

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
Programa de Pós-graduação em comunicação
Mestrado em Comunicação

RELIGIOSIDADE E PODER NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO
UM ESTUDO SOBRE O PROGRAMA SHOW DA FÉ

RODOLFO FARIA DA SILVA

SÃO PAULO/ 2019

RODOLFO FARIA DA SILVA

**RELIGIOSIDADE E PODER NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: UM
ESTUDO SOBRE O PROGRAMA SHOW DA FÉ**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero – Mestrado em Comunicação, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, na linha de pesquisa “Produtos Midiáticos: jornalismo, imagem e entretenimento”.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho

SÃO PAULO / 2019

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

AUTOR: RODOLFO FARIA DA SILVA

**“RELIGIOSIDADE E PODER NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: UM ESTUDO
SOBRE O PROGRAMA SHOW DA FÉ”**

Mara Róvida

**Profa. Dra. Mara Róvida Martini
Universidade de Sorocaba - UNISO**

Simonetta Persichetti

**Profa. Dra. Simonetta Persichetti
Faculdade Cásper Líbero - FCL**

Cláudio Novaes Pinto Coelho

**Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho
Faculdade Cásper Líbero - FCL**

Data da Defesa: 13 de março de 2019.

Confirmação

*Dedico este trabalho a meus pais, João e Laura,
e a minhas irmãs, Emília e Regiane*

AGRADECIMENTOS

A Deus pelo dom da vida.

Aos amigos(as) do Mestrado

Ao meu orientador Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho, pelas aulas, colocações, sugestões e orientações no decorrer do mestrado que apontou as diretrizes teóricas para a realização desta pesquisa.

Aos mestres e doutores da Faculdade Cásper Líbero de São Paulo que, de boa vontade, auxiliaram-me no desenvolvimento intelectual. De modo particular, a Prof.^a

Dra. Simonetta Persichetti.

A minha família, que sempre me incentivou e deu forças nos meus propósitos.

Aos meus amigos e amigas.

RESUMO

SILVA, Rodolfo Faria da. *Religiosidade e poder na sociedade do espetáculo: um estudo sobre o programa Show da Fé*. (Dissertação de conclusão do curso de Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero de São Paulo/SP – 2019.

Esta dissertação consistiu em uma pesquisa sobre a religiosidade e o poder na sociedade do espetáculo: um estudo sobre o programa Show da Fé, tendo como fundamentação teórica a obra “A Sociedade do Espetáculo” (Debord, 1997), bem como, “O poder simbólico” (Bourdieu, 1998); “Cultura, comunicação e espetáculo” (Coelho, 2016) e “Comunicação e política na sociedade do espetáculo: o conceito de poder espetacular” (Coelho, 2013); “Microfísica do poder” (Foucault, 1993) e “Vigiar e punir” (Foucault, 2009); “Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso” (Martino, 2003) e “Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais” (Martino, 2016); “O signo” (Eco, 1997); “O sagrado e profano” (Eliade, 2001); “A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura” (Llosa, 2013), dentre outros autores e obras complementares para a discussão. A pesquisa apresenta um cenário comunicacional marcado pelo programa de TV Show da Fé, da emissora RIT-TV (Rede Internacional de Televisão) de propriedade da IIGD (Igreja Internacional da Graça de Deus) e apresentado pelo R.R. Soares, exibido em todo o território nacional pelo sinal aberto, parabólica, bem como, pela REDE-TV e Bandeirantes, além, das operadoras de TV a cabo de maior mercado no país. O programa Show da Fé é um, dentre muitos outros, existentes no mercado televisivo, de complexa compreensão. O método materialismo histórico-dialético proposto como caminho, que visa analisar os dados levando em conta sua historicidade e crítica. Que permite apreender o movimento do real, a dinâmica interna dos elementos negados pelo seu contrário que, por sua vez, é negado e superado por novos elementos, em uma sequência de afirmação, negação e superação. Além, da experiência empírica através das visitas realizadas no estúdio do programa no Rio de Janeiro/RJ no decorrer da pesquisa com coleta de informações e anotações, o que possibilitou uma aproximação significativa com o objeto, sobretudo, por conta da experiência do pesquisador com televisão nos aspectos de produção, roteirização, direção e apresentação. Visualizou-se, na roteirização do programa, discursos intencionais de empoderamento marcados pelo poder simbólico, em relação à cenografia construída aos moldes dos clássicos programas de auditório. Bem como, a construção imagética do apresentador R.R. Soares, como exercício de poder nos acentuados discursos de fidelização do telespectador ao programa a partir da campanha dos patrocinadores. A religião assumida como produto de uma marca que se chama Show da Fé, e as relações comerciais entre patrocinadores e programa. Esse empoderamento também ficou claro nas relações e vínculos afetivos pré-estabelecidos, pelas diferentes classes sociais, com o programa; a prosperidade e o capital acumulados como fenômenos de bênçãos de Deus. Não se pode deixar de pensar nas imagens e representações do programa. Dentre tantos outros aspectos importantes e latentes no contexto contemporâneo da sociedade do espetáculo, percebe-se, como as Igrejas que se abriram para as diferentes mídias, de modo geral, configuraram-se como negócios lucrativos para o sistema capitalista.

Palavras-chave: Espetáculo, Poder, Comunicação, Show da Fé, Linguagem

ABSTRACT

SILVA, Rodolfo Faria da. Religiosity and power in the society of the spectacle: a study on the program Show of the Faith (Dissertation of conclusion of the Master 's degree in Communication) - Faculdade Cásper Líbero de São Paulo / SP - 2019.

This dissertation consisted of a research on religiosity and power in the society of the spectacle: a study on the Faith Show program, based on theoretical work "The Society of the Spectacle" (Debord, 1997), as well as, "The symbolic power "(Bourdieu, 1998); "Culture, communication and spectacle" (Coelho, 2016) and "Communication and politics in the spectacle society: the concept of spectacular power" (Coelho, 2013); "Microphysics of power" (Foucault, 1993) and "Watch and punish" (Foucault, 2009); "Media and symbolic power: an essay on communication and religious field" (Martino, 2003) and "Media, religion and society: from words to digital networks" (Martino, 2016); "The Sign" (Eco, 1997); "The sacred and profane" (Eliade, 2001); "The civilization of the spectacle: an x-ray of our time and our culture" (Llosa, 2013), among other authors and complementary works for the discussion. In the course of the research, a communication scenario marked by the TV Show of Faith program of the RIT-TV (International Television Network) television station owned by IIGD (International Church of the Grace of God) was presented and presented by RRSOares, displayed throughout the national territory by the open signal, parabolic, as well as, by REDE-TV and Bandeirantes, in addition, the cable TV operators with the largest market in the country. The Faith Show program is one among many others in the television market, with a complex understanding, especially because it is multifaceted, challenging communication researchers. The historical-dialectical materialism method was chosen, as a way, that aims to analyze the data taking into account its historicity and criticism. That allows us to grasp the movement of the real, the internal dynamics of the elements denied by its opposite, which in turn is denied and surpassed by new elements, in a sequence of affirmation, negation and overcoming. In addition, from the empirical experience through the visits made in the studio of the program in Rio de Janeiro / RJ during the research with information collection and annotations, which made possible a significant approximation with the object, mainly due to the experience of the researcher with television in aspects of production, routing, direction and presentation. In the program's script, intentional discourses of empowerment marked by symbolic power were visualized in relation to the set-up constructed to the molds of the classical auditorium programs. In addition, of course, the R. R. Soares' imaging construction, as an exercise of power in the accentuated speeches of loyalty of the viewer to the program from the campaign of the sponsors. The religion assumed as the product of a brand called the Show of Faith, and the business relationship between sponsors and program. This empowerment was also clear in the pre-established relationships and affective bonds, by the different social classes, with the program; prosperity and capital accumulated as phenomena of God's blessings. One can not stop thinking about the images and representations of the program. Among so many other important and latent aspects in the contemporary context of the society of the spectacle, one notices how the Churches that opened themselves to the different media, in general, were configured as lucrative businesses for the capitalist system.

Keywords: Show, Power, Communication, Show of Faith, Language

LISTA DE IMAGENS

1. Show da Fé84
2. Missionário R. R. Soares.....87

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	08
CAPÍTULO I – GUY ERNEST DEBORD: A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO	16
1.1 O contexto histórico, político, social, cultural e antropológico do francês Guy Ernest Debord	17
1.2 Debord e a sociedade do espetáculo	23
1.3 Debord e a alienação social do indivíduo	36
1.4 Debord: o poder do espetáculo	40
CAPÍTULO II – SHOW DA FÉ – O ESPETÁCULO DA RELIGIÃO: REFLEXÕES SOBRE A IGREJA INTERNACIONAL DA GRAÇA DE DEUS E SEU FUNDADOR R.R. SOARES	49
2.1 Sociedade do espetáculo: Pentecostalismo midiático	50
2.2 R.R. Soares e a Igreja Internacional da Graça de Deus: o programa Show da Fé como espetáculo da religião.....	58
CAPÍTULO III – O PROGRAMA SHOW DA FÉ	74
3.1 Roteiro e discurso do programa Show da Fé	75
3.2 O programa Show da Fé: imagem, representação e espetáculo	88
3.3 O programa Show da Fé: uma narrativa do sagrado e do profano	100
CONSIDERAÇÃO FINAIS	105
REFERÊNCIAS	108

INTRODUÇÃO

Esta dissertação teve como objetivo pesquisar a religiosidade e o poder na sociedade do espetáculo, mediante um estudo sobre o programa Show da Fé. O objeto da pesquisa concentrou-se no programa de TV, Show da Fé, apresentado pelo R.R. Soares¹ e produzido pela RIT-TV, uma emissora confessional cristã de propriedade da Igreja Internacional da Graça de Deus.

Na atualidade, a televisão permanece como o meio de comunicação mais consumido no Brasil, pelas diferentes classes sociais. A TV chega onde, muitas vezes, as pessoas não conseguem chegar fisicamente, ou seja, é um produto extremamente consumido e tornou-se para a grande maioria dos brasileiros, canal de informação e conhecimento. Até mesmo, de doutrinação como é o caso do programa Show da Fé, exibido pela RIT-TV e comercializado na REDE-TV e Bandeirantes. Alguns indivíduos podem até questionar a capacidade de alcance da TV, em detrimento da internet, todavia, nem todos, assim como nem todas as regiões do país, têm acesso à internet. A televisão, com suas inúmeras emissoras e sinais abertos e fechados pelas TV's por assinatura, penetra, em massa, nas residências brasileiras e seu poder ideológico alienante segundo Debord (1997), de certa maneira, influencia essas pessoas, causando nelas inúmeras necessidades de consumo. O programa Show da Fé é um produto da RIT-TV, que busca satisfazer as necessidades de quem procura consumir esse tipo de entretenimento.

O consumismo das pessoas, por fenômenos religiosos por meio da TV, enquanto produto da sociedade do espetáculo, nos processos comunicacionais, vem ganhando os grandes palcos da vida social e cultural. Esses fenômenos religiosos recriam nos telespectadores do programa, novos valores religiosos e influenciando os comportamentos dos seguidores nos diferentes grupos sociais e culturais pela força da indústria do entretenimento.

A IIGD², com o programa Show da Fé, tornou-se a segunda maior Igreja neopentecostal do Brasil, com mais de 2 mil templos³ e uma das primeiras Igrejas Neopentecostais em mídias, como: rádios, revistas, jornal, portal web, rede de TV,

¹ Romildo Ribeiro Soares, fundador da Igreja Internacional da Graça de Deus, da RIT-TV e apresentador do programa Show da Fé.

² Igreja Internacional da Graça de Deus.

³ De acordo com as informações no site da IIGD (<http://www.ongrace.com/igrejas/>).

editoras, gravadoras dentre outros veículos de comunicação em massa. O programa consegue arrebanhar uma multidão de pessoas, com os discursos religiosos espetacularizados, que trazem, enquanto identidade, o poder, sucesso, dinheiro, curas, milagres e fama por meio dos produtos simbólicos e da criação de vínculos através do discurso.

Com o discurso, extremamente pragmático, que oferece soluções e fórmulas mágicas de realizações dos sonhos das pessoas, somado ao carisma do líder R.R.Soaes, não há como o programa não experimentar uma grande adesão no decorrer desses mais de 20 anos em que é exibido pela RIT-TV. Diante desse cenário, o pesquisador foi despertado a questionar e contestar os inúmeros valores preestabelecidos pelo discurso religioso capitalista. Mediante esse dado contemporâneo deve-se questionar: as pessoas estão alienadas e subordinadas pela imagem? A busca pelo poder, por meio da religião e suas práticas religiosas, pode realizar existencialmente o homem contemporâneo? Qual é o papel do homem nessa busca de referências na sociedade do espetáculo? Quem realmente se é, e quem realmente se busca ser/ter? Por que as pessoas estão consumindo tamanha quantidade de produtos religiosos? Assim, deve-se procurar refletir acerca dos grandes problemas e assim compreender a atual sociedade do espetáculo enquanto manifestação do poder, que faz dos homens prisioneiros de suas próprias armadilhas e escolhas que não são desinteressadas.

