

## ELIANA DA MOTTA DOS SANTOS

**“Revista *Veja* e revista *Time*: Uma análise do discurso entre Brasil e Estados Unidos sobre a construção da identidade dos cristãos católicos e evangélicos”**

### **Resumo**

O projeto de pesquisa intitulado “Revista *Veja* e revista *Time*: Uma análise do discurso entre Brasil e Estados Unidos sobre a construção da identidade dos cristãos católicos e evangélicos”, pretende investigar o fenômeno de expansão religiosa no Brasil e nos Estados Unidos, observando e comparando como os jornalistas dessas redações retratam a religião cristã evangélica e seus fiéis, estabelecendo um comparativo ao tratamento dado aos cristãos católicos, num recorte temporal que compreende 32 anos, janeiro de 1981 a dezembro de 2013. Vale ressaltar que essa pesquisa é um desdobramento do Mestrado que revisa e expande a pesquisa no Doutorado.

**Palavras Chave:** Comunicação, Imprensa, Revista *Veja*, Revista *Time*, Religião.

## Introdução

Marcados pelo sagrado, desde as origens indígenas com sua simbologia, passando pela colonização europeia e pela inserção das religiões dos escravos africanos e as populações de origem asiática, tanto o Brasil como os Estados Unidos tornaram-se países plurais do ponto de vista religioso. Ao contrário do Brasil, nos Estados Unidos a sociedade no tempo colonial, no século 17, em sua maioria era cristã evangélica, mas segundo Catherine L. Albanese<sup>1</sup>, há uma influência cultural e religiosa do índio americano e do escravo africano e entre o colonizador europeu havia também os católicos romanos e os judeus. A historiadora afirma que os primeiros historiadores que registraram as experiências religiosas eram os representantes das principais denominações, eles não tiveram um olhar neutro de um profissional, mas sim de sua posição como religiosos. A hegemonia protestante era uma realidade, mas a diversidade foi ignorada por esses historiadores.

Para que possamos compreender, o fenômeno religioso pentecostal contemporâneo, nesses países, se faz necessário um breve relato de onde e como surgiu o movimento pentecostal, segmento mais difundido do cristianismo protestante que rompe com padrões, que caracterizavam as igrejas protestantes tradicionais por séculos.

Esse movimento religioso surge nos Estados Unidos no final do século XIX, no ano de 1901, com o pregador Charles Fox Parham, pioneiro na prática de manifestações em transe e glossolalias (o falar em “línguas desconhecidas”), e em aplicar a teoria do “batismo com o Espírito Santo”. Parham liderava um movimento denominado *The Apostólic Faith*, enquanto foi diretor-fundador do Bethel Bible College, na cidade de Topeka, no Kansas, no sul dos EUA, onde difundia a cura divina em sua doutrina, dava assistência

---

<sup>1</sup> Catherine L. Albanese é autora de *A Republic of Mind and Spirit: A Cultural History of American Metaphysical Religion* - professora da cátedra J.F. Rowny de Religiões Comparadas e chefe do Departamento de Estudos Religiosos da Universidade da Califórnia, em Santa Bárbara.

material às pessoas pobres e treinamento para jovens em atividade missionária. (CAMPOS, 2005)

Segundo Leonildo Silveira Campos a origem cultural do cristianismo pentecostal teria como ponto de partida e localização, Montano, um cristão do segundo século, que lutava pela recarismatização da cristandade. Por volta do ano 150, os cristãos os cristãos abandonaram certos carismas como: “falar em línguas”, “receber revelações divinas” ou esperar por “sinais, curas e maravilhas”. (CAMPOS, 2005)

Dentre esses líderes, desponta no estado americano do Texas, em Huston, em 1906, o pastor negro americano William Joseph Seymour, discípulo de Parham na escola bíblica que tornou-se uma explosão mundial. Seymour assistia às aulas de Paham em uma cadeira colocada no corredor do lado de fora da sala, vítima da discriminação racial. Filho de ex-escravos Seymour nasceu em Louisiana, estado com população predominante negra, porém, o ódio racial intenso era difundido por terrorista por meio de movimentos como Ku Klux Klan entre outros e agiam livremente no sul dos Estados Unidos. (CAMPOS, 2005)

Seymour derrubou a existência de barreiras raciais em favor da "unidade em Cristo" e rejeitou barreiras às mulheres em qualquer forma de liderança em uma igreja. O movimento chamou a atenção da imprensa e virou notícia nos Estados Unidos.

Silveira Campos, diz que o jornal *Los Angeles Times*, em 18 de abril de 1906, publicou uma matéria que começava afirmando estarem os seus repórteres diante de “uma sobrenatural babel de línguas” e de uma “nova seita de fanáticos” formada em sua maioria por negros e imigrantes pobres, liderados por um pregador negro, que atraía pobres, ignorantes e tolos ao templo situado no número 312 da rua Azusa Street. (CAMPOS, 2005).

O surgimento e a disseminação do pentecostalismo entre os pobres, imigrantes e deserdados nos Estados Unidos, do início do século XX, lhe deram alguns traços que favoreceram o seu crescimento em outras partes do mundo. Essas origens facilitaram a acomodação da religião evangélica às

culturas latinas, indígenas, africanas ou europeias no Brasil e podemos identificar a mentalidade e o crescimento pentecostal na sociedade brasileira.

