Blogs: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo, Thomson, 2007

ANEXOS: MATÉRIAS TRANSCRITAS

Anexo A: [Há problema em abortar?](#)

Prática é radicalmente abominada por uns e totalmente defendida por outros



Edir Macedo, líder da Universal, defende o aborto como forma de controle familiar.

Foto: Reprodução Gospel Mais.

O aborto, assim como os outros temas pautados pelo blog, também divide opiniões entre os líderes protestantes no Brasil. A legalização da prática, aliás, é amplamente combatida pela bancada evangélica, predominante pentecostal no Congresso, e recebe apoio dos parlamentares católicos.

Há quem seja totalmente contra, como é o caso de Hernandes Dias Lopes, um dos principais reverendos da Igreja Presbiteriana do Brasil. Para o religioso, o aborto é um assassinato, pois “a vida começa na concepção”. ([Veja o posicionamento público](#)). Aos que militam em favor da legalização, ele dispara “aqueles que defendem o aborto tiveram a chance de viver. Se eles recebessem o que desejam, não estariam aqui para defender essas coisas”.

Entre os que concordam com o aborto está o líder da Igreja Universal do Reio de Deus, que não concede entrevistas, mas não esconde seu posicionamento na biografia “[O bispo- A história revelada por Edir Macedo](#)”, assinada pelo vice-presidente de jornalismo da Record (de propriedade de Macedo), Douglas Tavolaro.

Para o empregado, o bispo confessou na página 179 “sou a favor do direito de escolha da mulher. O Brasil deveria se unir pelo direito da mulher de optar pelo aborto. Nossos governantes deveriam se empenhar para isso e não se curvar diante da pressão de alguns segmentos religiosos. Certamente, grande parte de nossas mazelas sociais diminuiria”.

Como parte de sua defesa, Macedo indaga “é melhor a mulher não ter filho, ou ter e jogar o bebê na lata do lixo? O número de meninas solteiras de 12, 13 anos dando à luz não para de crescer. Crianças que deveriam estar na escola, mas estão em casa cuidando dos filhos”, conclui.

Já para Patrick Mandela, presbítero da Assembleia de Deus Ministério de Anápolis, a negação ao aborto se dá porque a Bíblia é contrária ao tema: "Em Êxodo fala que é pecado e em Jeremias Deus mostra que tem um plano para cada vida desde o ventre da mãe", explica.

Anexo B: Consumo de álcool divide opinião evangélica

Há quem seja totalmente contra, mas consumo moderado é defendido pela Igreja Anglicana.



Igreja Anglicana não condena o consumo de bebidas alcoólicas. Foto: Reprodução Gospel Mais.

Um assunto que gera bastante polêmica no meio evangélico, por se tratar de um costume social universal, é a ingestão de bebidas alcoólicas. A maioria das igrejas proíbe seus membros de beberem qualquer coisa que contenha álcool na composição, porém, como todos os assuntos polêmicos, há quem discorde dessa posição e defenda o consumo dessa substância.

É o caso do líder da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo. Durante um culto em sua igreja, o bispo deu a seguinte declaração “a religião evangélica proíbe beber vinho, é ou não é? Mas eu bebo vinho, eu bebo um cálice de vinho. A religião proíbe beber cerveja, mas eu bebo cerveja quando eu estou com vontade, eu bebo e acabou! E quem é que vai me dizer pra eu não beber?”, declarou. [Assista a declaração de Macedo.](#)

Já Silas Malafaia, líder da Igreja Assembléia de Deus Vitória em Cristo, discorda totalmente da postura de Edir Macedo. Devido às crescentes

dúvidas a respeito do tema, o pastor emitiu um [comunicado oficial na internet](#) para explicitar sua posição sobre o assunto.

Para o pastor “fomos separados para Deus. Como reis e sacerdotes do Altíssimo, não devemos ingerir bebidas alcoólicas para não dar lugar à nossa carne e ao pecado.” Silas ainda afirma que esse tipo de bebida não faz bem ao nosso corpo. “O álcool compromete nossos reflexos e nosso bom senso, e prejudica a nossa saúde”, completa.

Já a Igreja Anglicana Reformada no Brasil se posiciona de maneira mais flexível sobre o assunto, como esclarece o porta-voz da igreja, bispo Josep Rossello Ferrer. “Não se pode afirmar que a Bíblia condena a bebida. Encontramos nas Escrituras avisos claros contra o estado de embriaguez, que leva à perda do controle dos sentidos, mas não vemos nenhuma restrição ao consumo moderado”, frisa.

Anexo C: Dízimos: Entregar ou Não?

Divergência é defendida teologicamente pelas igrejas



Para a Congregação Cristã no Brasil, a entrega do dízimo é restrita ao Velho Testamento. Foto: Reprodução Gospel Mais

Movimento evangélico e dinheiro: uma combinação que sempre rendeu muita polêmica. Inclusive dentro do próprio movimento. Há quem defenda que os pastores agem de má fé com os fiéis em busca de enriquecimento ilícito, e outros que defendem que eles apenas cumprem o seu papel mediante aquilo que a bíblia apresenta.