A pesquisa é importante na ciência da comunicação, que entende o homem em sua essência como um ente religioso, aberto ao transcendente e permitindo-se relacionar com essa dimensão sobrenatural em vista de suas realizações mais efêmeras. E também porque a religiosidade está presente nas realidades periféricas do cotidiano da vida do homem que busca sua *arché*, nas relações políticas, sociais, culturais e afetivas. Conseqüentemente, a religiosidade da contemporaneidade acontece nas novas mídias, isto é, na relação imagética do homem com as imagens apresentadas exaustivamente que fomentam a sociedade do espetáculo.

Sabe-se que, assim como o homem está aberto às experiências religiosas como processo de comunicação, também, é na relação com o outro que a comunicação acontece. É na troca de pensamentos que o conhecimento vai sendo construído. Quando os indivíduos se comunicam, fazem uso da linguagem, que não

pode ser confundida com Língua⁴, pois a linguagem é a arte de comunicar-se por meio de signos ou sistema de signos, que serve de meio para a transmissão de conhecimentos, experiências sensíveis, informações e sentimentos. A linguagem pode ocorrer como palavra, gesto, imagem, símbolo ou som. Em todos os casos, no entanto, passa pelos sentidos. Isto é, se a imagem é, por excelência, comunicação, a comunicação depende necessariamente da linguagem e, esta, dos signos.

O espetáculo constitui a realidade e a realidade, o espetáculo, já não se tem um limite definido para as coisas, para Debord (1997), que fundamenta teoricamente a pesquisa, um dos grandes responsáveis por isso acontecer são os meios de comunicação de massa que fazem das pessoas grandes personagens de histórias de 'sucesso' que não são escritas por elas, mas pela indústria marxista do fetichismo. O espetáculo é um dos princípios organizacionais do cotidiano e da peculiar religiosidade contemporânea.

Com essa pesquisa, foram apresentadas reflexões, dentre essas, a que possibilitou pensar um programa produzido por uma RIT-TV, confessional, de domínio da IIGD, cujo objetivo não é religar o humano ao divino ou ainda, a experiência transcendental, como se sabe pelos estudos da ciência da religião, que proporcionam explicações dialéticas religiosas a partir das relações humanas com o transcendente. Mas, tal programa religioso, alicerçado no espetáculo midiático, pretende simular, encenar e representar essa religação de modo espetacularizado visando consumidores para o programa e conseqüentemente capital financeiro. Seria a inversão do sagrado em profano? (ELIADE, 2001) ou seja, não tem um *ethos* na experiência religiosa, mas uma alienação.

Existem outros tantos programas religiosos de TV, em diferentes emissoras e com distintos propósitos, dentre tantas possibilidades, o Show da Fé, chama a

⁴ Estritamente ligada a um povo, nação ou grupo, composta de regras gramaticais, expressões próprias criadas e praticadas num determinado tempo e espaço da história. A língua pode ser estudada de diversas formas. A fonética e a fonologia estudam os sons (ou o seu plano de expressão) ou os fonemas (as suas unidades mínimas que não possuem significado, apenas servem para representar sons, também sem significado). A morfologia estuda os morfemas, ou seja, os signos mínimos da língua que possuem significado, as entidades compostas de significante e significado indissolúvelmente unidos, que podem ser menores que os próprios vocábulos. A sintaxe interessa-se pelo aspecto formal da relação entre as palavras nas construções verbais. A semântica, por sua vez, estuda a língua do ponto de vista do significado; já a pragmática estuda a linguagem do ponto de vista social, da sua utilidade prática. (Cf. ECO, 1997, p. 34).

atenção, sobretudo, pelo sucesso do programa, há mais de 20 anos no ar, pela RIT-TV, de segunda a sexta-feira em três horários, assim como, na REDE-TV de segunda a sexta, em três horários e aos sábados em dois horários e na Bandeirantes de segunda a sábado em horário nobre. Porém, o que provoca estranhamento é pensar como milhões de pessoas identificam-se com essa proposta religiosa midiática, tornando-se consumidores e patrocinadores desse programa, que aparentemente é religioso e despretenso de interesses econômicos, com o propósito de salvar almas para Deus.

Esse programa apresenta, não apenas os momentos da vida comum permeados de representações, mas proporciona em demasia, as fantasias e sonhos, formatando o pensamento humano e seu comportamento, as identidades e seu empoderamento na sociedade, cada vez mais espetacularizada. Um programa que encanta pela encenação do fascínio das imagens, que são embaladas pelos roteiros coreografados pela engenharia das emoções, portanto, que se serve da religiosidade para transformar o templo em casa de espetáculo, promovendo, um verdadeiro Show da Fé, com direito a shopping, praça de alimentação e atendimento ao cliente.

Assim, foi possível, no decorrer da pesquisa, visualizar, no programa, discursos de empoderamento na fala do apresentador; o poder simbólico em relação à cenografia do programa; à imagem do apresentador R.R.Soares, como mecanismo de poder; o acentuado discurso alienante de fidelização do telespectador ao programa a partir da campanha dos patrocinadores, que mantêm o programa no ar com doações mensais; a religião assumida como produto de uma marca chamada Show da Fé; e as relações comerciais entre patrocinadores⁵ e programa; além, da construção do avatar do programa, o apresentador R.R.Soares como responsável direto pela captação de recursos; relações e vínculos afetivos pré-estabelecidos pelas diferentes classes sociais com o programa; a prosperidade e o capital acumulado como fenômeno de bênção de Deus; As imagens e representações do programa Show da Fé. Dentre tantos outros aspectos importantes e latentes no contexto contemporâneo capitalista, percebeu-se, como as Igrejas que se abriram para as diferentes mídias,

⁵ O fiel que participa com doações mensais é chamado de patrocinador, ou seja, uma categoria acima na lógica mercadológica das demais pessoas. Isso acontece, sobretudo, pela fidelidade e pelo vínculo afetivo.

de modo geral, configuraram-se na contemporaneidade como negócios lucrativos para o sistema capitalista.

Não há, aqui, a pretensão de demonizar o programa Show da Fé, nem os meios de comunicação utilizados pelo mesmo. Bem como, não há a intenção de exercer um papel de inquisidor, ou emitir juízo moral sobre os comportamentos e costumes do programa Show da Fé.

Para a elaboração da dissertação, diversos autores e obras permitiram sistematizar o pensamento em relação ao programa Show da Fé, embora, essa pesquisa tenha como principal referencial teórico o autor Guy Debord (1997). Porém, não foi propósito do pesquisador, limitar-se exclusivamente a esse pensador, até mesmo, porque, a pesquisa proporcionou outras tantas inquietações, em relação à temática, que o próprio Debord não daria conta de tais pretensões. Em relação aos conceitos aplicados no decorrer dessa dissertação, autores com suas obras, como: “O poder simbólico” (Bourdieu, 1998); “Cultura, comunicação e espetáculo” (Coelho, 2016) e “Comunicação e política na sociedade do espetáculo: o conceito de poder espetacular” (Coelho, 2013); “Microfísica do poder” (Foucault, 1993) e “vigiar e punir” (Foucault, 2009); “Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso” (Martino, 2003) e “Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais” (Martino, 2016); “O signo” (Eco, 1997); “O sagrado e profano” (Eliade, 2001); “A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura” (Llosa, 2013) foram utilizados com o objetivo de aprofundar a reflexão proposta sobre o programa Show da Fé, dentre outros autores e obras complementares para a discussão, cumprindo assim, com objetividade a pretensão da dissertação.

Para desenvolver a dissertação em seu aspecto metodológico, escolheu-se o método materialismo histórico-dialético como caminho, que visou analisar os dados levando em conta sua historicidade e crítica. Esse método permitiu ainda, apreender o movimento do real, a dinâmica interna dos elementos negados pelo seu contrário, que, por sua vez, é negado e superado por novos elementos, em uma sequência de afirmação, negação e superação.

Na composição da dissertação, foram utilizados materiais impressos como livros, revistas “Show da Fé”, sites www.ongrace.com.br e artigos. Além, da seleção de programas exibidos no ano de 2018, pelo canal do R.R.Souza, no YOUTUBE ou pela RIT-TV. Algumas temáticas propostas pela produção, por meio da roteirização,

repetem-se com muita frequência, nos programas assistidos⁶, como: prosperidade, perdão, sucesso, vitória, saúde, desemprego, vícios, família, dentre tantos outros roteiros que foram observados, tomando-se notas, na tentativa de saber os assuntos mais abordados pelo programa.

Por tratar-se, especificamente, de um Show da Fé, de 20 anos de sucesso e de maior audiência, o pesquisador sentiu a necessidade de assistir ao vivo o programa e sua gravação, na busca pelo entendimento em relação à complexidade do objeto dessa dissertação. Diante dessa realidade emergente, ele esteve presente na sede da RIT-TV, particularmente nos estúdios do programa Show da Fé, no Rio de Janeiro/RJ, quando o programa é exibido, ao vivo, para todo o território nacional pela RIT-TV, REDE-TV, Bandeirantes e RIT-TV internacional para vários países.

A experiência empírica de participar ao vivo de 6 programas e de 5 gravações colaborou e muito no desenvolvimento da dissertação, sobretudo, pela experiência profissional do pesquisador, que trabalha há 6 anos com TV, em rede nacional. Com isso ele pôde lançar um olhar técnico em relação a feitura do programa, nos aspectos de roteirização, planos de imagens, cortes e edição de imagens, cenografias, iluminação e merchandising com recursos de GC⁷, TP⁸ e ponto eletrônico pelo apresentador R.R.Soares, que é um personagem construído para o formato do programa clássico de auditório, como de qualquer outra emissora. Ou seja, com interação entre apresentador e plateia, participações artísticas musicais, quadros dentro do programa e as propagandas diretas e indiretas.

A dissertação foi estruturada em três capítulos, sendo que o primeiro abordou o contexto histórico, social, político e religioso de Guy Debord, que fundamentou a dissertação como um todo. Foi no primeiro capítulo que se percebeu, com maior intensidade, sua presença com suas teorias debordianas, na obra clássica “A Sociedade do Espetáculo” (1997). Justamente, por entender que seu pensamento, se destaca pela proximidade com as urgências levantadas pela pesquisa, do programa Show da Fé e suas consequências sociais, políticas, culturais e religiosas numa sociedade marcada pelo espetáculo da religião em detrimento do consumo e acúmulo de capital, marcas próprias do sistema capitalista alienante, já que Debord traz a

⁶ Durante o ano de 2018 foram assistidos 112 programas com duração de 45 minutos cada pelo canal do R.R.Soares no YOUTUBE ou pela RIT-TV.

⁷ Gerador de Caracteres

⁸ Teleprompter

alienação do indivíduo como marca dessa relação de produção e consumo em vista do sucesso financeiro.

Esse sucesso financeiro pretendido é o que faz o produto Show da Fé ser consumido por tantos anos, por milhões de pessoas no Brasil e no mundo. Nesse aspecto, falar de poder na sociedade do espetáculo foi reconhecer os diferentes poderes teorizados por diferentes pensadores das mais distintas ciências. Assim, reconhecendo tamanha complexidade de compreensão sobre poder foi que se optou por trazer o pensamento de Debord sobre o poder espetacular difuso, bem como, as colaborações de Foucault sobre poder e aplicá-las ao programa Show da Fé.

No segundo capítulo, Show da fé - o espetáculo da religião: reflexões sobre a igreja internacional da graça de Deus e seu fundador R.R. Soares. Esse caminho foi proposto pelo entendimento de que o programa Show da Fé está inserido numa sociedade contemporânea, com suas práticas de consumo e a aceitação dos valores impostos pelo fenômeno religioso alienante capitalista como condição para as realizações mais efêmeras dos seres humanos. Foi um exercício constante acerca do modo como a pessoa religiosa comporta-se em sociedade, uma vez que o corpo se expressa simbolicamente e imagetivamente, por meio de seus relacionamentos afetivos, criando vínculos culturais e pré-estabelecendo relações simbólicas de poder e consumo num processo das imagens, em um sistema opressor capitalista.

Percebeu-se, portanto, a necessidade de colocar a discussão do pentecostalismo midiático na dissertação, sobretudo, porque se entendeu que a presença das igrejas nas mídias sociais e na TV é de grande representatividade. O programa Show da Fé é um produto da RIT-TV, que por sua vez é da IIGD, justificando, portanto, a reflexão sobre a igreja, a TV e o apresentador R.R. Soares.

No terceiro capítulo, abordou-se o programa Show da Fé, e a busca por sua compreensão, a partir de elementos técnicos de roteirização, cenografia e edição. O pesquisador entendeu como são construídos os repertórios e o discurso pretendido pelo programa. Ou seja, a construção simbólica do discurso, assim como, a paginação artística e a iluminação construídas para o grande espetáculo da fé. Assim, algumas reflexões a respeito da imagem e da representação de modo geral, colaboraram na construção da reflexão. Não se pôde deixar de mencionar o personagem principal e de extrema importância, o apresentador R.R. Soares, que não deixa de ser uma

construção imagética de um *magistro*⁹. O poder, a representação e a imagem: práticas discursivas do programa Show da Fé, construindo uma cultura ideológica paradoxal, isto é, a cópia, o provisório, a aparência, a representação e a ilusão; em contrapartida com o original, o estático, o empírico, o verdadeiro e o ser ontológico. Assim, o homem abdica da realidade dos acontecimentos da vida para viver numa cosmovisão maquiavélica, ou seja, dependentes das aparências e consumismos de símbolos.