Numa breve contextualização histórica, o protestantismo, difundido na Europa, chega ao Brasil no Rio de Janeiro, em 1555 com um grupo de refugiados que fugiam da perseguição religiosa, porém a tentativa de colonização terminou com a expulsão de Villegaignon, líder da expedição, em 1560. (CUNHA, 1999)

A religião cristã católica, por séculos, é hegemônica no Brasil, difundida por padres jesuítas, fruto da colonização portuguesa, e encontrou respaldo na Constituição Política do Império do Brasil promulgada em 25 de março de 1824 onde foi declarada como religião oficial do Império, impondo restrições de outros cultos religiosos e tão pouco reuniões em locais com aparência exterior de templo. Nos primeiros anos do século XIX, incentivados pela “abertura dos portos às nações amigas” promovida pelo príncipe regente de Portugal Dom João VI em janeiro de 1808, estabelecendo-se com relativa liberdade para sua prática religiosa. (CUNHA, 1999)

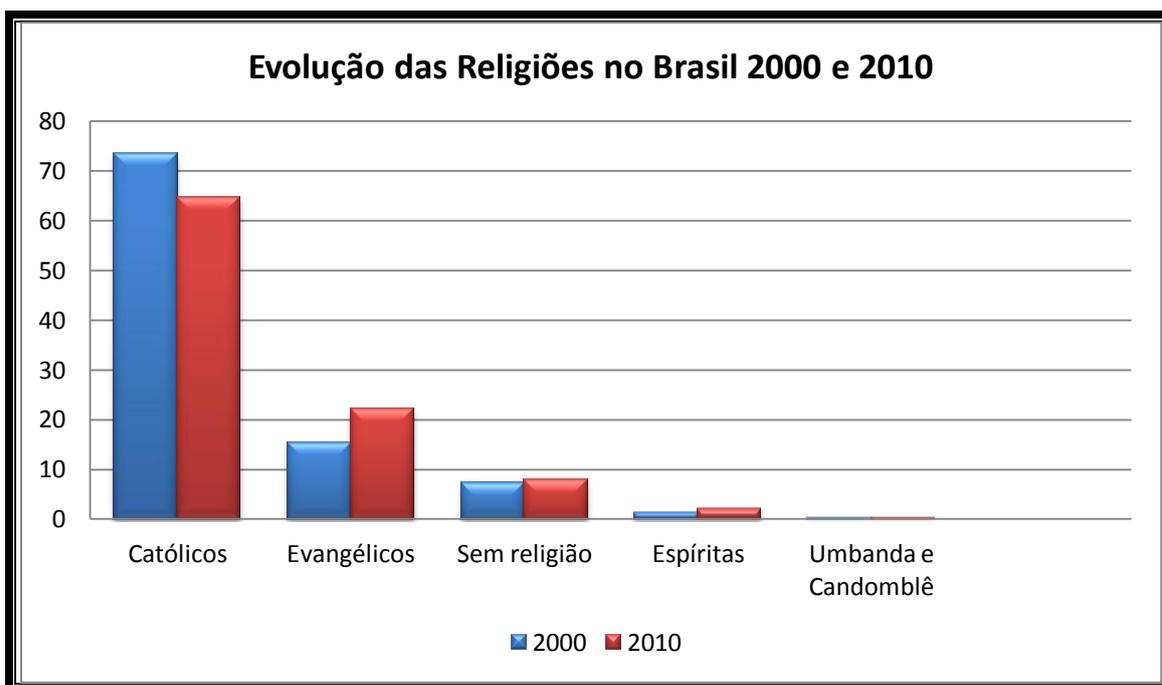
Num salto histórico, para a década de 1980, ano em que inicia o recorte temporal dessa pesquisa, destacamos o fenômeno de expansão religiosa dos evangélicos, nunca foi visto no país, obrigando os meios de comunicação a abrir cada vez mais espaço para a cobertura desse fenômeno social e uma das motivações dessa pesquisa.

Atualmente, segundo dados do Censo Demográfico de 2000, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>2</sup>, os segmentos evangélicos crescem em todas as regiões do país. O número de fiéis da Igreja Católica Apostólica Romana de 83,8% em 1991 caiu para 73,6% em 2000 e no último censo de 2010 totalizam 64,6%. Já os evangélicos que, em 1991, representavam 9,0% dos brasileiros, nove anos depois, saltaram para 15,4% da população, ou seja, cerca de 25 milhões, o que representa um crescimento de 70%. Já no censo de 2010 aponta um crescimento de 22,2%.

---

<sup>2</sup> Censo Demográfico 2010 - <http://censo2010.ibge.gov.br/noticiascenso?view=noticia&id=1&idnoticia=2170&t=censo-2010-numero-catolicos-cai-aumenta-evangelicos-espiritas-sem-religiao>

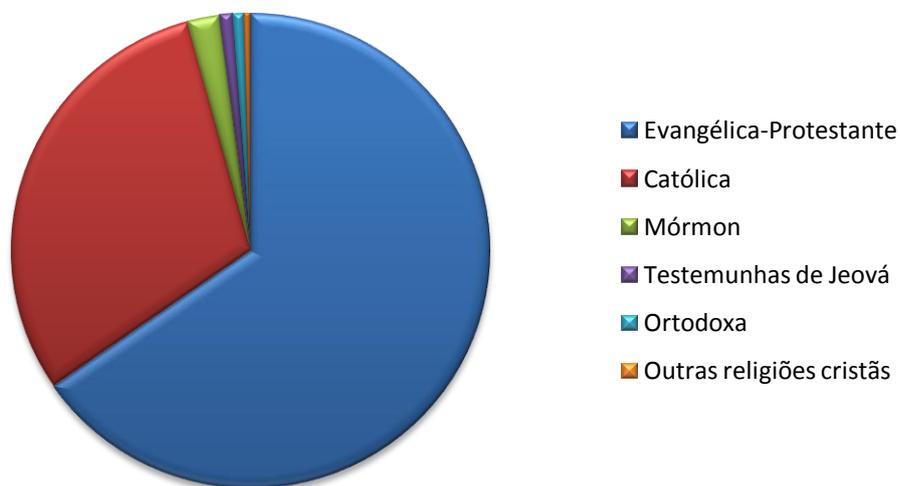
De acordo com o IBGE, os que se declaram sem religião em 2000 eram 7,3% da população e em 2010 crescem 8,0%. Os espíritas totalizam 1,3% em 2000 e saltam para 2,0% em 2010, em contrapartida os espíritas de matriz africana (Umbanda e Candomblê) mantiveram em 2000 e 2010 o mesmo índice de 0,3%.