A divergência está entrega obrigatória dos dízimos (10% do salário) por parte do fiel. Enquanto uns pastores afirmam que a prática foi abolida por Jesus no Novo Testamento, outros ainda acreditam que Deus exige este comportamento dos fies, como uma forma de confiança na provisão divina.

Para Carlos Caixeta, pastor auxiliar da Igreja Clamor das Nações em Caldas Novas, “não há nada no Novo Testamento que rejeite a prática do dízimo”. Ele acredita que a pessoa que não dá o dízimo peca por causa da avareza. “Aquele que não consegue entregar o dízimo, que é apenas 10% daquilo que ganha para a obra de Deus, mostra um apego muito grande ao dinheiro e isso foi condenado claramente por Jesus”, frisou.

Já o pastor líder da Igreja Caminho da Graça, Caio Fábio, defende que a entrega dos dízimos não deve ser obrigatória. “Qualquer igreja que diz que se você não colocar o dinheiro no gasofilácio estará em pecado, está mentindo e realizando uma manipulação diabólica”. [Acompanhe na íntegra a declaração do religioso.](#)

Dentro do movimento protestante, há ainda, quem seja completamente contra a entrega de dízimos. A igreja que pratica essa doutrina é a Congregação Cristã no Brasil. O estatuto da instituição deixa claro aos seus membros que eles não são adeptos desta prática, e que apenas aceitam ofertas voluntárias e não determinadas por partes dos seus frequentadores.

“O dízimo é apenas uma proporção estabelecida no Antigo Testamento, para a lei do culto ou cerimônia no templo. Já para o Novo Testamento não há essa imposição. Deus o aprovou no Velho Testamento, porém não o estabeleceu no Novo. É apenas uma menção de nossa obrigação de contribuir”, conforme a página virtual da Congregação Cristã no Brasil.

Anexo D: **Homossexualidade: os três lados de uma mesma fé**

Ao contrário do que a mídia diz, evangélicos não são unânimes com relação a homossexualidade.



Pastores Malafaia, Ricardo Gondim, e Fábio Inácio tem posicionamento diferenciado sobre o tema.

Foto: Reprodução redes sociais

Engana-se quem acredita que o pensamento da igreja evangélica em relação à homossexualidade é uniforme. É comum, graças ao discurso midiático, as pessoas alheias ao movimento imaginarem que todas as correntes do protestantismo são contra as uniões homo afetivas.

As igrejas de matrizes tradicionais, como Assembléia, Batista e Presbiteriana costumam se posicionar de maneira mais radical sobre o assunto. Silas Malafaia, líder da Igreja Assembléia de Deus Vitória em Cristo e uma das personalidades evangélicas mais notórias na televisão é o maior representante dessa corrente.

Em [entrevista](#) a jornalista Marília Gabriela, o pastor foi enfático ao defender a homossexualidade como sendo uma escolha comportamental: “Ninguém nasce gay, homossexualismo é um comportamento. Quem pode dizer que

alguém nasce gay ou não? Não é a psicologia, é a genética. A única ciência que pode dizer isso é a biologia. Não existe ordem cromossômica homossexual, existe ordem cromossômica de macho e fêmea", defende.

Mais razoável quanto ao tema, o pastor Ricardo Gondim, líder da Igreja Betesda, entende que os direitos dos homossexuais é uma demanda que deve ser observada e é favorável até mesmo ao casamento entre pessoas do mesmo sexo. "Nenhuma tendência religiosa tem o direito de impor as suas convicções sobre os demais. Eu sou a favor", afirmou.

Defesa Bíblica

Há ainda quem defenda a homossexualidade como sendo algo naturalmente explicado dentro do cerne bíblico. É o que sustenta o casal de pastores Gladstone e Fábio Inácio, líderes da Igreja Contemporânea, fundada em 2006. A denominação acredita que Deus não direciona suas bênçãos a um padrão familiar específico.

"Não se restringindo a dita "família tradicional", mas assim como Deus chamou a Abraão e disse: "em ti serão benditas todas as famílias da terra" entendemos que aqui foi incluído pelo Senhor aquelas formadas por pares do mesmo sexo. A Igreja Cristã Contemporânea acredita que a família é também o maior projeto de Deus para homoafetivos", afirmaram Gladstone e Fábio Inácio.

Anexo E: [A igreja no debate da Cura Gay](#)

Projeto polêmico movimentou o meio evangélico no ano de 2013



Deputado Federal João Campos (PSDB), autor do projeto de lei intitulado de "Cura Gay". Foto: Diário da Manhã.

Um assunto que recentemente levantou polêmica envolvendo mais uma vez o meio evangélico e os homossexuais, foi o projeto de lei conhecido como “cura gay”. A proposta, de autoria do deputado João Campos (PSDB-GO), foi aprovada em junho de 2013 pela Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados, presidida pelo pastor e deputado Marco Feliciano (PSC-SP).