Inverte-se, portanto, a lógica do sagrado em profano, transvertendo o discurso religioso em discurso mercadológico. Isto é, a justificativa do discurso é religiosa, mas a prática é mercadológica. Dessa forma, o homem torna-se um ser passivo e preso ao sistema econômico vigente. Quanto mais o indivíduo se reconhece nas imagens dominantes, e o R.R. Soares, por meio do programa Show da Fé, exerce esse poder dominante, menos compreende sua própria existência, sua própria vida.

Nas considerações finais da dissertação, buscou-se a síntese de um caminho longo e árduo de pesquisa, em vista do caráter científico. Não se teve a pretensão de oferecer uma dissertação fechada, um manual de comunicação e religião, pois, em última análise, essa relação permanecerá um mistério para as ciências, assim como, o homem o permanecerá para si mesmo. As reflexões devem iluminar caminhos e contribuir para a elaboração sistemática pessoal de cada leitor.

A pesquisa despertou novas inquietações, sobretudo, a descentralização do campo fenomenológico. Assim, a proposta foi que a comunidade científica incentive a realização de uma pesquisa interdisciplinar, pertinente ao momento contemporâneo da história e da pesquisa em comunicação, em um diálogo científico de cooperação e integração entre as diversas ciências. Esta é a característica definidora de um pesquisador: estar aberto a outras ciências e ser capaz de provocar reflexões e conexões entre elas.

⁹ Do latim, mestre.

CAPÍTULO I

GUY ERNEST DEBORD: A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

O objetivo do primeiro capítulo desta pesquisa foi situar os leitores preparando-os quanto ao contexto histórico, social, político e religioso de Guy Debord, que fundamentou teoricamente a pesquisa com sua obra clássica de 1967 *A Sociedade do Espetáculo*. Foi necessário compreender o caminho científico percorrido por esse autor, pelo sentido de pertença e expressão de sua vida e de seu estado de inquietude diante da realidade angustiante da opressão imagética, estabelecida pelo sistema capitalista. Em que a teoria da sociedade do espetáculo não é uma construção acadêmica de gabinete formal, pelo contrário, são vivências do cotidiano e reflexões acerca da realidade de Debord.

Seu pensamento destacou-se justamente pela proximidade com os fenômenos sociais, políticos, culturais e religiosos. Sua teoria eternizou-se na história, quando a mesma se fez latente em diversas correntes científicas com reflexões, pesquisas, discussões e produções acadêmicas alicerçadas nesse jeito de pensar a sociedade contemporânea imersa na do espetáculo em alto grau.

Sobre sua teoria crítica da sociedade do espetáculo, em relação ao sistema capitalista o próprio autor, define-a como: “uma teoria crítica como está não se altera, pelo menos enquanto não forem destruídas as condições gerais do longo período histórico que ela foi a primeira a definir com precisão” (DEBORD, 1997, p. 9).

A peculiar biografia de Debord, possibilitou conhecer um dos críticos da sociedade capitalista, a partir de alguns fatos históricos políticos e ideológicos vividos por ele e descritos pela história. Dentre esses fatos, o Situacionismo de 1958 e o de maio de 1968. Movimentos contemporâneos desse autor, que fizeram pensar sobre a sociedade capitalista e seus costumes políticos, religiosos, econômicos, culturais e sociais. Por isso, “os acontecimentos que se seguiram a esse período só vieram corroborar e ilustrar a teoria do espetáculo cuja exposição, aqui reiterada, também pode ser considerada histórica numa acepção mais modesta” (DEBORD, 1997, p. 9).

A pesquisa científica deve cumprir seu papel na sociedade, a ponto de gerar estranhamentos e reflexões, portanto, essa proposta é trazer à luz, questões efêmeras da existência humana, em constante relação com o sistema capitalista opressor e imagético dos últimos tempos. É buscando ressonância no pensamento debordiano

que se compreendem os fenômenos espetaculares produzidos pela indústria cultural, sobretudo, no objeto dessa pesquisa, o programa de TV Show da Fé que é veiculado como culto religioso televisivo, entretanto, percebeu-se ao longo da pesquisa, pelo ato de desvendar que não se trata de um culto religioso televisivo. Mas, da espetacularização da fé e da religião em alto nível de comercialização, isto é, o programa Show da Fé é um clássico programa de auditório. Comercializado pela emissora RIT-TV¹⁰ a milhares de pessoas no Brasil e no mundo pela RIT-TV internacional. Ou seja, o programa de TV Show da Fé é mais um dos inúmeros produtos do sistema capitalista exacerbado que se tem a oportunidade de conhecê-lo e refletir sobre.

A conectividade entre a teoria proposta na obra *A Sociedade do Espetáculo* na edição de 1997 com a sociedade capitalista contemporânea e suas práticas aceleradas, propõem inúmeras possibilidades de reflexões a partir das contribuições de alguns autores, que possibilitaram compreender a continuidade na descontinuidade dos valores impostos pelo sistema capitalista, e a realização existencial dos seres humanos diante do empoderamento das imagens.

1.1 O contexto histórico, político, social, cultural e antropológico do francês Guy Ernest Debord

Filho de Martial Debord e Paulette Rossi, Guy Ernest Debord nasceu em Paris, na França no dia 28 de dezembro de 1931. Tornou-se um filósofo, cineasta e crítico social ao longo de sua vida. No aspecto afetivo amoroso, foi casado com a romancista e crítica francesa e membro da *Internacional Situacionista* Michèle Bernstein, de quem veio separar-se com mais de 15 anos de vida conjugal. Tempos depois, casou-se com a poeta Alice Becker-Ho com quem viveu até os últimos dias de sua vida em 1994, quando a interrompeu em *Bellevue-la-Montagne*, na França no dia 30 de novembro, por meio de um suicídio.

Guy Debord é reconhecido com notoriedade, pelos diversos autores contemporâneos como um dos indispensáveis pensadores críticos do século XX, que se direciona a partir das suas experiências no caminho epistemológico crítico de pensar a sociedade contemporânea, isto é, a sociedade do espetáculo e do consumo

¹⁰ Rede Internacional de Televisão.

acentuado, bem como, a cultura da imagem e o nivelamento da vida humana pelo sistema econômico capitalista.

A cosmovisão da sociedade capitalista, na interpretação debordiana, é o seu desdobramento em sociedade do espetáculo. Isto é, a lógica de produção e consumo proposta pelo sistema capitalista, que restringe o cotidiano das pessoas, em repetição de tarefas, produção e consumo, provoca nelas a instabilidade e a necessidade do consumo imaginário de outras experiências. Por isso, a busca pelo mundo imagético e fictício que procura responder, de certa maneira, aos anseios das pessoas como realização. Olhar para Guy Debord é pensá-lo como um caminho seguro de interrogar a sociedade contemporânea com demandas utópicas.

Alegoricamente, interpretado por um estudioso brasileiro e formado academicamente na França com um expressivo trabalho em relação ao marxismo, com mais de 15 obras escritas em relação ao capitalismo, revoltas, teologia da libertação, ideologia e discípulo do pensamento do filósofo e sociólogo judeu e filho da escola de Frankfurt e expoente da teoria crítica, (BENJAMIN, LÖWY, 2002, p. 80) escrevendo sobre Guy Debord e sua teoria crítica, bem como, a sua cosmovisão do sistema capitalista, afirmou: “uma máquina infernal difícil de desmontar [...] e arrisca explodir entre as mãos daqueles que a manipulam com o objetivo de torná-la inofensiva”.

As reflexões críticas debordianas em sua obra *A Sociedade do Espetáculo*, estão presentes em diversas situações e nas mais plurais expressões sociais e culturais da sociedade. “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos” (DEBORD, 1997, p. 13). Isto é, o espetáculo acumulado equivale, portanto, o acúmulo do próprio capital. Então, “o espetáculo é o *capital* a um tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 1997, p. 25 *grifo do autor*).

Pensar os vínculos sociais, por meio de mediações imagéticas e essas como expressão ápice do capital, é extremamente pertinente para pensar a sociedade contemporânea, marcada pelo poder espetacular difuso de Debord e orquestrado pelas expressões desumanizadas que caminham para o afeto econômico. Ou seja, o esvaziamento do homem contemporâneo e a perda de sentidos existenciais em contrapartida de uma hipervalorização do provisório, ilusório como mecanismo de poder.

Nesse sentido, “quanto mais sua vida torna-se seu produto, tanto mais, ele se separa da vida” (DEBORD, 1997, p. 25). Tamanha provocação crítica em relação a ressignificação da pessoa humana, como um produto mercadológico, levou a refletir o discurso comunicacional do objeto de pesquisa, o programa de TV Show da Fé produzido e transmitido pela RIT-TV e afiliadas¹¹ pelo seu âncora R.R.Soares¹², foi provocar com essa dissertação algumas reflexões críticas em relação alguns assuntos presentes no decorrer do programa através da roteirização, produção, edição e finalização.

Não se pode deixar de refletir sobre essas questões tão emergentes na sociedade contemporânea, marcadas pelas imagens e pelo discurso de empoderamento, presentes por diversas vezes no programa, em vista do consumo exacerbado do Show da Fé. Entende-se que propor questões tão desafiantes e apontar problemas, não foi tarefa fácil, contudo, a intenção da dissertação foi provocar as pessoas para algo que está acontecendo no cotidiano de suas vidas sociais. Pois,

em vários momentos do livro *A sociedade do espetáculo*, Guy Debord deixa claro que a sociedade do espetáculo não é uma forma de vida social dominada pelos meios de comunicação. A atribuição de tal papel a esses meios corresponde a uma visão superficial da sociedade contemporânea. Os meios de comunicação não são dominantes, mas estão a serviço da dominação social, fornecendo instrumentos necessários aos que administram (COELHO, 2016, p. 16).

Mediante os desafios do universo da comunicação contemporânea, as reflexões debordianas tornaram-se terrenos férteis, justamente, a partir da crítica de um pensador, extremamente perspicaz, frente à sociedade espetacularizada e marginalizada, pelo sistema capitalista, que instrumentaliza o homem à luz das relações de poder com discursos ideológicos e desumanizados. Portanto, gerando no homem contemporâneo, necessidades efêmeras e existenciais de significação, isto é, sentido de pertença e de vinculação.

¹¹ Rede Bandeirantes, Rede TV dentre outras.

¹² Romildo Ribeiro Soares, popularmente conhecido como missionário R.R.Soares. Presidente e fundador do programa Show da Fé que é produto da Igreja Internacional da Graça de Deus e da RIT-TV dentre outras mídias de comunicação.

Se o espetáculo, tomado sobre o aspecto restrito dos “meios de comunicação de massa”, que são sua manifestação superficial mais esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra; ela convém ao auto movimento total da sociedade (DEBORD, 1997, p. 20-21).

Os meios de comunicação de massa, como atesta esse autor, são intrínsecos aos movimentos da sociedade e, paradoxalmente, à sua fragmentação. Parafraseando os filósofos, regressa-se ao processo anamnésico do livro VII – O mito da caverna do filósofo Platão, em sua obra *A República*¹³: estariam os homens contemporâneos, simbolicamente, presos no interior da caverna do sistema capitalista que os impede de pensar, em razão das artimanhas da sociedade do espetáculo?

A sociedade do espetáculo, molda os homens de acordo com seus critérios representacionais, como as imagens e sombras projetadas no interior da caverna, pelos objetos carregados por homens despreziosos que passam cotidianamente na porta da caverna, assim como, o sistema capitalista ‘desprezioso’ que auto alimenta o próprio sistema opressor, com o compartilhamento de informações que inibem o espírito de alteridade e autonomia.

O pensamento debordiano, no mundo contemporâneo, é a luz com a qual o homem depara-se, quando escapa das artimanhas e correntes do sistema que agride seus olhos e o surpreende com uma nova realidade. Sendo assim, Guy Debord é o pensador que convida a deixar a escuridão da caverna, em vista da luminosidade crítica sobre a sociedade do espetáculo. Todavia, nem todos estão dispostos a deixarem a dominação e massificação “a primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda realização humana, uma evidente degradação do *ser* para o *ter*” (DEBORD, 1997, p. 18).

Assim, como no mito da caverna, de Platão, nem todos acreditaram no discurso crítico do homem que deixou a caverna e ao se deparar com a realidade, isto é, após a experiência simbólica da luz, escolheu regressar para o interior da caverna para libertar os outros homens da escuridão, daquela realidade carcerária que não projeta o homem para a luz, pelo contrário, aprisiona-o dentro de si mesmo, ou seja, de suas representações imagéticas. Seria, então, o espetáculo de Debord “[...] a reconstrução material da ilusão religiosa” (DEBORD, 1997, p. 19).

¹³ A alegoria da caverna: **A República**, 514-517 a.C. Trad. Lucy Magalhães. In: MARCONDES, Danilo. *Textos Básicos de Filosofia: dos Pré-socráticos a Wittgenstein*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

Sendo assim, a análise crítica da sociedade do espetáculo e de seus fenômenos foi a tônica de sua vida, pois, Guy Debord insistia na necessidade de uma reflexão sobre as próprias condições contemporâneas da vida social, cultural, política e religiosa. Foi contra os preceitos burgueses e todos aqueles que se deixavam seduzir pelas artimanhas capitalistas.