Fonte de pesquisa: IBGE

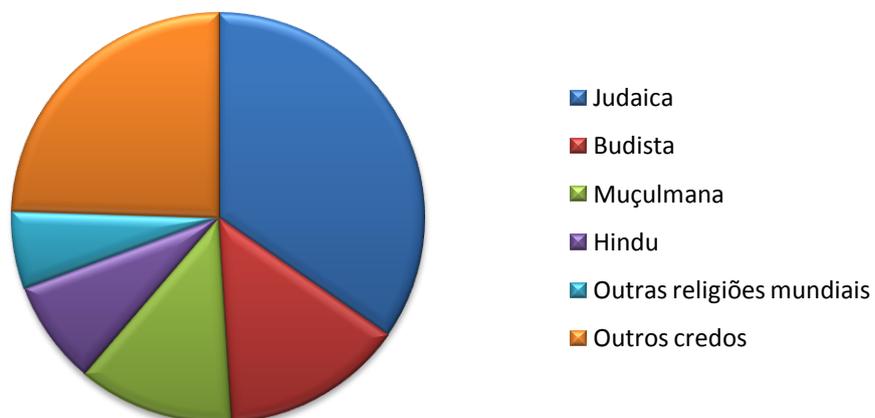
Nos EUA, de acordo com o site United States Censu Bureau, 2008, a religião predominante é o cristianismo, com hegemonia protestante-evangélica, aproximadamente 48% cerca de 73 a 80% dos americanos se identificam como cristãos, sendo que 25% católicos e 51% cristãos de 30 segmentos religiosos diferentes. O crescimento do protestantismo em larga escala nacional, nesses países, obrigam os meios de comunicação a abrir cada vez mais espaço para a cobertura desse fenômeno social e para a pesquisa acadêmica.

### Religiões Cristãs nos Estados Unidos 2007



Fonte de pesquisa: Levantamento do Panorama Religioso dos EUA  
Fórum Pew sobre Religião e Vida Pública.

### Outras religiões nos Estados Unidos 2007



Fonte de pesquisa: Levantamento do Panorama Religioso dos EUA  
Fórum Pew sobre Religião e Vida Pública.

Vale ressaltar que nos Estados Unidos há vários pesquisadores discutindo sobre Imprensa e Religião, porém no Brasil, poucas são as pesquisas e poucos são os profissionais que investigam, e o que se observa são as produções sobre as denominações religiosas e as mídias por elas difundidas.

A proposta dessa pesquisa consiste em estudar a imprensa secular e sua abordagem sobre a religião evangélica estabelecendo um comparativo com a Igreja Católica Apostólica Romana quando esta for destaque nas revistas *Time* e *Veja*. Um exemplo de cobertura desse fenômeno de crescimento evangélico e difundido por religiosos latinos nos EUA, foi a matéria de capa do dia 4 de abril de 2013, na revista *Time*, onde o periódico estampa a manchete “The latino reformation – Inside the new hispanic churches transforming religion in América” assinada por Elizabeth Dias. Em 2013, após renúncia do Papa Bento XVI, o Papa Francisco, empossado nesse mesmo ano e em visita ao Brasil expôs um dos objetivos da Jornada Mundial da Juventude, evento católico, que ocorreu no Rio de Janeiro, onde foi revelada uma das preocupações da Igreja Católica, a perda de fiéis.

A revista *Veja* na edição 2.332 em 31 de julho de 2013 estampou em manchete de capa a vontade do religioso: “Quero que a Igreja vá para as ruas”. Essa expressão de fé coletiva, manifesta publicamente, tem sido uma marca de algumas igrejas pentecostais e neopentecostais que no ano de 2013 completou 20 anos de manifestações públicas nas ruas da capital paulista, o evento denominado Marcha para Jesus, é liderado pela Igreja Apostólica Renascer em Cristo, onde tem reunido milhares de fiéis e sua 20ª edição ocorreu um mês antes da chegada do pontífice ao Brasil.



Muitos são os estudiosos que investigam a influência da religião cristã sócio-econômico-politicamente, principalmente do segmento evangélico, nos Estados Unidos e alguns Brasil. Farão parte desse estudo os franceses Jean Jacques Rousseau, Alexis de Tocqueville, Émile Durkheim, o sociólogo alemão Max Weber, a historiadora americana Catherine L. Albanese, o sociólogo estadunidense Robert N. Bellah que difunde o conceito de “religião civil” do filósofo Jean-Jacques Rousseau, onde sem ater-se a qualquer denominação religiosa cristã, detecta o imaginário religioso cristão arraigado na sociedade norte-americana, Birgit Meyier antropóloga cultural e investigadora na temática mídia, religião e imaginário, bem como José Casanova um dos mais respeitados sociólogos da religião na atualidade. No Brasil, fará parte dessa discussão os cientistas sociais, Antônio Flávio Pierucci, Luis Mauro Sá Martino, Magali N. Cunha, Leonildo Silveira Campos, entre outros.

O projeto de pesquisa intitulado “Revista *Veja* e revista *Time*: Uma análise do discurso entre Brasil e Estados Unidos sobre a construção da identidade dos cristãos católicos e evangélicos”, pretende investigar o fenômeno de expansão religiosa no Brasil e nos Estados Unidos, observando e comparando como os jornalistas dessas redações retratam a religião cristã evangélica e seus fiéis, estabelecendo um comparativo ao tratamento dado aos cristãos católicos. Vale ressaltar que essa pesquisa é um desdobramento do Mestrado que revisa e expande a pesquisa no Doutorado.

Para a compreensão deste processo, com base no método qualitativo, visando explorar, entender e descobrir como se dá a produção de notícias nesses países, será utilizada a técnica de Análise do Discurso aliada à técnica História de Vida, ou seja, a nova área de pesquisa, chamada de história oral, onde especificamente nesse estudo, serão entrevistados grupos de jornalistas, buscando a memória coletiva<sup>3</sup>, e por meio dessas entrevistas descobrir como é construída a identidade dessas religiões.