Assim que divulgada, militantes da comunidade LGBT saíram às ruas contra o projeto e chamaram a atenção da mídia de todo o país. A proposta provocou polêmica porque suspenderia dois trechos de uma resolução do Conselho Federal de Psicologia, de 1999. Uma das publicações afirma que “os psicólogos não podem colaborar com eventos e serviços que proponham tratamento e cura das homossexualidades”. Em julho, devido a pressão interna no partido, o deputado João Campos arquivou o projeto, que nem chegou a ir para a Câmara dos Deputados.

No meio evangélico, a pauta gerou controvérsias e dividiu opiniões entre os líderes religiosos. Para o Pastor Gleidson Ribeiro da Igreja Gera Vida de Aparecida de Goiânia, a abordagem do tema aconteceu em momento inoportuno e isso acabou alimentando uma guerra desnecessária: “O projeto visa garantir uma liberdade

profissional ao psicólogo. Até ai tudo bem. Porém, apresentar este projeto naquele momento foi um erro e acabou incendiando ainda mais uma guerra entre os evangélicos e os homossexuais”, frizou.

Já o pastor líder da Igreja Caminho da Graça e também psicólogo, Caio Fábio, defende que o projeto é totalmente sem sentido e declara: “Primeiro: desde quando a Psicologia cura gay? Segundo: desde quando a Psicologia cura qualquer coisa? Terceiro: desde quando a Psicologia oferece qualquer coisa que não seja auto-compreensão?”. As declarações foram feitas na [página oficial](#) da sua igreja no Facebook.

O pastor aproveita ainda para criticar o deputado Marco Feliciano, e ataca: “Para o Feliciano é importante 'lavar esse tento' do ponto de vista do que isso significa de 'testemunho' dele para o seu 'eleitorado' de pentecostais Talibãs.” Citado por Caio Fábio, o pastor e deputado Marco Feliciano, líder da Igreja Tempo do Avivamento, é um dos maiores defensores da aprovação do projeto. Em [comunicado](#) ao público e à imprensa, ele afirmou que o termo “Cura Gay” foi criado para desmoralizar o projeto e citou as verdadeiras intenções da pauta:

“O projeto tem como objetivo discutir em sua totalidade sofrimentos psíquicos gerados por não aceitação pelo indivíduo de sua sexualidade, seja ele heterossexual, homossexual ou bissexual. Significando que se a pessoa não estiver satisfeita com sua orientação, condição e ou opção, pode tentar, pelo menos, mudar se isso for o seu desejo e vontade”. O pastor ainda declarou no Twitter, em Julho de 2013, que não desistiu do projeto e que existe a possibilidade do texto voltar a ser colocado em pauta em 2015. "O PDC não foi arquivado, mas retirado, e pode voltar", frisou.

Anexo F: Lugar de mulher é no púlpito?!

Protagonismo feminino ainda é tabu nas igrejas.



Aimée Semple McPherson, fundadora da Igreja Quadrangular, hoje presente em mais de 146 países.

Foto: Gospel Mais

“As mulheres estejam caladas nas igrejas; porque não lhes é permitido falar; mas estejam submissas como também ordena a lei”. Esse trecho de 1Coríntios 14:34 é motivo de muitas discussões nas igrejas protestantes no Brasil. Tido para uns como ordenança de Deus dada ao apóstolo Paulo, proibindo o exercício de liderança e sacerdócio por mulheres, é visto por outros como reflexo da sociedade naquela época (ano I d.C), mas não aplicável aos novos tempos.

A controversa não chega a criar animosidade entre as igrejas de confissão evangélica, mas é condenada afincamente pela maioria da ala histórica, como Presbiteriana do Brasil e Luterana. Para o Reverendo Augustus Nicodemus, uma das vozes de maior expressão da Igreja Presbiteriana no Brasil, bíblicamente não há como concordar com a liderança da mulher dentro da igreja. “Não é uma função que Deus atribuiu a ela”, sentencia.

Não é o que pensa a Igreja Metodista do Brasil, também de linha tradicional, que desde os anos de 1970 consagra mulheres pastoras e bispas, que comandam igrejas, ministram aulas em seminários e faculdades da instituição. Segundo o [Ato](#)

[Complementar 01/2007](#) da comunidade, aspirantes a pastoras “precisam ser indicadas e aprovadas por uma Comissão Ministerial Regional”, mesma condição impostas aos homens.

Já as igrejas pentecostais tem apresentado maior flexibilidade quanto a consagração de mulheres ao pastorado. A Igreja Quadrangular, por exemplo, foi fundada por uma, a canadense Aimée Semple Mcpherson, que após se divorciar, iniciou os trabalhos de sua igreja em 1944, hoje presente em mais de 146 países.

O mais recente ministério a conceder liderança às mulheres foi a Assembleia de Deus Madureira do Brás, em São Paulo. Mas elas não podem ser pastoras. São consagradas a missionárias, podendo até dirigir igrejas, mas não recebem o mesmo título destinado aos homens.