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculo. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação. [...] o espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade e como instrumento de unificação. Como parte da sociedade, ele é expressamente o setor que concentra todo olhar e toda consciência. Pelo fato de esse setor estar separado, ele é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza é tão somente a linguagem oficial da separação generalizada (DEBORD, 1997, p. 13-14).

A partir de critérios sedimentados e coerentes com sua interpretação de sociedade, (GUY DEBORD, 2002, p. 21) definia-se: “Nunca dei mais que pouquíssima atenção às questões monetárias e absolutamente nenhum lugar à ambição de vir a ocupar alguma brilhante função na sociedade”. Sua postura diante da realidade social forjou um homem avesso e hostil a instrumentalização e filiação às instituições¹⁴. “A crítica da comunicação na sociedade do espetáculo, é um convite à ação transformadora, é uma crítica da política e das formas de poder existentes nessa sociedade” (COELHO, 2013, p. 43).

Guy Debord, já nasceu virtualmente arruinado economicamente, pois a fortuna de sua família havia se diluído com a crise econômica ocorrida nos Estados Unidos da América¹⁵. Desde a sua juventude o autor levou uma vida de aventuras; dessa forma, andava sem cessar pelas grandes cidades da Europa, apreciando nelas tudo o que pensava ser interessante. Tempos mais tarde, retornou para a França.

¹⁴ A reflexão teórica de Guy Debord é reconhecida como avançada, sobretudo, após a sua morte. Contrariando seu próprio estilo de vida. Na sociedade contemporânea e suas ciências particulares como a política, a sociologia, a cultura, a comunicação. Como disse Hannah Arendt a respeito de Walter Benjamin: “a fama póstuma é o quinhão dos inclassificáveis” (2008, p. 167).

¹⁵ *Black Tuesday*, foi uma crise econômica que aconteceu na bolsa de valores de Nova Iorque em 1929 provocando, portanto, um crash.

Bem mais tarde, quando a maré de destruição, poluição e falsificação terminaram por conquistar a superfície inteira do planeta, e ao mesmo tempo chegar perto de suas profundidades, pude voltar aos restos que sobraram da Paris, porque então já nada melhor havia em nenhum outro lado. Não há como exilar-se em um mundo unificado (DEBORD, 2002, p. 02).

Desta forma, Debord, pensava que as pessoas deviam negar o mundo como resposta crítica e prática do sujeito. Como consequência negam a si mesmos, isto é, negam as formas alienadas em e sobre as quais estão constituídos e reinventam a si e ao mundo. “No mundo *realmente invertido*, a verdade é um momento do que é falso” (DEBORD, 1997, p. 16).

Com base na crítica prática e no diálogo anti-hierárquico, Debord organizou e juntamente com outros pensadores críticos e artistas da sociedade capitalista, como o pintor e escultor dinamarquês Asger Oluf Jorn; os italianos Giuseppe Pinot Gallizio estudioso das manifestações culturais E Piero Simondo artista e pintor, bem como, o músico e pintor Walter Olmo; a francesa e ex esposa ou primeira esposa de Guy Debord a romancista e crítica social Michele Bernstein, além da artista Elena Verrone, deram origem ao movimento Internacional Situacionista¹⁶ como parte da vida de Guy Debord e suas interferências relevantes nos pensamentos e escritos desse autor.

A Internacional Situacionista, em linhas gerais, criticou os gestos repetitivos do trabalho e do consumo próprios do sistema capitalista alienante. O esvaziamento da comunicação, tanto nas relações imediatas quanto genéricas, graças à transformação de quase toda a vida cotidiana, em lugar da produção e da realização abstratas da mercadoria. Guy Debord chamou de crise da vida cotidiana (1997), daquela mesma vida que a destruição da tradição, das antigas condições materiais de existência e da unidade casa, fizeram surgir o trabalho. Foram extremamente críticos da sociedade, da vida cotidiana e propunha: “a desmontagem do capitalismo enquanto civilização. E do cotidiano a disseminação revolucionária generalizada da autogestão conselhistas” (HENRIQUES, org. 1997, p. 15). A crise da vida cotidiana seria, contudo, a repetição do simulacro da vida humana na compreensão debordiana, isto é, a substituição do cotidiano pela vida de compra.

¹⁶ Não é de nossa intenção explorar o assunto por entendermos que o mesmo não colaborará diretamente para a reflexão pretendida.

Outro movimento presente na vida de Debord, em linhas gerais, foi o de *Maio de 1968*¹⁷, teve origem na combatividade de uma ‘vanguarda estudantil’. Então fica a pergunta, qual foi o fator que desencadeou essa força explosiva? Talvez fique difícil responder, mas o certo é que o *Maio de 1968*, foi uma ação dominante, que liderou a consciência daqueles cidadãos parisienses. Portanto, uma revolução impetuosa e coletiva. A intenção daqueles estudantes, juntamente com as mais variadas classes de trabalhadores, era utópica, quem sabe; o sonho da abolição do capital e do lucro, o controle operário por parte dos novos trabalhadores sem a delegação de poder. O trabalho ser de acordo com a inclinação de cada um, e a supervisão, tanto quanto as tarefas manuais, serem partilhadas por todos, enfim, não conseguiram o que queriam, mas foram ouvidos.

Em 1967, Guy Debord fez o lançamento de sua obra mais conhecida: “*La société du spectacle*”, com sua teoria crítica com relação à sociedade, dando enormes contribuições para a análise do sistema capitalista e inaugurando a compreensão da sociedade do espetáculo. “O espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. Ele nada mais é que a economia se desenvolvendo por si mesma. É o reflexo fiel da produção das coisas, e a objetivação infiel dos produtos” (DEBORD, 1997, p. 18). A pessoa é o consumidor que corresponde à arte como mercadoria, ou seja, a arte renega sua própria autonomia, incluindo-se com muito entusiasmo entre os bens de consumo.

1.2. Debord e a sociedade do espetáculo

A obra “A Sociedade do Espetáculo”, foi um importante motor precursor de toda análise crítica da sociedade, marcada pelo consumo extravagante de um sistema capitalista opressor e alienante. Conforme o tempo passa, mais atuais se tornam os aforismos e sentenças de Guy Debord.

¹⁷ Também, não temos a pretensão de explorar o assunto pelas mesmas razões da nota de número 7.

O primeiro mérito de uma teoria crítica exata é fazer parecerem ridículas, de imediato, todas as demais. Além disso, uma teoria concebida com a finalidade de se tornar geral deve evitar aparecer como visivelmente falsa; logo, não se deve expor ao risco de ser desmentida pela sequência dos fatos. Mas também é preciso que seja uma teoria perfeitamente inadmissível. Que ela possa declarar mal, diante da estupefação indignada de todos que o acham bom, o próprio âmago do mundo existente, do qual ela descobriu a natureza exata. A teoria do espetáculo satisfaz a essas exigências (DEBORD, 1997, p. 237).

Em 30 de novembro de 1994, Debord cometeu o suicídio. “O espetáculo é o sonho mau da sociedade moderna aprisionada, que só expressa afinal o seu desejo de dormir” (DEBORD, 1997, p. 19). Outro fato que chamou atenção foi o modo como esse autor viveu ‘sem compromissos’ com o sistema econômico, criticado severamente por ele ao longo da sua vida. E acima de tudo, viveu na conformidade das suas teorias.

Quanto a mim, sem dúvida vivi como disse que deveria viver-se; e isto talvez haja sido ainda mais estranho entre as pessoas do meu tempo, visto que todas elas parecem acreditar que devia limitar-se a viver segundo as instruções dos que comandam a presente produção econômica e a força de comunicação com que esta se armou (DEBORD, 2002, p. 05).

Guy Debord, em vida, foi duramente criticado pela mídia. Em resposta a essas críticas, ele escreveu que essa falta de interesse pela mídia filiada a uma conjuração do silêncio, pelo fato de que seus trabalhos, tanto cinematográficos quanto filosóficos, eram todos transgressivos e constituíram um grande excesso insuportável para os pequenos empregados do espetáculo. Os seus trabalhos e pensamentos foram sistematicamente ignorados.

O filósofo e ensaísta alemão, Anselm Jappe, dentre tantos escritos, destacou-se pela obra publicada em sua primeira edição em 1995 “Guy Debord” que traz a biografia do autor, além é claro, de apresentar a teoria do espetáculo elaborada pelo pensamento debordiano e sua aplicabilidade na sociedade contemporânea capitalista, malsinada pelo fetichismo da mercadoria e do consumo. Escrevendo sobre Guy Debord, o autor afirma:

Uma existência intencionalmente maldita às margens da sociedade, sem um trabalho reconhecido, sem nenhum contato com as instituições, sem nunca ter frequentado uma universidade, concedido uma entrevista ou participado de um congresso, no entanto, conseguiu fazer com que fosse ouvido (JAPPE, 1999, p.25).

O pensamento de Guy Debord continua vivo nos debordianos da contemporaneidade, remetendo todos a uma reflexão sobre as ações políticas e econômicas que infringem a sociedade com suas ideologias manipuladoras e alienantes. Guy Debord, com sua teoria crítica, provoca o leitor a ter como ele o sentimento de insatisfação com o estado das coisas existentes, ou ao menos, o espanto. “É por isso que o espectador não se sente em casa em lugar algum, pois o espetáculo está em toda parte” (DEBORD, 1997, p. 24).

Quando se instaura o pensamento debordiano, interroga-se a si mesmo.

Sobretudo, quando se regride no tempo e se pensa na realidade em que Guy Debord viveu, como foi citado na pesquisa, não se diferenciando muito do tempo atual, provavelmente é algo que incomoda e causa estoiquiologia¹⁸, pois foi um tempo em que a integridade entre o discurso e a verdadeira ideia de revolução predominava e a hipocrisia era impossível. Todavia, na sociedade contemporânea não é mais assim, há pessoas passivas, presas e contemplativas ao sistema.

A “*contempler*” segundo, Guy Debord (1997) ou “contemplativa, vida”¹⁹ é uma palavra derivada do latim *contemplatio*, *ação de olhar atentamente*, verbo que remete a noções de contemplação, observação, de acompanhamento passivo de algo exterior pela visão. Segundo Debord, a “*contempler*” é tomada como uma forma de relação social própria a este momento contemporâneo extensivo da relação mercantil. “Quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo” (DEBORD, 1997, p. 24).

Busca-se, também, compreender a explicação do conceito de espetáculo dada por esse autor. Isto é, por meio da mediação das imagens e mensagens, dos meios

¹⁸ Terminologia utilizada pelo filósofo Hamilton para expressar os processos do pensamento a partir da noética, enoemática, apofântica e doutrina do raciocínio (ABBAGNANO, NICOLA. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 2007 p. 376).

¹⁹ Ideal da vida dedicada exclusivamente ao conhecimento. A própria vida não passa de delimitação dos interesses a certa esfera de problemas e não a outra. Desse ponto de vista, a exaltação da vida aparece, sobretudo, como distorção profissional do filósofo, que privilegia sua atividade, considerando-a superior a todas as outras (ABBAGNANO, NICOLA. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 2007 p. 198).

de comunicação de massa, as pessoas em sociedade abdicam da dura realidade dos acontecimentos da vida, e passam a viver num mundo movido pelas aparências e consumo permanente de fatos, notícias e mercadorias.

O homem separado de seu produto produz, cada vez mais e com mais força, todos os detalhes de seu mundo. Assim, vê-se cada vez mais separado de seu mundo. Quanto mais sua vida se torna seu produto, tanto mais ele se separa da vida (DEBORD, 1997, p. 25).

O autor, de forma única, compreende o espetáculo como o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida, pode-se também compreendê-lo como o contrário do diálogo. Com suas teorias críticas, dentre algumas que já foram apresentadas no decorrer da pesquisa, o autor foi um dos iniciadores da análise crítica da moderna sociedade de consumo.

O espetáculo que expõe a teoria debordiana, não diz respeito ao conceito conhecido por todos, ou seja, como tudo aquilo que chama atenção, atrai e prende o olhar, ou ainda, aquilo que é ridículo, escandaloso e vulgar. “O espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 1997, p. 25). Assim, o espetáculo a que se refere é aquele em que a vida cotidiana é degradada e destruída pelo capitalismo moderno.

Essa palavra ainda é pouco compreendida pela sociedade, bem como, na ciência. O espetáculo ao qual Debord faz menção é aquele em que o ser humano deixa-se ser fetichizado²⁰ pela mercadoria imposta pelo capitalismo. Ou seja, “o espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta da alienação” (DEBORD, 1997, p. 24).

É importante ressaltar que o fetichismo da mercadoria se mantém oculto na totalidade dos fenômenos, do período espetacular do capitalismo. Para Debord (1997), o capitalismo mais desenvolvido apresenta de modo imediato e aparente a lógica da abstração do valor econômico, impondo uma inversão entre o sensível e o suprassensível que desde sempre, fora imanente ao fetichismo da forma-mercadoria. Segundo (DEBORD, 1997, p. 20) “A aparência fetichista de pura objetividade nas relações espetaculares esconde o seu caráter de relação entre homens e entre classes: parece que uma segunda natureza domina, com leis fatais, o meio em que

²⁰ Fetichizado vem do fetichismo da mercadoria descrito por Marx, é a transformação das relações humanas em relações entre coisas; agora na teoria de Debord se transformam em relações entre imagens (JAPPE, 1999, p. 64).

vivemos”. Assim, o espetáculo se constitui numa dupla regressão social à passividade contemplativa e não comunicativa dos homens. “O espetáculo é a conservação da inconsciência na mudança prática das condições de existência” (DEBORD, 1997, p. 21).