A análise não objetiva “julgar” a “religião certa”, “religião errada”, “religião séria”, “religião falsa” das diferentes correntes religiosas das sociedades, brasileira ou norte-americana, mas avaliar o jornalismo de dois conceituados periódicos que as reporta, nacional e internacionalmente, *Time* e *Veja*. O sociólogo Emile Durkheim argumenta que “não existem religiões que sejam falsas, todas são verdadeiras à sua maneira: todas respondem, ainda que de diferentes modos, a determinadas condições de existência humana”. (DURKHEIM, 2003)

Para alcançar tais objetivos, a pesquisa será orientada pela hipótese que norteia esse estudo, de que, o discurso contido nas reportagens de capa, imprimem o imaginário religioso dos jornalistas desses periódicos, construindo uma imagem negativa do segmento religioso evangélico nesses países, por meio de juízos de valor, e, conseqüentemente pelo coletivo editorial, que será analisado por meio das técnicas de Análise do Discurso da linha francesa e pela História Oral, buscando por meio de entrevistas com os jornalistas das redações da revista *Veja* e *Time*, a memória coletiva, que segundo Maurice Halbwachs, revela com fidelidade fenômenos construídos coletivamente.

A priori, a memória parece um fenômeno individual, algo relativamente íntimo próprio da pessoa. Mas Maurice Halbwachs, nos anos 20-30, já havia sublinhado que a memória deve ser entendida também, ou sobretudo, como um fenômeno coletivo e social, ou seja, como um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes. (POLLAK, 1922)

---

<sup>3</sup> Livro de Michel Pollak, Memória e Identidade Social. In: Estudos Históricos, 1992.

A presente pesquisa para Doutorado estabelecerá uma comunicação comparada, da abordagem jornalística entre esses países, numa ampla contextualização e compreensão de como se dá a produção da notícia, nos possibilitará entender como são produzidas, visto que o jornalismo brasileiro segue padrões norte-americano.

Há uma escassez de pesquisa acadêmica e literatura sobre Imprensa e Religião no Brasil, bem como, a produção da imprensa secular na cobertura das religiões. Porém, há muita publicação sobre mídia religiosa, ou seja, os meios de comunicação das instituições religiosas e os discursos de seus líderes.

Nos EUA essa temática é muito difundida academicamente. O estudioso estadunidense Mark Silk<sup>4</sup>, declara no site da Universidade de Harvard, que religião e imprensa é uma conexão sempre muito complicada, podendo dizer caótica e que os jornalistas em geral são hostis à religião ou a ignoram ou (mais provável) ambos. De acordo com Silk, na década de 1990, a imprensa dedicou mais espaço para a cobertura sobre religião, mas o autor faz críticas ao premiado livro *Blind Spot – When Journalists don't get religion* escrito por Paul Marshall. Lela Gilbert, Roberta Greem Ahmanson onde descrevem que a Teologia não precisa moldar o trabalho dos jornalistas e com o apoio de Centro de Oxford para Religião e receberam contribuições de um conjunto diversificado de cientistas sociais, professores de religião, pesquisadores acadêmicos e é nesse contexto que essa pesquisa se insere.

O jornalista com toda sua experiência profissional, seus valores pessoais, seus conhecimentos e sua visão de mundo constroem com sua subjetividade as notícias. Benetti (2007), afirma que o jornalismo, ao se apresentar como, objetivo e neutro posiciona-se como uma instituição que estaria autorizada a retratar a realidade, porém, relata alguns mitos e falácias que são constantes na definição de segmento: o jornalismo retrata a realidade

---

<sup>4</sup> Mark R Silk. Diretor Leonard Greenberg - Centro para o Estudo da Religião na Vida Pública e professor de religião na vida pública e em 1998, como editor fundou a *Religião na News*, uma revista publicada pelo Centro, que analisa a forma como a mídia lidar com assuntos religiosos. Director, Leonard Greenberg Center for the Study of Religion in Public Life and Professor of Religion in Public Life. Phone: (860) 297-2352, Office . (<http://internet2.trincoll.edu/facProfiles/Default.aspx?fid=1000783>)

como ela é; tudo o que é de interesse público assim é tratado pelo jornalismo; o compromisso com a verdade não se subordina a outros interesses; o jornalismo ouve as melhores fontes e as fontes oficiais costumam ser as mais confiáveis; os melhores especialistas são aqueles que falam na mídia; todos que tem algo de relevante a dizer tem espaço no jornalismo dito sério ou de referência.

Para o jornalista Perseu Abramo (2009), jornalisticamente, há diferenças entre conceitos como objetividade, imparcialidade, neutralidade. A imparcialidade e a neutralidade estão situadas no campo da ação (fazer, agir, ser), porém, o conceito de objetividade permeia o campo do conhecimento e está diretamente ligado com a relação do sujeito observador (jornalista) e o objeto observável (no caso aqui estudado, as igrejas protestantes), ou seja, a realidade externa ao sujeito ou por ele externalizada, em função de seu conhecimento. Eduardo Martins diz que um texto noticioso deve limitar adjetivos que envolvam avaliação ou carga elevada de subjetividade, os adjetivos que induzirão o leitor a opiniões definidas sobre algo ou alguém.

Todos esses fatores denotam uma utopia jornalística e podem ser associados a uma “doutrina da imparcialidade jornalística”, que são normas instituídas pela imprensa americana, no início do século XX, e adotada por diversos veículos de comunicação no Brasil, para combater o sensacionalismo, resultando numa ilusão de imparcialidade, para conquistar a opinião pública.

A produção de notícias envolve o meio em que vive o jornalista, desde o seu ambiente social, a sua formação cultural e ideológica. Esta hipótese se assenta na compreensão de que os jornalistas não são profissionais técnicos desprovidos de imaginação e visões de mundo. Neste sentido, a hipótese que orienta esta pesquisa para Doutorado é a de que o material noticioso de *Veja* e *Time* construído pelos jornalistas (desde a editoria até os repórteres) constroem imagem negativa dos pentecostais.

Os jornalistas ao produzir as notícias participam de um processo que Patrick Charaudeau (2009) denomina de transação, em que o jornalista segue parâmetros hipotéticos sobre a identidade do outro (receptor), como saber, sua posição social, seus interesses entre outros. É o contrato de leitura sendo

estabelecido e nesse processo de transação circulam saberes que um detém e o outro desconhece.

Charaudeau (2009) diz que na produção de um discurso, pode estar refletido a identidade e as intenções dos jornalistas e daqueles a quem este se dirige. O discurso gera um sentido que é construído no ato de informar onde descreve fatos identificando e qualificando-os; conta os fatos reportando os acontecimentos e explica-os fornecendo as causas desses fatos e acontecimentos.

Este projeto perceberá como se dá a interpretação a respeito de grupos religiosos nas reportagens dos periódicos, a partir do método qualitativo por meio das técnicas de Análise do Conteúdo das imagens da capa, das fotografias, das cores, para identificar como se dá o processo de construção de notícias pela Análise do Discurso, estudando a forma de construção textual, analisando as figuras de linguagem utilizadas nas matérias e as figuras de pensamento, também chamadas de figuras de imagísticas, são subdivisões das figuras de linguagem, recursos estilísticos para tornar a expressão mais contundente e provocar impacto no leitor (ou interlocutor) e essas figuras tem origem no pensamento do jornalista. Entretanto, o efeito que provocam origina-se mais das idéias que estão por trás das palavras do que por elas mesmas ou pela construção das frases. Nesta análise serão identificadas a alusão, o eufemismo, a hipérbole e a ironia. Essas figuras serão identificadas na matéria, no título, no subtítulo, na legenda fotográfica, na retranca e serão elementos que comporão um protocolo de análise.

Outra técnica a ser empregada é a história de vida, ou seja, história oral, onde especificamente nesse estudo, serão entrevistados grupos de jornalistas de *Veja* e *Time*, buscando a memória coletiva, e por meio dessas entrevistas descobrir como é construída a identidade dessas religiões.

Encontrar possíveis respostas ao jornalismo praticado pelas revistas *Veja* e *Time*, e como produzem convicções, crenças e percepções sobre a identidade social dos evangélicos no Brasil e nos Estados Unidos, exigirá intensa leitura dos periódicos, estudar Ética e Direito da Propriedade Intelectual consultando livros e titulares sobre Direito Autoral nesses países.

O principal objetivo da pesquisa, é investigar como é reportado o segmento pentecostal e o fenômeno de expansão dessa religião nesses países, pela imprensa gênero revista semanal, analisando o discurso produzido pelas comunidades interpretativas<sup>5</sup>, refiro-me aos jornalistas brasileiros e estadunidense, analisando o imaginário religioso desses profissionais e questões como ética estabelecendo um quadro comparativo com as demais religiões que figurarem nos periódicos.

Para compreender este processo, a pesquisa tem como foco seguintes questões:

1) Quais são as implicações jurídicas, americana, quando está caracterizado o plágio?

2) Como respeitar eticamente os profissionais e o veículo de comunicação em seus direitos autorais?

3) Como as revistas *Veja* e *Time* revelam/mostram/introduzem para o leitor o segmento evangélico cristão?

4) Elas expõem uma avaliação por meio das reportagens?

5) A abordagem das revistas *Veja* e *Time*, privilegiam e/ou manifestam preferência por algum grupo religioso? De que forma?

6) Como o imaginário dos jornalistas, sobre religião, determina a construção de sentidos e constroem a realidade desse segmento religioso?

7) Como respeitar a privacidade do cidadão público religioso?

Buscar nos Estudos Culturais relacionados às Teorias do Imaginário, e nas Teorias do Discurso e do Jornalismo e no Direito Internacional o suporte teórico para compreender a construção das notícias sobre religião no Brasil e nos Estados Unidos, pelos veículos da grande imprensa;

---

<sup>5</sup> O conceito de comunidade interpretativa propõe que os jornalistas se unam através da interpretação coletiva sobre os acontecimentos. “[...] Ao ter de dar conta como os acontecimentos foram coletivamente interpretados pelos jornalistas, sugere-se que estes não só usam o discurso para dar sentido à prática jornalística, mas que o fazem de forma a assimilar elementos dessa prática negligenciados pelas práticas de interpretações formalizadas da profissão” (ZELIZER, 2000, p. 34)

- a) Compreender o lugar dos evangélicos na sociedade brasileira e americana dentro do quadro de formação das religiões nesses países. Para tanto, será estabelecido, um diálogo da Comunicação Social, do Direito com as Ciências da Religião;
- b) Estudar o critério de relevância, das revistas *Veja* e *Time* na seleção de temas quando a abordagem refere-se às igrejas evangélicas verificando se os periódicos manifestam preferência por algum grupo religioso.
- c) Com base em estudo anterior à revista *Veja*, da autora (SANTOS, 2011) segue o questionamento: Como coibir a arrogância de jornalistas, já que a liberdade de expressão é a sua garantia?

## **Metodologia**

Um estudo interdisciplinar, com o olhar das Ciências Sociais, aliado aos Estudos Culturais, bem como às Teorias do Imaginário, juntamente com as Teorias do Discurso, Teorias de Produção da Notícia, Estudo do Jornalismo e do Direito Internacional praticado nesses países e ao estudo sócio-cultural da Religião protestante nos Estados Unidos e Brasil, e uma *clipagem* das revistas *Time* e *Veja*, num recorte temporal de janeiro 1981 a dezembro 2013, a cerca das matérias de capa sobre, servirão de base para a compreensão do fenômeno e para a análise do objeto, que será conduzida por meio de pesquisa qualitativa, com o método da Análise do Discurso, visando explorar, entender e descobrir a forma como as revistas *Veja* e *Time* reportam as igrejas evangélicas no Brasil e nos Estados Unidos.

O *corpus* definido para análise das revistas *Veja* e *Time* são nove edições, matérias de capa, que destacam o segmento evangélico e católico durante os 32 anos que compreende o recorte histórico dessa pesquisa (ver anexos).

Vale ressaltar que este número nove, foi definido para se estabelecer paridade com o número de matérias referentes aos evangélicos e católicos dos periódicos.

Numa pesquisa qualitativa, a Análise do Discurso, de linha francesa, estuda a linguagem, como produção, media o ser humano e a realidade social em que está inserido. Dentre muitas definições, a que se adéqua a esse estudo é também chamada de “lingüística textual”, uma análise da relação texto e contexto.

Os jornalista utilizam critérios discursivos, que precisam ser compreendidos, na construção das notícias, que mediam o ser humano e realidade social em que está inserido. Será analisado o imaginário religioso dos jornalistas por meio do Estudo dos Sentidos e Estudo das Vozes nas matérias de capa das revistas *Veja* e *Time*.