A obra, “A sociedade do espetáculo” (1997), apresentou uma denúncia da transformação que o capitalismo provocou no pensamento humano, por ser, essencialmente uma expropriação do diálogo e da atividade autônoma. “O espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente” (DEBORD, 1997, p. 17). No capitalismo mais desenvolvido há uma satisfação alucinatória dos desejos, tal como no sonho do indivíduo. Nesse aspecto, ele exerce a função de dominação e transmissão de preceitos ideológicos sobre as pessoas, por meio das novas tendências tecnológicas permanentes (informatização, internet); a fusão entre a economia e o estado (privatizações) e a abolição de toda consciência histórica, o que vale é o agora.

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda realização humana, uma evidente degradação do ser para o ter. A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer, do qual todo “ter” efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última. Ao mesmo tempo, toda realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social, moldada por ela. Só lhe é permitido aparecer naquilo que ela não é (DEBORD, 1997, p. 18).

A sociedade burguesa destruiu as antigas formas de produção social e os modos de vida nelas existentes como o fordismo e toyotismo. Ao destruir as anteriores bases de produção, fundamentalmente agrícolas, fundou novas condições de produção, ou seja, a vida do indivíduo ficou subordinada a um tempo passageiro, irreversível e linear. “A economia toda tornou-se então o que a mercadoria tinha mostrado ser durante essa conquista: um processo de desenvolvimento quantitativo” (DEBORD, 1997, p. 29).

A economia mercantil-capitalista fundou um tempo profundamente histórico, não era mais uma sociedade da tradição, mas sim, da competição reprimida.

O movimento real que suprime as condições existentes governa a sociedade a partir da vitória da burguesia na economia e, visivelmente, desde a tradução política dessa vitória. O desenvolvimento das forças produtivas rompeu as antigas relações de produção, e toda a ordem estatal se desfaz em poeira. Tudo o que era absoluto torna-se histórico. (DEBORD, 1997, p. 49).

O espetáculo, na teoria debordiana, não é mais do que isso: a natureza sedutora do capitalismo, em que ocorre uma dominação da burguesia²¹ sobre o proletariado²². “Na fase primitiva da acumulação capitalista, ‘a economia política só vê no *proletário* o *operário*’, que deve receber o mínimo indispensável para conservar sua força de trabalho” (DEBORD, 1997, p. 31). Percebe-se, claramente, um grande problema na estrutura da sociedade, que jamais adotará o ser humano como seu objetivo central, tentando ajudá-lo a identificar as contradições sociais, econômicas e políticas da formação social em que vive.

O mais importante, porém, é encontrar as possibilidades de superação dessas contradições, ou seja, o sistema faz desses indivíduos meros instrumentos de produção. As forças produtivas no capitalismo causaram um grande impacto sobre o modo de vida social. “O espetáculo não é outra coisa do que a economia enlouquecida” (JAPPE, 1999, p. 23). O interessante em Guy Debord foi a forma como ele retomou alguns temas de Marx, como a crítica do fetichismo da mercadoria, do valor, do dinheiro. “O princípio do fetichismo da mercadoria, a dominação da sociedade por ‘coisas suprassensíveis embora sensíveis’, se realiza completamente no espetáculo” (DEBORD, 1997, p. 28). Esse autor, foi um dos primeiros, a interpretar esse apontamento em Marx e a atualizar o conceito.

Sendo o espetáculo a forma mais desenvolvida da sociedade, baseada na produção das mercadorias e no fetichismo da mercadoria²³ o jornalista e doutor em história social, José Arbex Júnior, dentre as diversas obras escritas e publicadas, destaca-se pela obra “Showrnalismo: a notícia como espetáculo” (2001) e escreve, “a sociedade do espetáculo é o próprio espetáculo, a forma mais perversa de ser da sociedade de consumo” (ARBEX, 2001, p. 59). Como já havia acenado, Guy Debord:

O espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade e como instrumento de unificação. Como parte da sociedade, ele é expressamente o setor que concentra todo olhar e toda consciência. Pelo fato desse setor estar separado, ele é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza é tão somente a linguagem oficial da separação generalizada (DEBORD, 1997, p. 14).

²¹ Classe social surgida na Europa em fins da Idade Média, com o desenvolvimento econômico e o aparecimento das cidades, e que veio a dominar a vida política, social, econômica e intelectual. Classe que detém o poder econômico e político.

²² Classe que é explorada especificamente pela burguesia.

²³ Felicidade identificada com o consumo.

O valor econômico sobre as atividades humanas, faz uma expropriação da vida do indivíduo, planejando e controlando toda a sua cotidianidade. O homem identifica-se com as mercadorias e não mais busca questionar quais são as suas reais necessidades, quais são as vantagens do uso dessas mercadorias, ou seja, o ser humano está totalmente agregado ao sistema de produção numa totalidade fundada na determinação da forma-mercadoria.

No mundo, no qual, a produtividade é racional e a produção das mercadorias planejada, a sociedade fica submetida à economia, ou seja, tudo é subordinado ao sistema capitalista.

O mundo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido. E o mundo da mercadoria é assim mostrado como é, pois, seu movimento é idêntico ao afastamento dos homens entre si e em relação a tudo que produzem (DEBORD, 1997, p. 28).

O poder fantasioso que a mercadoria retém, é a base da manutenção de uma sociedade capitalista e injusta. Esse fetichismo da mercadoria, ou o ato de comprar, pregado pragmaticamente pelo capitalismo, é uma tentativa de busca da felicidade sem fim, pois, os valores das mercadorias são efêmeros e a satisfação gerada pela aquisição, não deve ser duradoura, pois a indústria lança e reinventa novidades para ludibriar seus consumidores a todo o momento. Não se pode deixar de mencionar, a indústria religiosa que atende as demandas espirituais de milhões de pessoas, com programas de TV e Rádio, bem como, as redes sociais. Mercado que por sua vez não conhece crise econômica.

A mercadoria aparece efetivamente como uma potência que vem realmente ocupar a vida social. É então que se constitui a economia política, como ciência dominante e como ciência da dominação. O espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Não só a relação com a mercadoria é visível, como nada mais se vê senão ela: o mundo que se vê é o seu mundo (DEBORD, 1997, p. 30).

Percebe-se, portanto, que o espetáculo está inserido nos vários segmentos da vida dos seres humanos, indo de uma propaganda de um determinado produto, até o âmbito econômico, social, religioso, ideológico e no modo de produção. “O espetáculo é o mapa desse novo mundo, mapa que corresponde exatamente a seu território” (DEBORD, 1997, p. 24).

A classe social da burguesia que iniciou o espetáculo, triunfou sobre todos os aspectos da vida. O trabalho do indivíduo e as outras atividades humanas, que se pode chamar também de ‘tempo livre’ (quando o indivíduo deveria se dedicar para si e para a realidade), são organizados de um modo que as pessoas ficam alienadas ao meio de produção vigente, o espetáculo econômico. O tempo da realidade transformou-se num tempo vivido ilusoriamente, a realidade foi substituída pela imaginação, visando sempre o lucro. “Quanto mais sua vida se torna seu produto, tanto mais ele se separa da vida” (DEBORD, 1997, p. 25).

A economia, nesse estágio, cria e manipula sem cessar algumas necessidades e tem como objetivo apenas à manutenção do seu poder. Por isso, a criação da necessidade sempre presente no mercado religioso, de sempre buscar mais e mais, pois o sucesso de uma vida próspera economicamente, está em um programa de fidelidade que busca a satisfação das pessoas em todos os aspectos da existência humana, até mesmo, em relação a questões elementares como a vida e a morte, ou a salvação e a condenação.

A vitória da economia autônoma deve ser ao mesmo tempo o seu fracasso. As forças que ela desencadeou suprimem a necessidade econômica que foi a base imutável das sociedades antigas. Quando ela substitui pela necessidade do desenvolvimento econômico infinito, só pode estar substituindo a satisfação das primeiras necessidades humanas, sumariamente reconhecidas, por uma fabricação ininterrupta de pseudonecessidades que se resumem na única pseudonecessidade de manutenção de seu reinado (DEBOR, 1997, p. 34).

A economia²⁴ nesse sentido, é entendida como uma parte da atividade dos seres humanos que domina todo o mundo, por isso se constitui em uma alienação, na qual se baseia o modo de produção. Assim, o domínio econômico sobre toda a sociedade, constitui o espetáculo. “A economia transforma o mundo, mas o transforma apenas em mundo da economia” (DEBORD, 1997, p. 30).

Mas, como surgiu essa economia alienante? Voltando ao que já foi discutido na dissertação até o momento, retomam-se alguns aspectos, na tentativa de aprofundar a questão, na busca pelo caminho da construção científica.

Assim, as forças produtivas no capitalismo avançado do segundo pós-guerra, pelo seu impacto sobre o modo de vida social, provocaram muitas mudanças na

²⁴ “Por economia não se entende aqui, é claro, a produção material enquanto tal, mas sim, sua organização como esfera separada a que se subordina o resto da vida” (JAPPE, 1999, p. 27).

sociedade. As novas técnicas para o condicionamento social foram uma ameaça para toda a vida humana. O mundo pós-moderno encheu-se de esplendor o trabalho, tudo e todos voltam-se para a perpetuação do trabalho.

Esse trabalho visava sempre à produção de mercadorias, afirmando que o ser humano apenas tinha valor quando produzia. Nesse aspecto, o alemão e ensaísta que reinterpretou a literatura marxista e propôs críticas contundentes em relação ao capitalismo, iluminismo, economia e cultura, Robert Kurz em sua obra “O Colapso da Modernização: da derrocada do socialismo de caserna à crise da economia mundial” (1996), afirmou: “o alargamento incessante do poderio econômico sob a forma da mercadoria, que transfigurou o trabalho humano em trabalho-mercadoria” (KURZ, 1996, p. 34).

O trabalho no sistema capitalista transformou o ser humano, impossibilitando-o e roubando a sua liberdade e felicidade. Justamente, porque “O espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta da alienação” (DEBORD, 1997, p. 24). No sistema produtivo capitalizado o ser humano foi avaliado de acordo com a sua capacidade de execução e de produzir, caso contrário, seria extirpado do sistema, ou seja, se submeta às ideologias²⁵ impostas pelo capitalismo, ou estará fora do ‘jogo’. E o pior, contra essas dominações não houve resistência por parte dos cidadãos.

A ideologia é a base do pensamento de uma sociedade de classes, no curso conflitante da história. Os fatos ideológicos nunca foram simples quimeras, mas a consciência deformada das realidades, e, como tais fatores reais que exercem uma real ação deformante; tanto mais que a materialização da ideologia provocada pelo êxito concreto da produção econômica autonomizada, na forma do espetáculo, praticamente confunde com a realidade social, uma ideologia que conseguiu recortar todo o real de acordo com seu modelo. (DEBORD, 1997, p. 137).

O homem poderia abdicar-se de seu trabalho voluntariamente, para alcançar a felicidade e satisfação? No sistema de exploração da sociedade contemporânea, o trabalho alienante conjectura a substituição dos valores personalizados por afirmações coletivas, ou seja, troca o prazer (Ser) pelo esforço e a sua recompensa (Ter); percebe-se o endurecimento do caráter natural do humano, preponderando, assim, o egoísmo, consumismo e o evidenciar como propostas de uma realização

²⁵ Ideologia: sistema das ideias, das representações, que domina o espírito de um homem ou de um grupo social (ALTHUSSER, 1970, p. 69).

ilusória do Ser. Todavia, essa inversão pressupõe a substituição do protagonismo do homem numa reflexão antropológica²⁶ pelo fetichismo da mercadoria, portanto, é a coisificação do homem e o aniquilamento da subjetividade numa reflexão ontológica²⁷. “O espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social” (DEBORD, 1997, p. 30).

Na corrente debordiana, o espetáculo tiraniza toda a atividade humana, tudo aquilo que se é, enquanto existência no sentido de *persona* foi transformado pela lógica mercadológica da mais-valia. É o estágio supremo de uma expansão que fez com que a necessidade se opusesse à vida. A necessidade de dinheiro ou de posse foram os verdadeiros combustíveis de uma economia capitalista e as únicas necessidades que ela produziu. O espetáculo estendeu-se a toda a vida social, o homem foi uma mercadoria, assumida pela sociedade do espetáculo como uma coisa ou uma representação imaginária. Isto é, “o consumidor real torna-se consumidor de ilusões. A mercadoria é essa ilusão efetivamente real, e o espetáculo é sua manifestação geral” (DEBORD, 1997, p. 33).

Outro aspecto, extremamente crucial e importante na teoria de Debord é a mediação de imagens na relação social entre as pessoas, essas imagens têm um papel fundamental de materializar e exercer influência sobre a sociedade, tornando todos as pessoas alienadas pelo espetáculo.