Todo discurso depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge. A situação de comunicação constitui assim o quadro de referencia ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação [...] A situação de comunicação é como um palco, com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encerram as trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico. (CHARAUDEAU 2009: 67)

Serão objetos dessa análise, as matérias de capa sobre a editoria Religião, protestante, da revista *Time* e da revista *Veja*, ao estudar os textos, as fotos, os boxes, as capas por meio da aplicação do método da Análise de Discurso, identificando os sentidos e as vozes do discurso das reportagens.

## **Resultados Esperados**

Esse projeto é inédito em sua temática e busca facilitar o diálogo entre as sociedades, instituições religiosas e em questão a imprensa, visando uma cultura de paz e de respeito à diversidade religiosa e a pluralidade de idéias presentes na sociedade brasileira e americana, enfatizando, neste sentido, os valores éticos do profissional de comunicação e das Ciências Sociais.

## Revisão de Literatura

### a) Teorias do Discurso:

Com origem europeia (França, Itália) essa corrente surge na década de 1960 e tem como suporte qualquer mídia dominante, sendo uma fonte de recursos para pesquisa acadêmica. Sua visão de sociedade é estruturada, discursiva e contraditória e seu questionamento é centralizado no significado da mensagem. Os conceitos, as categorias e as metodologias são baseadas na análise dos textos e discursos sociais, em questão, aqui a análise do discurso da revista *Veja e Time*, a análise estrutural dos textos e análise intertextual do discurso como recurso metodológico. (LIMA, 2001, p. 38-39)

Patrick Charaudeau, em "Discurso das Mídias", busca respostas para processos manipulatórios da mídia, ao analisá-la, traça os mecanismos de construção do sentido, analisando a mídia como um dispositivo de legitimidade e avaliando o "peso das palavras". Na construção da notícia, avalia as estratégias de seleção de fatos jornalísticos, identifica as fontes e analisa a forma como se dá a organização do discurso da informação.

Analisar as capas de *Veja e Time*, é pensar no referente como um "objeto imaginário (a saber, o ponto de vista do sujeito jornalista) e não da realidade física" (Pêcheux, 1990), constituídas pelas formações imaginárias por meio das interpretações feitas, do campo religioso pentecostal. A interpretação de imagens, como a interpretação verbal, implica na formação cultural, social, e histórica, do jornalista.

### b) Estudos do Imaginário e Cultura

Originária da Filosofia a palavra imaginação que no grego significa *phantasia*. Platão entendia a imaginação como um "misto de sensação e

opinião” que na teoria platônica da mímésis<sup>6</sup>, significa a capacidade de imitação da realidade.

Aristóteles acrescenta reflexões que vão além da definição de Platão, afirmando que “a imaginação é a faculdade da qual nós dizemos que uma imagem se reproduz em nós” (ARISTÓTELES, 2002)

Opondo-se a Platão, diz que a imaginação, ou seja, a fantasia, é a potência pela qual a alma julga e conhece um ser qualquer numa relação entre imagem e pensamento. Aristóteles diz que a imaginação é o elemento intermediário entre percepção e pensamento e Kant resume o pensamento de Aristóteles em dois tipos de imaginação: a *imaginação reprodutiva* e a *imaginação produtiva*.

A *imaginação reprodutiva* estabelece a imaginação como a reprodução de impressões causadas pelos sentidos e guardadas na memória. Ela seria a reorganização de situações e imagens que fomos recolhendo durante nossa vida e que a memória guarda para podermos compor de diversas maneiras possíveis. O seu funcionamento está sujeito à lei de associação e tem como objetivo solidificar, numa imagem, o caos de sensações, ordená-lo para que a mente possa contemplar. É uma simples serva da percepção, pois produz a partir dos sentidos que a memória reteve.

A *imaginação produtiva* é entendida como um poder ativo espontâneo, um processo que se inicia por si mesmo, através de um poder sintético que combina os dados puramente sensoriais com apreensão puramente intelectual (categorias da razão). Ela é essencialmente vital, não somente é fonte da arte, mas o poder e o agente de toda a percepção humana, sendo uma forma de estabelecer uma relação de profundidade com o mundo.

Michel Maf-fesoli, apresenta semelhanças e diferenças entre imaginário e cultura, imaginário e ideologia, imaginário e apropriação individual de um patrimônio social. Baseado no pensamento de Gilbert Durand, que existe imaginário coletivo, Maf-fesoli diz que “o imaginário é algo que ultrapassa o

---

<sup>6</sup> Aristóteles define mimésis, a capacidade de imitar, reproduzir, é o fundamento de toda a arte, que segundo o autor abrange diversas áreas como: a prática esporte, os rituais religiosos, o aprendizado de uma língua.

indivíduo, que impregna o coletivo ou, ao menos, parte do coletivo”.(SILVA, 2001)

Para Maf-fesoli o conceito “imaginário é ambíguo, opondo-se a verdade. O imaginário seria uma ficção, algo sem consistência ou realidade, algo diferente da realidade palpável como a realidade política, econômica entre outras”. Com base nessa afirmação, essa teoria e contribuirá na resposta a hipótese que norteia a pesquisa, se o imaginário religioso dos jornalistas determina a construção de sentidos. (SILVA, 2001)

### **Breve histórico da revista *Veja* (Brasil) e revista *Time* (EUA)**

A revista *Time* há 91 anos em circulação e a *Veja* há 46 anos, são as maiores publicações no gênero revista semanal e foram escolhidas como objeto de estudo dessa análise, visto que a revista *Veja* segue os moldes gráficos e editoriais da revista *Time* desde seu surgimento. E para entendermos melhor o momento histórico, ao qual o projeto de pesquisa está delimitado, estudaremos o contexto sócio-político-religioso nos EUA e no Brasil nos anos 80 e 90 e 2000. Vale ressaltar que entender a cultura midiática norte-americana, se faz necessário um intercâmbio com aquele país, a fim de ampliar pesquisa a cerca dessa sociedade, da imprensa, em específico a revista *Time* e sua relação com a religião pentecostal, pois há poucas pesquisas acadêmicas a cerca da mídia e da religião.

Em 3 de março de 1923, Briton Hadden e Henry Luce lançaram nos Estados Unidos a revista *Time*, no gênero que chamamos de “newsmagazines” ou “newsweeklies”, inovando com o conceito de revista semanal de notícias, e teve como grande idéia: sumarizar as notícias importantes que os jornais publicavam durante a semana, dando-lhes contexto e opinião.

A revista *Time* organizava o país e o mundo, a partir do que era publicado nos jornais mais importantes. E apresentava o resultado dessa compactação em 28 páginas, que podiam ser lidas em meia hora. O estilo em que o texto era escrito também fazia parte da novidade: frases curtas, em forma de narrativa, com informações pesquisadas e checadas. “O homem ocupado não tem tempo para perder”, afirmavam Hadden e Luce em 1923.

Atualmente, *Time* é uma marca global multimídia, é a maior revista semanal do mundo, com um público interno de 20 milhões e uma audiência global de 25 milhões<sup>7</sup>; com edições mundiais da revista *Time*, nos EUA , na Ásia , na South Pacific, na Europa, na África e no Oriente Médio , e outras extensões de marca como a Time Estilo e Design e Time For Kids.

A revista *Veja*, de publicação brasileira, pertence a Editora Abril. Tem sua primeira edição publicada em 1968, pelos jornalistas Victor Civita e Mino Carta. Com uma tiragem superior a um milhão de exemplares, e atualmente é a revista de maior circulação no Brasil.

A revista trata de temas do cotidiano da sociedade brasileira e do mundo, como política, economia, cultura e comportamento; tecnologia, ecologia e religião por vezes também são abordados. É composta por editorias fixas como: cinema, literatura, música, entre outras variedades. Seus textos são elaborados em sua maior parte por jornalistas, porém nem todas as seções são assinadas. A revista publica eventualmente edições que tratam de assuntos regionais como *Veja São Paulo* ou *Veja Rio*.

*Veja* tem tiragem<sup>8</sup> atualmente de 1.249.947 milhão de exemplares, sendo que vende 1.095.668 milhões, distribuídos em 927.645 assinaturas, e 168.023 revistas compradas em bancas, supermercados, etc. Em 2009, a revista *Veja* libera o acesso a informação de todas as suas edições, digitalizadas<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Dados fornecidos pela rede social e Facebook - Fanpag da Revista Time - <https://www.facebook.com/time/info> dados coletados em 21 janeiro de 2014.

<sup>8</sup> <http://publicidade.abril.com.br/marcas/veja/revista/informacoes-gerais>, do Portal Abril

<sup>9</sup> Acervo Digital da Revista *VEJA* <http://veja.abril.com.br/busca/resultado-capas.shtml?Vyear=2013>

## Referências Bibliográficas

### 1. Referências Bibliográficas

ALTHUSSER, L. P. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

**A REVISTA no Brasil**. São Paulo: Abril, 2000.

ARISTÓTELES. **De anima – Livros I-III** (trechos). Lucas Angioni (tradução). In: Textos Didáticos, IFCH/ UNICAMP, n. 38, 2002

Didáticos, IFCH/ UNICAMP, n. 38, 2002

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Fronteira da fé: alguns sistemas de sentido, crenças e religiões no Brasil de hoje**. *Estud. av.* [online]. 2004, vol.18, n.52, pp. 261-288.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 2001.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1980.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. Editora Hucitec. 12ª edição, 2006. 200p.

BLUMER, Herbert. “A Massa, o Público e a Opinião Pública” in COHN, Gabriel, **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1971.

BRETON, Philippe. **A manipulação da palavra**. São Paulo: Editora Loyola, 1999. 168p.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. 245p.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada**. Revista USP, São Paulo, n.67, p. 100-115, setembro/novembro 2005

CASTORIADIS, Cornélios. **A instituição imaginária da sociedade**. 3 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

CESAR, Elben M. Lenz. **História da Evangelização do Brasil: Dos Jesuítas aos Neopentecostais**. Viçosa – MG. Editora Ultimato, 2000.

CHAUÍ, Marilena. Simulacro e Poder. **Uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CAVALCANTI, Jauranice Rodrigues, **Considerações sobre o Ethos do Sujeito Jornalista**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.

**CONSTITUIÇÃO FEDERAL DO BRASIL**. São Paulo: Editora Escala, 2007. 224p.

**CONSTITUIÇÃO POLÍTICA DO IMPÉRIO DO BRASIL**. Promulgada pela Carta de Lei de 25 de março de 1824. <Disponível em: <http://www.bibliojuridica.org/libros/4/1960/5.pdf> Acesso em 27 jan. 2010

**CÓDIGO DE PROCESSO PENAL BRASILEIRO**. <Disponível em: [http://www.amperj.org.br/store/legislacao/codigos/cpp\\_L3689.pdf](http://www.amperj.org.br/store/legislacao/codigos/cpp_L3689.pdf) Acesso em: 27 jan. 2010

CUNHA, Magali do Nascimento. **A Explosão do Gospel: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico contemporâneo**. Editora Mauad, 2007. 232p.

CUNHA, Magali do Nascimento. **Igrejas e universidades: uma aliança necessária**. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; ENDO, Ana Claudia Braun. (Org.). **Mídia e Religião na sociedade do espetáculo**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2007, v. , p. 194-213.

CUNHA, Magali do Nascimento. **Contra todo silenciamento e esquecimento: Memória de uma experiência de contra-informação religiosa**.1999. <Disponível em:

<http://64.233.169.104/u/usponline?q=cache:0boJ3bsHCmQJ:www.eca.usp.br/al/aic/Congreso1999/14gt/MagaliNascimento.doc+historia+dos+protestantes&hl=t-BR&ct=clnk&cd=11&ie=UTF-8> Acesso em: 03.jul.2008.>

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Editora Contexto, 2009. 288p.

CHARAUDEAU, Patrick. **Dicionário de análise do discurso**. Editora Contexto, 2008.

CAVALCANTI, Jauranice Rodrigues, **Considerações sobre o Ethos do Sujeito Jornalista**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.