Na corrente debordiana, o espetáculo, não é um conjunto de imagens, “mas uma relação social entre pessoas mediadas por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14). Na compreensão de imagem, o autor não fez uma referência à visão sensível, mas antes, a um modo de produção (uma visão de mundo que se objetiva). O que ele tinha em vista, sob o conceito de imagem, foram as relações sociais fetichistas, fundadas na autonomização do valor e estendidas à totalidade do uso social do tempo, e do espaço, para além do trabalho assalariado, obedecendo à sua lógica disciplinar e contemplativa. Assim, o auto movimento do capital se impôs para ser visto e contemplado, tornando o indivíduo na sua totalidade um ser passivo e alienado.

A redução do real à imagem, a degradação do ser em detrimento do ter e, depois a aparecer, são apenas o aspecto mais visível da tendência social a abstração que constitui o modo de ser concreto do espetáculo. Nesse império da dominação

²⁶ A pessoa humana é interpretada a partir da cultura, dos costumes, dos valores e da história, portanto, no sentido personalizado.

²⁷ A pessoa humana é interpretada a partir da dimensão ente, como: o que é, a coisa, a objetivação.

imagética as pessoas são maceradas pela sociedade do espetáculo, que esmaga toda tentativa de unidade e autonomia, o papel do protagonista é assumido pelo modelo capitalista que por sua vez pode ser representado alegoricamente como a representação imagética, ou uma vida inverossímil e irreal.

Nesse aspecto da inutilidade do mundo provisório, nota-se que o poeta pernambucano João Cabral De Melo Neto, com o seu jeito próprio de pensar o mundo, a partir da poesia surrealista e com atitudes contrárias às instituições, sobretudo, quando recusou a cadeira na academia de letras, faz pensar com o seu poema publicado em 2007 “O Artista Inconfessável”, justamente, nessa dimensão do Ser e do Fazer quando diz: “Fazer o que seja é inútil. Não fazer nada é inútil. Mas entre fazer e não fazer mais vale o inútil do fazer” (NETO, 2007, p. 35).

Tamanha perplexidade aflorada na sociedade contemporânea já era anunciada por Guy Debord,

A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo, e a expansão gigantesca do espetáculo moderno revela a totalidade dessa perda: a abstração de todo trabalho particular e a abstração geral da produção como um todo se traduzem perfeitamente no espetáculo, cujo modo de ser concreto é justamente a abstração. No espetáculo, uma parte do mundo se representa diante do mundo e lhe é superior. O espetáculo nada mais é que a linguagem comum dessa separação. O que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne como separado (DEBORD, 1997, p. 23).

A imagem é determinada pela associação operada pela forma-mercadoria. O espetáculo é o processo em que as imagens se reconstituem num conjunto aparente que a realidade perdeu há muito tempo.

A relação entre a sociedade e o espetáculo foi vista por Guy Debord como uma relação entre a vida e a não vida. A mercadoria e a economia foram definidas como a negação da vida que se tornou muito visível, pois, as pessoas vivem no mundo das aparências, aceitando passivamente o que o sistema impôs: o espetáculo econômico. Isto é, “o espetáculo é a outra face do dinheiro: o equivalente geral abstrato de todas as mercadorias” (DEBORD, 1997, p. 34).

A aparência socialmente organizada e planejada, estende a sua lógica a todos os setores da vida e relações cotidianas. O capitalismo desenvolvido produz e organiza as aparências, presentes na experiência social dos indivíduos. A vida social tornou-se uma simples aparência, em que o espetáculo faz o papel de mediador nessa

relação, sendo assim, dita todas as regras de como os indivíduos devem comportar-se na sociedade.

O conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. Suas diversidades e contrastes são as aparências dessa aparência organizada. Socialmente, que deve ser reconhecida em sua verdade geral. Considerado de acordo com seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo o descobre como a negação visível da vida; como negação da vida que se tornou visível (DEBORD, 1997, p. 16).

O espetáculo, portanto, está presente na vida cotidiana do indivíduo, ele mascara a verdadeira vida das pessoas, é o inimigo da verdade a ponto de ser considerado um grande reino da loucura. “O paralelismo entre a ideologia e esquizofrenia estabelecido por Gabel (*La fause conscience*) deve ser compreendida nesse processo econômico de materialização da ideologia” (DEBORD, 1997, p. 139).

Os vários gestos repetitivos do trabalho e consumo, a falta de comunicação nas relações humanas, a produção e a realização da mercadoria, fizeram em quase toda a vida humana uma transformação, é o que se denomina como crise da vida cotidiana.

O espetáculo está presente na vida das pessoas de uma forma direta. “O espetáculo não é apenas o servidor do pseudouso, mas já é em si mesmo o pseudouso da vida” (DEBORD, 1997, p. 34). Os meios de comunicação exercem um papel importante para a formação ideológica na sociedade, os vários shows e entretenimentos espetaculares transmitidos pela mídia, ocupam um espaço cada vez maior na vida das pessoas. E não se pode deixar de mencionar os inúmeros espetáculos produzidos pelas mídias religiosas, na sociedade contemporânea, cada vez mais latente e crescente.

Pode-se observar, também, o espetáculo, presente em outros grupos sociais, como: na literatura, shoppings, propagandas, condomínios residenciais e galerias de arte. Restringindo, a obra de arte como manifestação da liberdade dentre outras coisas, em mera mercadoria, tornando-a apenas um adorno de luxo nas paredes da burguesia e um discurso de empoderamento social. “No momento em que a sociedade descobre que depende da economia, a economia, de fato, depende da sociedade” (DEBORD, 1997, p. 35).

A experiência estética tornou-se superficial, ocorreu a perda da finalidade sócio estética. Nesse consumismo da arte reina o superficialismo e um ineditismo auto renovável.

Então o humanismo da mercadoria toma a cargo os “lazer e humanidade” do trabalhador, muito simplesmente porque a economia política pode e deve dominar, agora, estas esferas, enquanto economia política. Assim, “o renegar acabado do homem” tomou a cargo a totalidade da existência humana. (DEBORD, 1997, p. 31).

A obra de arte é uma das possibilidades de expressão subjetiva do ser humano. Mas a arte pós-moderna acabou com a subjetividade, agora a produtividade e a tecnologia coletiva, avançaram livres para expressar, apenas, a si mesmas: um processo cujo produto final não é mais obra de arte, mas mercadoria.

Para Debord, no entanto, a arte devia ser algo de criação permanente, ou seja, algo crítico e emancipador. O filósofo alemão e poeta Friedrich Schiller escrevendo sobre a “Educação estética do homem” em 1795, obra citada na edição de 2002, traz uma reflexão acerca da arte como expressão máxima da liberdade, “ocupar-se da maior de todas as obras de arte, a construção de uma verdadeira liberdade política” (SCHILLER, 2002, p. 21). Uma característica da arte é capacidade que tem o poder de interrogar os princípios de realidade imposta pela sociedade. A subversão deve estar presente no artista, é uma de suas funções denunciar o sistema opressor e alienador.

Na sociedade de classes, dominada pelas cisões, a arte tem a função de representar a unidade perdida e a totalidade social. “O sujeito só pode emergir da sociedade, isto é, da luta que existe nela mesma. Sua existência possível depende dos resultados da luta de classes que se revela como o produto e o produtor da fundação econômica da história” (DEBORD, 1997, p. 35).

Também os vários mecanismos de perversidade existentes acabam ludibriando o indivíduo, assim o homem fica passivo diante da representação feita propositalmente por esses meios, tudo é espetacularizado para chegar ao imaginário das pessoas.

Mas, pode-se questionar se os seres humanos se tornaram alienados, ou, subordinados pela ditadura da imagem. O espetáculo está intimamente ligado com a vida humana, é a sua afirmação como aparência. As atitudes e os gestos humanos tornaram-se shows espetaculares, as pessoas são os atores e plateias simultaneamente da sociedade do espetáculo. A autenticidade da vida das pessoas, ou seja, uma simples conversa familiar, por exemplo, está perdendo espaço para a espetacularização, dessa forma, a vida está se tornando passiva e cada vez mais, acorrentada ao sistema.

A raiz do espetáculo está no terreno da economia que se tornou abundante, e daí vêm os frutos que tendem afinal a dominar o mercado espetacular, a despeito das barreiras protecionistas ideológico-policiais de qualquer espetáculo local com pretensões autárquicas. (DEBORD, 1997, p. 39).

O sistema econômico é fundamental na sociedade do espetáculo, pois é a fonte das outras alienações. A burguesia condicionava o trabalhador, tornando-o uma mercadoria ainda mais barata à medida que criava mais bens. O trabalhador é atingido pela alienação no próprio ato de produzir. Para garantir os seus lucros a burguesia explorou o operário, transformando-o em simples instrumento de trabalho. Portanto, a instrumentalização do homem.

O capitalismo manipula seus comandados, pregando algo muito simples, porém muito destruidor: o ter para aparecer. O capital faz com que as pessoas contemplem passivamente as imagens que foram escolhidas por ele, assim, obrigam todos a substituir o vivido e a determinação dos acontecimentos pelo próprio indivíduo: “A mercadoria contempla a si mesma num mundo que ela criou” (DEBORD, 1997, p. 35).

1.3 Debord e a alienação social do indivíduo

Na realização desta dissertação não houve a pretensão acadêmica de provocar um estudo apurado ou apresentar uma pesquisa sobre alienação.²⁸ Sobretudo, por sua complexidade e por não ser o objetivo central da pesquisa, mesmo reconhecendo seu papel importante e indispensável. Entretanto, foi feita sua conceituação com base em alguns pensadores e correntes filosóficas, na busca incessante pela fundamentação do próprio objeto da pesquisa e por assumir a alienação, como uma ferramenta ou faceta do programa de TV Show da Fé, possibilitando, então, uma leitura debordiana e suas aplicabilidades hermenêuticas do caminho pretendido.

De tal modo que a palavra Alienação vem do latim *alienatione*, e este do pronome *alius*, que quer dizer “o outro”. Entre os vários tipos de alienação, há a

²⁸ Compreendida como a perda de posse ou vontade, de um afeto ou dos poderes mentais de escolha, foi empregado e compreendido pelos filósofos com certos significados específicos e por diferentes correntes do pensamento. Na Idade Média, era assumida como êxtase. Na modernidade, se o homem é razão, é refugiar-se na fantasia; mas, se é essencialmente imaginação e fantasia, é qualquer disciplina racional. Na contemporaneidade, se o indivíduo humano é uma totalidade auto-suficiente e completa, é qualquer regra ou norma imposta, de qualquer modo, à sua expressão. Portanto, é a manipulação ou congelamento de sua liberdade em vista de outrem.

definição em português, que é uma transferência de bens para o outro, como uma venda ou negociação mercadológica ou social moral. É o estado de espírito próximo à loucura, que leva a pessoa a comportar-se como se fosse outra.

Alienação significa que o homem não se vivencia como agente ativo de seu controle sobre o mundo, permanecendo alheio a ele. A alienação social resulta da existência de classes, que dividem o homem em partes opostas, às vezes os torna hostis. “Até hoje, a história de todas as sociedades que existiram até nossos dias, tem sido a história das lutas de classes” (MARX; ENGELS, 1987, p. 23).

A classe burguesa dominante é aquela que se firmou com o desenvolvimento industrial, com ampliação do mercado mundial. E para garantir seus lucros com o mínimo de dispêndio, a burguesia explorava o operariado em massa, transformando-o em puro instrumento de trabalho e lucro. O proletariado foi, dessa forma, gerado pelo próprio dinamismo da burguesia.

No entanto, o proletariado estava privado de tudo, de todas as propriedades e direitos. À medida que o proletariado tomou consciência de sua situação miserável, reagiu e levantou-se contra a classe burguesa para destruí-la. Isso leva a concluir que, quanto mais for explorado pelo capitalismo e quanto mais tiver consciência disso, tanto mais violento, revolucionário e agressivo há de tornar-se. E sendo classe universal, o proletariado estava pronto para eliminar todas as particularidades, instaurando a verdadeira universalidade.

É necessário vencer a alienação social, suprimindo-a, mas essa alienação tem uma raiz profunda. Na compreensão marxista, a alienação social tem sua base na divisão da sociedade em classes, resumida em: burguesia e proletariado, e essa divisão foi um dos tópicos a ser vencido para a liberdade do homem frente ao trabalho. “A burguesia não somente forjou as armas que lhe provocarão a morte; ela produziu os homens que utilizarão estas armas, os trabalhadores modernos, os proletariados” (MARX; ENGELS, 1987, p. 87).

A sina do proletariado foi, e tem sido há séculos, carregar o fardo de um trabalho físico e doloroso, do qual provêm seus frutos, não para ele, no entanto, mas sim para outra classe, a privilegiada que possui propriedades, autoridade e os produtos culturais.

Um dos principais motivos do atual funcionamento do sistema é a defesa do lucro, que é o princípio do acúmulo de capitais. Tudo gira em torno dele, mesmo que para isso tenha que destituir o homem do seu posto de trabalho, deixando assim de

ser uma função social e produtiva, para se transformar em um produto de mercado, para aumentar as riquezas.

O sistema, porém, constitui a essência do homem em um ser produtor e consumidor. O espetáculo é a tradução da vitória da categoria, da economia enquanto tal no interior da sociedade. A classe que instaurou o espetáculo, deve isso ao fato de dominar o triunfo da economia, de suas leis sobre todos os outros aspectos da vida.

Considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos -, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. (DEBORD, 1997, p. 14).

O espetáculo não nada mais é que esse reinado autocrático da economia mercantil, que autonomizada é em si uma alienação. A produção econômica está baseada na alienação, que se tornou seu principal produto, e o domínio da economia sobre a sociedade inteira, acarretando a difusão máxima da alienação que, justamente, constitui o espetáculo.

O espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta da alienação. A expansão econômica é sobretudo a expansão dessa produção industrial específica. O que cresce com a economia que se move por si mesma só pode ser a alienação que estava em seu núcleo original. (DEBORD, 1997, p. 24).

As alienações são impostas pela categoria dominante e a classe dominada aceita facilmente ou com resistência suas propostas com promessas ilusórias. Segundo esse autor, a alienação do indivíduo na sociedade é aquela em que o indivíduo é forçado, por meio de uma falsa consciência, a manter toda a estrutura do sistema.

Quando, porém, o produto é fabricado, a escolha já foi feita pelas indústrias e agências publicitárias, com isso, o indivíduo é condicionado pela ideologia mercantilista e seduzido a consumir esses produtos, ou seja, as pessoas são manipuladas a consumirem determinados produtos a partir de uma necessidade de satisfação afetiva. É justamente esse movimento que se percebe no programa Show da Fé, quando o apresentador R.R. Soares insiste para que as pessoas se tornem patrocinadores do programa e passem a consumir somente os produtos fornecidos pela instituição a partir da necessidade criada pelo discurso alienante.

Na obra “A interpretação dos sonhos” (Freud, 1899) inaugurou a era da psicanálise e mudou para sempre a maneira como o ser humano percebe a si mesmo. Apresenta a força afetiva arcaica e inconsciente do desejo infantil de fortalecer representações psíquicas de experiências do presente, para associando-se a estas, chegarem ao pré-consciente e deste, à consciência, sob formas de imagens, pelas quais ganham realização e satisfação. Em analogia com essa forma de pensar, a sociedade do espetáculo, é a afirmação contundente da força econômica arcaica e inconsciente da forma-valor.

Submetendo a si toda experiência humana, a forma-valor impõe-se como princípio, como estrutura primitiva e permanente que de forma retesada, recalca aquelas possibilidades do presente que se abre para o futuro, informando o surgimento e a satisfação das necessidades. Segundo (DEBORD,1997), o sonho-espetáculo realiza de modo alucinatório, substitutivo e falseador não os desejos inconscientes como disse Freud, mas possíveis outros desejos conscientes, ele realiza necessidades que nunca foram, de fato, conscientemente elaboradas, necessidades estas já determinadas pelos próprios limites históricos de forma-mercadoria.

O mercado aliena o consumidor a contemplar o objeto oferecido.

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado se expressa assim: Quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele. É por isso que espectador não se sente em casa em lugar algum, pois o espetáculo está em toda parte (DEBORD, 1997, p. 24).

O indivíduo torna-se um grande consumidor de mercadorias, o que Debord chamou de aceitação dócil do que existe, indicando a autonomia da economia sobre a vida social. O espetáculo visa a identificação entre bens e mercadorias, esse é o sentido da afirmação debordiana, de que a lógica da produção alienada é aperfeiçoada pelo consumo alienado.

1.4 Debord: o poder do espetáculo

O poder pretendido na dissertação é o poder espetacular difuso, mesmo reconhecendo os demais poderes na obra “Sociedade do Espetáculo” (DEBORD, 1997). Também, no decorrer da dissertação, foram tratadas outras possíveis interpretações de poder em diferentes correntes de pensamento, justamente, pela tentativa de exemplificar o mesmo e pela dificuldade de consenso quando se trata de poder em qualquer circunstância, sobretudo, pela sua pulverização de definições. Sendo assim, diante das inúmeras possibilidades, trabalhou-se com duas definições, a saber: o poder espetacular difuso de Debord e poucas reflexões sobre o poder espetacular concentrado desse mesmo autor, sobretudo, na pessoa do líder R.R.Soares e a definição de poder do filósofo (FOUCAULT, 1979).

O caminho hermenêutico entre comunicação e sociedade contemporânea na obra Sociedade do Espetáculo (1997) à luz do pesquisador e comentador, (COELHO, 2013, p.37) “Guy Debord deixa claro o vínculo entre poder e espetáculo. Para ele, a existência do poder é inerente à divisão social do trabalho, e o espetáculo surge para justificar a desigualdade social”. Portanto, Guy Debord, afirma que

A mais velha especialização social, a especialização do poder encontra-se na raiz do espetáculo. Assim o espetáculo é uma atividade especializada que responde por todas as outras. É a representação diplomática da sociedade hierárquica diante de si mesma, na qual toda outra fala é banida. No caso, o mais moderno é também o mais arcaico. [...] A cisão generalizada do espetáculo é inseparável do *Estado* moderno, isto é, a forma geral da cisão na sociedade, produto da divisão do trabalho social e órgão da dominação de classe (DEBORD, 1997, p. 20-21).

É necessário provocar a reflexão de que o espetáculo existe em todas as formações sociais, marcadas pela divisão social de trabalhos e pelas relações orquestradas pelo poder, portanto, existe espetáculo ocorrendo em todas as relações sociais.

O poder, geralmente, é visto como uma força que destrói, como um mecanismo de opressão e imposição, em outras palavras, é concebido como algo negativo. Porém, não é um conceito tão simples de ser definido, assim, desde os primeiros filósofos, porque possui inúmeras possibilidades em sua compreensão e, conseqüentemente na forma de exercê-lo. É algo difícil de ser localizado, por vezes, onde parece que ele não está, se faz presente; como será visto posteriormente.

O austríaco Peter Michael Blau (1918-2002), sociólogo e teórico da sociedade americana, onde viveu praticamente toda sua vida, escreveu inúmeras obras de cunho crítico social, sobre as relações sociais e a diferenciação de poder, afirma que :

O poder é, assim, terrível e frágil, ao mesmo tempo, e pode dominar um Continente para apenas no fim ser derrubado por um murmúrio. Para destruí-lo não se precisa mais do que ser indiferente a suas ameaças e dar preferência a outros bens em troca daqueles que ele oferece. Não se precisa, todavia, menos do que isso [...] O poder pode ser definido como a capacidade de um indivíduo ou grupo de indivíduos de modificar a conduta de outros indivíduos ou grupos como bem entender e evitar que a sua própria conduta seja modificada à revelia (BLAU, 1974, p. 167).

O autor apresenta o poder como algo paradoxal, forte e frágil simultaneamente; porém, cada uma dessas características recebe maior ou menor relevância de acordo com a receptividade e importância que lhes são impostas; mostra que o poder pode ser concebido como uma capacidade de influenciar e impor determinada conduta, sem que aquele que a impõe deixa que sua conduta seja modificada facilmente. Essa é uma compreensão de poder, vista sob um aspecto geral.

O mesmo autor (BLAU, 1974, p. 167), complementando essa definição “[...] o poder diz respeito a todas as espécies de influências entre pessoas ou grupos, incluídas aquelas exercidas em relações de troca, em que alguém induz outras pessoas a cederem à sua vontade recompensando-as por fazê-lo”.

E ainda:

A coerção física, ou a ameaça de apelar para ela, é o caso polar do poder, não obstante outras sanções negativas, ou a ameaça de exercê-las, geralmente se constituam também em meios efetivos de impor a vontade de alguém a outros. As pessoas podem ser levadas a fazerem coisas pelo medo (BLAU, 1974, p. 168).

Quando esse autor afirma que “a coerção é o caso polar do poder” (BLAU, 1974, p. 168), leva a entender que isso só acontece sob pena de uma imposição de vontade de um indivíduo ou grupo de indivíduos sobre outros, não considerando as resistências encontradas. A intimidação e o medo gerados pela coerção obrigam as pessoas a sentirem-se resignadas, submetendo-se ao poder de outras.

Em outro momento, ele expressa que a dependência – mesmo de forma indireta “é a raiz do poder” (BLAU, 1974, p. 171). Por isso nas relações simétricas, em que há influência mútua, forças iguais, interdependência, segundo ele, existe um

indicativo da falta de poder; e isso quer dizer que sem dependência, não há poder; o movimento do poder só acontece se houver necessidades de uma pessoa em relação à outra.

Contudo, na sua interpretação de poder, (DEBORD,1997), afirma que existem duas formas distintas de poder na sociedade capitalista, isto é, o poder espetacular concentrado²⁹ e o difuso. “O capitalismo é uma realidade universal, mundial, e as diferenças entre as formas de poder espetacular correspondem a diferentes graus de desenvolvimento capitalista e da sociedade do espetáculo” (COELHO, 2013 p. 43). Nessa construção sobre o poder e seus fenômenos na sociedade contemporânea, ou seja, sociedade do espetáculo, apresentam-se as reflexões do filósofo político e historiador crítico social francês Michel Foucault, (1926-1984) que com obras, dentre elas, “Vigiar e punir” (1975) e “Microfísica do poder” (1979) possibilitou um diálogo com o pensamento de Guy Debord, em relação à compreensão de poder, que segundo Foucault:

O poder não existe. [...] a ideia de que existe, em um determinado lugar, ou emanando de um determinado ponto, algo que é um poder, me parece baseada em uma análise enganosa e que, em todo caso, não dá conta de um determinado número de fenômenos. Na realidade, o poder é um feixe de relações mais ou menos organizado, mais ou menos piramidalizado, mais ou menos coordenado (FOUCAULT, 1993, p. 248).

Numa leitura foucaultiana, o poder não existe em si mesmo, mas somente a partir das relações humanas, que são indispensáveis para que se possa identificar o movimento do poder. Fora delas ele se torna mais difícil de ser compreendido, pois, o termo poder é conferido a uma série de relações que se entrelaçam por toda parte. Porém, fica claro, que o poder, é muito escorregadio e difícil de ser conceituado, portanto para (FOUCAULT, 1993, p. 75): “Marx e Freud talvez não sejam suficientes para nos ajudar a conhecer essa coisa tão enigmática, ao mesmo tempo visível e invisível, presente e oculta”.

Nesse sentido, cada pessoa é detentora deste ‘ser misterioso’, o qual pode ceder livremente, quando não é obrigado a isso, de maneira integral ou parcial à outra. O poder torna-se materializado, por meio dos corpos que o exercem. (FOUCAULT,1993, p. 147) continua ressaltando que: “Na verdade, nada é mais

²⁹ Entendemos sua importância no texto de Guy Debord. Mas, não será abordado no decorrer da dissertação por entendermos não ser relevante para a mesma.

material, nada é mais físico, mais corporal que o exercício do poder”. Porém, a “concretude” do poder não ocorre isoladamente, mas somente nas relações entre as pessoas que por sua vez estão inseridas em grupos sociais.

E, em outra ocasião, afirma Foucault:

Dispomos da afirmação de que o poder não se dá, não se troca nem se retoma, mas se exerce, só existe em ação, como também da afirmação de que o poder não é principalmente manutenção e reprodução das relações econômicas, mas acima de tudo uma relação de forças (FOUCAULT, 1993, p. 175).

A aplicabilidade da compreensão de ‘forças’ segundo esse autor, não deve ser entendida, literalmente, como utilização de mecanismos violentos, mas como possibilidades de ação persuasiva, que favoreçam a influência no comportamento de determinadas pessoas ou grupos, sem coagi-los a fazer algo, e, se decidirem fazê-lo, que seja por livre escolha e não por meio de coação.

(LEBRUN, 1984), a partir de alguns exemplos, interpreta a força de forma diferente, ou seja, que essa força pode ser um revólver, ou um charme, ou uma palavra, entre outros, depende das circunstâncias; enfim, complementa que a força é o direcionamento da potência. Saber direcionar a força torna-se, então, um fator importante e determinante das relações de poder.

Porém, (FOUCAULT, 1993, p. 183) adverte que o poder não deve ser considerado como “um fenômeno de dominação maciço e homogêneo de um indivíduo sobre os outros”, ele não é um objeto que alguém tem como propriedade exclusiva e definitiva; é heterogêneo e se manifesta de maneira diversa e, em muitos casos, inusitada, entre pessoas, grupos e classes; não é estático, nem uniforme e quem o possui oficialmente, desconhece por quanto tempo o terá. Ele surge de pequenos e inúmeros lugares que depois se conectam. Em relação à manutenção e detenção do poder, a filósofa política alemã Hannah Arendt (1906-1975) escrevendo a obra “A Condição Humana” no final da década de 1960 considera que: “o poder não pode ser armazenado e mantido em reserva para casos de emergência, como os instrumentos da violência: só existe em efetivação” (ARENDR, 2000, p. 212).

No entanto, o poder não consegue ser mantido em reserva, ele existe enquanto se tem uma relação dinâmica entre aqueles que o ‘possuem’. Ele se mostra como algo bastante complexo, pois mesmo quem possui posses e capital financeiro não é capaz de detê-lo nas mãos por muito tempo.

Para esclarecer um pouco mais sobre a efetivação do poder, Foucault percebe o seguinte:

O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas os indivíduos não só circulam mas estão sempre em posição de exercer este poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão. Em outros termos, o poder não se aplica aos indivíduos, passa por eles. [...] Efetivamente, aquilo que faz com que um corpo, gestos, discursos e desejos sejam identificados e constituídos enquanto indivíduos é um dos primeiros efeitos do poder (FOUCAULT, 1993, p. 183).