CORRÊA, Thomáz Souto. **Breve história das idéias das grandes revistas dos grandes homens e mulheres que as fizeram**. Disponível em: <http://www.aner.org.br/Conteudo/1/imagens/BrevehistoriadasideiasdasgrandesrevistasRESUMO.pdf>. Acesso em 03/01/2011

DANTAS, Edna. **O lado sombrio da Renascer**. Revista **Época**. São Paulo: nº 209, 20 mai.2002.

DURKHEIM, Émile. **As Formas Elementares da Vida Religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003

FIORIN, José Luiz. **Elementos de Análise do Discurso**. Editora Contexto, 2009.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2005. 80p.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: Notas Sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada**. 1988. 158p.

**GONÇALVES Elizabeth Moraes, MENDOZA Babette de Almeida Prado, SANTOS Lana Cristina Nascimento, STIEG Vanildo. O pensamento comunicacional de Eliseo Veron. PCLA - Volume 3 - número 1: outubro / novembro / dezembro 2001.**

**HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro:DP&A, 1999**

HERNANDES, Nilton. **A Mídia e seus Truques**. São Paulo: Editora Contexto. 2006.

**Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas**. <Disponível em: <http://www.ibge.gov.br> Acesso em: 21.abr.2008.>

LASSWELL, Harold. "A Estrutura e a função da comunicação na sociedade". In: COHN, Gabriel (Org) **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: EDUSP, 1971. p. 105-109.

LIMA, Venício A. de. "Breve roteiro introdutório ao campo de estudos da Comunicação Social no Brasil". In LIMA, Venício. **Mídia, Teoria e Política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001)

MACHADO, Márcia Benetti. **A ironia como estratégia discursiva da revista Veja**. COMPOS – Associação Nacional dos Programas da Pós-Graduação em Comunicação – Grupo de Trabalho "Estudos de Jornalismo", do XVI Encontro da Compôs, Curitiba. 2007

MACHADO, Márcia Benetti. **Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007**

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, 15, ago 2001. Entrevista concedida a Juremir Machado da Silva. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3123/2395>

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Texto em Comunicação**. São Paulo: Ed. Cortez:2008

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Editora Pontes, 1997. 200p.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostalismo: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Editora Loyola, 1999. 246p.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às Mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTIN, Larry E. (org) **The Topeka Outpuring**. 2ª ed. Joplin, Christian Life Books, 2000.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Mídia e Poder Simbólico**. Editora Paulus, 2003. 200p.

MATTELART, Armand e Michele. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Editora Loyola, 2000. 220p.

MONTEIRO, Adriana Crisanto. **Emoção no discurso da mídia impressa**. <Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/monteiro-adriana-emocao-discurso.pdf> Acesso em 18.dez.2000

MORAES, Denis de. **O imaginário vigiado**. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: José Olympio, 1994.

MOREIRA, Vital. **O direito de resposta na comunicação social**. Coimbra: Editora Coimbra, 1994.

MOTTA, Ana Raquel. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**. Editora Pontes. 2005. 100p.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e Texto**. Campinas, SP. Editora Pontes, 2008

OLIVEIRA, Antônio Cláudio Mariz de. **A realidade do combate ao crime das elites**. O Estado de São Paulo. São Paulo: 10 jan.2006, p.A-2

PIERUCCI, Antônio Flávio. **O desencantamento do mundo**: todos os passos do conceito em Max Weber / Antônio Flávio Pierucci – São Paulo: USP, Programa de Pós-Graduação em Sociologia da FFLCH-USP/Editora 34, 2013 (3ª Edição) 240 p.

PÊCHEUX, M. **Estrutura ou Acontecimento**. Campinas, SP, Pontes, 1990

POLLAK, Michel. **Memória e Identidade**. In: Estudos Históricos, 1922.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias: linha de análise do discurso jornalístico**. Florianópolis: Editora Insular, 2005. 248p

RESENDE, Viviane de Melo & RAMALHO, Viviane. **Análise do Discurso Crítica**. Editora Contexto, 2006. 160p.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1980. 87p.

REVISTA TIME. **God & Money – Greed, Secrecy and Scandal: an inside look at Jim and Tammy Bakker’s bankrupt empire**. 3 agosto de 1987 – Vol. Nº 5.130.

REVISTA VEJA. **Evangélicos – Como a religião está ajudando pessoas humildes a conquistar o reino da terra**. 2 de julho de 1997 – Vol. Nº 1502.

RUUTH, Anders; RODRIGUES, Donizete. **Deus, o demônio e o homem: o fenômeno Igreja Universal do Reino de Deus**. Lisboa: Edições Colibri, 1999.

SALGADO, Luciana. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.

SCADELAI, Erica. **Ethos e Comentário de fala na notícia impressa**. In: MOTTA, Ana Raquel;

SIEPIERSKI, Carlos Tadeu. **“De bem com a vida”: O sagrado num mundo em transformação. Um estudo sobre a Igreja Renascer em Cristo e a presença evangélica na sociedade brasileira contemporânea**. 2001. 233f. Departamento de Antropologia Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. < Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-19072002-131022/>> Acesso em: 26.set.2007

SILVA, Juremir Machado. **Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade**. Revista FAMECOS – Porto Alegre – nº 15 – agosto 2001 – quadrimestral.

SOUZA, André Ricardo. **O desempenho político eleitoral dos evangélicos de 1986 a 2008**. Revista Brasileira de História das Religiões – ANPUH. Maringá (PR) v. 1, n. 3, 2009. ISSN 1983-2859

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias das Notícias: O Estudo do Jornalismo no Século XX**. São Leopoldo/ Brasil: Editora UNISINOS, 2001.

TUGENDHAT, Ernst. **Lições Sobre Ética**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2003.

VILAÇA, Helena. **Notas de pesquisa para o estudo dos grupos religiosos minoritários em Portugal**. *Sociologia*: revista da Faculdade de Letras do Porto, n. 7, p. 31-51, 1997.

WEBER, Max . **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Editora Martin Claret, 2007. 238p.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. São Paulo: Editora Presença, 1995. 255p.