O poder não tem um ponto fixo isolado, ele tem suas interligações. Existe a possibilidade de que uma pessoa ou grupo tenha habilidade e saber suficientes, para garantir por mais tempo a detenção do poder. No entanto, toda pessoa tem capacidade para ser condutora e transmissora de poder em maior ou menor grau.

Retomando, portanto, a compreensão debordiana de poder,

O sujeito só pode emergir da sociedade, isto é, da luta que existe nela mesma. Sua existência possível depende dos resultados da luta de classes que se revela como o produto e o produtor da fundação econômica da história. (DEBORD, 1997, p. 35).

O poder não deve ser considerado, apenas, enquadrado num sistema de cargos; obviamente é possível para quem possui um bom cargo, ter maior influência do que aquele que possui um cargo inferior, ou nenhum cargo; porém, não é algo absoluto, é apenas uma possibilidade. Entretanto, mesmo que alguém não ocupe cargos importantes, não significa que não seja possuidor de poder, pois há variados modos de exercê-lo.

Como expressa (FOUCAULT, 1993, p. 221) “Poder que não se encontra somente nas instâncias superiores da censura, mas que penetra, muito profundamente, muito sutilmente em toda a trama da sociedade”. O poder tem um grau de difusão e densidade tais, que seria esvaziá-lo demais restringi-lo apenas a relações ligadas a cargos institucionalizados, sejam eles governamentais, jurídicos ou de outra categoria.

É o próprio Debord quem, novamente nos Comentários de 1988, melhor resume este aspecto de sua teoria:

Em 1967, eu distinguia duas formas, sucessivas e rivais, do poder espetacular: a concentrada e a difusa. Ambas pairavam acima da sociedade real, como seu objetivo e sua mentira. A primeira forma, ao destacar a ideologia concentrada em torno de uma personalidade ditatorial, havia acompanhado a contrarrevolução totalitária, fosse ela nazista ou stalinista. A segunda forma, ao instigar os assalariados a escolherem livremente entre uma grande variedade de mercadorias novas que se enfrentavam, representara a americanização do mundo, assustadora sob certos aspectos, mas também sedutora nos países onde as condições das democracias burguesas de tipo tradicional conseguiram se manter por mais tempo (DEBORD, 1997, p. 172).

Assim, no poder espetacular concentrado, o espetáculo existe e é aflorado na figura simbólica do líder, ou seja, o único revestido de autoridade capaz de fazer escolhas e tomar decisões. Esse líder no programa Show da Fé é o R.R. Soares que além de ser apresentador é diretor geral. Debord, identifica esse líder como a vedete-absoluta.

A imagem imposta do bem, em seu espetáculo, recolhe a totalidade do que existe oficialmente e concentra-se normalmente num só homem, que é a garantia da coesão totalitária. Com essa vedete absoluta é que todos devem identificar-se magicamente, ou desaparecer. Porque se trata do senhor de seu não-consumo, e da imagem heroica de um sentido aceitável para a exploração absoluta, que é de fato a acumulação primitiva acelerada pelo terror. (DEBORD, 1997 p. 43)

No poder espetacular concentrado, o ditador é a celebridade que é adorada, contemplada e consumida pelos súditos submissos. O líder carismático exerce seu poder arbitrário sobre os seus seguidores que chancelam suas decisões. Sendo assim, “o conceito de poder espetacular desenvolvido por Debord só pode ser compreendido se levamos em consideração os vínculos entre poder, espetáculo e o culto às vedetes, às celebridades” (COELHO, 2013 p. 48).

O programa Show da Fé na compreensão debordiana, assume esse papel de vedete do espetáculo da religião e da fé, “a representação espetacular do homem vivo, ao concentrar em si a imagem de um papel possível, concentra, pois, essa banalidade” (DEBORD, 1997, p. 40).

Os participantes do programa de auditório, travestido de ‘culto’, Show da Fé são vedetes do consumo religioso que buscam uma mera semelhança ou identificação com a vida aparente sem profundidade no discurso de empoderamento e sucesso propagado pelo programa. “Embora representem exteriormente diferentes tipos de personalidade, mostra cada um desses tipos como se tivesse igual acesso à totalidade

do consumo, e também como capaz de encontrar a felicidade nesse consumo” (DEBORD, 1997, p. 41).

A segunda definição refere-se ao poder espetacular ‘difuso’, que representa a “americanização do mundo” – escreve Debord em 1988 (DEBORD, 1997, p. 100) e se refere aos países de capitalismo avançado, aqueles países mais fortemente industrializados e tecnicamente equipados onde se deu “o desenvolvimento não perturbado do capitalismo moderno” (DEBORD, 1997, p. 43).

Então, se na primeira, no poder espetacular concentrado, o líder é a vedete e o ditador de seus seguidores por meio do exercício do poder, no poder espetacular difuso, portanto, as mercadorias e as vedetes são intercambiáveis, ou seja, uma inversão de quem exerce o poder. As mercadorias são vedetes, e as vedetes são mercadorias e estão dissipadas socialmente.

Na esteira das reflexões do filósofo húngaro Georg Lukács (1885-1971) em “História e Consciência de Classe” (1920), para quem a forma mercadoria havia se transformado na forma geral da objetividade das sociedades burguesas, para Guy Debord, nas sociedades tardo burguesas, “o espetáculo é o momento em que a mercadoria *ocupou totalmente* a vida social” (DEBORD, 1997, p. 42 *grifo do autor*).

Um dos inúmeros problemas do poder espetacular não está no mundo das ideias perfeitas, parafraseando o filósofo Platão, mas em como exercê-lo de maneira libertadora e salutar.

Como vedete, o agente do espetáculo levado à cena é o oposto do indivíduo, é o inimigo do indivíduo nele mesmo tão evidentemente como nos outros. [...] a vedete do consumo, embora, represente exteriormente diferentes tipos de personalidades, mostra cada um desses tipos como se tivesse igual acesso à totalidade do consumo também como capaz de encontrar a felicidade nesse consumo (DEBORD, 1997 p. 40-41).

Por volta da metade da década de 1960, os situacionistas, já citados na pesquisa, parecem intuir que a lógica alienada típica do trabalho assalariado havia se estendido à totalidade da vida cotidiana, ao conduzirem a luta de classes para os domínios dos lazeres, do urbanismo, da arquitetura e da arte moderna. Na “Sociedade Do Espetáculo” (1997), Guy Debord, incorpora e aprofunda essa intuição ao sustentar uma concepção mais ampla de proletariado, como a “imensa maioria de trabalhadores

que perderam todo poder sobre o uso de sua própria vida” (DEBORD, 1997 p. 81).³⁰ Se na fase primitiva da acumulação capitalista a economia política burguesa visava assegurar ao operário apenas o mínimo indispensável para a conservação de sua força de trabalho, no estágio da abundância mercantil atingido pela sociedade do espetáculo, “esse ponto de vista da classe dominante [...] exige uma colaboração a mais por parte do operário” (DEBORD, 1997 p. 31).

Nesse sentido, o espetáculo refere-se ao momento em que a vida cotidiana se encontra inteiramente colonizada pela economia política burguesa, “como ocupação da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna” (DEBORD, 1997, p. 14). Além disso, nas sociedades dominadas pela forma difusa do espetáculo, ocorre uma ruptura com o “desenvolvimento orgânico das necessidades sociais” (DEBORD, 1997 p. 45), ensejando o surgimento de pseudonecessidades. Nas palavras de Guy Debord, a “satisfação que a mercadoria abundante já não pode dar no uso começa a ser procurada no reconhecimento de seu valor como mercadoria: é o uso da mercadoria bastando a si mesmo” (DEBORD, 1997 p. 44).

Nesse aspecto, considera (FOUCAULT, 1993, p. 236), “de modo geral, eu diria que o interdito, a recusa, a proibição, longe de serem as formas essenciais do poder, são apenas seus limites, as formas frustradas ou extremas. As relações de poder são, antes de tudo, produtivas”. Sobretudo, na sociedade do espetáculo, que é antes a “afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre dessa escolha” (DEBORD, 1997, p. 15).

A teoria debordiana, pretendeu descortinar as aparências e contradições da sociedade do espetáculo. Seja no poder concentrado e pessoal do líder burocrático ou no poder difuso da razão mercantil, Guy Debord via no sistema econômico moderno uma mesma “ditadura efetiva da ilusão” (DEBORD, 1997, p. 138). Percebia, na “falsa oposição” entre “os dois polos do capitalismo existente” (DEBORD, 1997, p. 137), “concentrado” e “difuso”, o produto de uma “divisão das tarefas espetaculares” (DEBORD, 1997, p. 39), protagonizada por “espetáculos concorrentes e solidários” (DEBORD, 1997, p. 41), que não representavam senão “formas diversas da mesma alienação” (DEBORD, 1997, p. 42).

³⁰ No mesmo aforismo, Guy Debord, completa que tal “concepção seria objetivamente reforçada tanto pelo ‘movimento de desaparecimento do campesinato’, como pela ‘extensão da lógica do trabalho fabril’ que se aplica a grande parte dos ‘serviços’ e das profissões intelectuais” (DEBORD, 1997, p. 81).

É nesse sentido que se deve compreender a ironia presente em analogias controversas, como entre o político e revolucionário soviético Josef Vissariónovitch Stalin (1878-1953) e a “mercadoria fora de moda” (DEBORD, 1997, p. 46). Para Guy Debord, os regimes difuso e concentrado, representavam forças simultaneamente antagônicas e complementares de um mesmo sistema complexo, o espetáculo: uma totalidade que compreende a dinâmica da modernidade capitalista em suas variantes burguesa e/ou burocrática. Tal dinâmica conflituosa de aparências e contradições sociais, políticas e econômicas, repousa na universalidade da sociedade do espetáculo: O que obriga os produtores a participarem da construção do mundo é também o que os afasta dela. O que põe em contato os homens liberados de suas limitações locais e nacionais é também o que os separa. O que obriga ao aprofundamento do racional é também o que alimenta o irracional da exploração hierárquica e da repressão. O que constitui o poder abstrato da sociedade constitui sua não liberdade concreta (DEBORD, 1997).

Entende-se, porém, a possibilidade de que as formas concentrada e difusa do espetáculo coexistam em um mesmo regime, quando diz que a forma concentrada pode “ser importada como técnica de poder estatal em economias mistas mais atrasadas, ou em certos momentos de crise do capitalismo avançado” (DEBORD, 1997, p. 43).

A pessoa não é propriedade de outrem. Qualquer tipo de escravidão é um atentado direto contra sua dignidade. O ser humano não é objeto nem um instrumento que pode ser manuseado e depois descartado, manipular a sua liberdade é um grave risco à dignidade humana. Portanto, no caminho dissertativo, dois conceitos de poder espetacular ‘concentrado’ e ‘difuso’ procuraram entender e interpretar, por meio do exercício hermenêutico, os elementos essenciais do desenvolvimento das formações sociais capitalistas e devem antes, porém, contextualizá-los historicamente e socialmente.

CAPÍTULO II

SHOW DA FÉ – O ESPETÁCULO DA RELIGIÃO: REFLEXÕES SOBRE A IGREJA INTERNACIONAL DA GRAÇA DE DEUS E SEU FUNDADOR R.R. SOARES

O objetivo deste segundo capítulo da pesquisa é provocar inquietações e reflexões simbólicas acerca de uma arché³¹ latente da sociedade contemporânea à luz da obra “Sociedade do Espetáculo” (1997) de Guy Debord, refletida no primeiro capítulo, pelos processos midiáticos ou a comunicação como instrumento de propagação da fé, na valorização da produção de consumo de um fenômeno extremamente complexo e paradoxal religioso, que completou nos anos de 2010, exatamente 100 anos de presença histórica, religiosa, cultural simbólica e econômica no Brasil, enquanto ‘movimento pentecostal’, que na florescente sociedade entorpecida pelas carências afetivas de vínculos “ao ver as multidões, Jesus sentiu grande compaixão pelas pessoas, pois que estavam aflitas e desamparadas como ovelhas que não têm pastor” BÍBLIA DE JERUSALÉM (2002).

O Show da Fé busca pelo entendimento de uma sociedade contemporânea, com suas práticas de consumo e a aceitação dos valores impostos pelo fenômeno religioso alienante capitalista, como condição para as realizações mais efêmeras dos seres humanos, que seduzidos pelo ‘poder ter’, acabam deixando seus valores ou substituindo-os, até então, em nome de um discurso de empoderamento, de benção e de prosperidade pela mídia, na busca frenética pelo prazer do ‘aqui’ e ‘agora’ propiciados pela sociedade do espetáculo.

Então, a IIGD busca uma definição de Igreja distante das compreensões corriqueiras de templo físico, como espaço sagrado, que é usado simbolicamente para chegar às pessoas. Assim, a Igreja como mediadora sociocultural tem, por meio da mídia, produzido novas formas de dominação e de dependências culturais na sociedade do espetáculo.

Nesse percurso é interessante pensar sobre o programa Show da Fé, como fenômeno religioso que usa a comunicação e os processos midiáticos na sociedade do espetáculo, como instrumentos de poder e mercantilização da fé promovendo, portanto, nas pessoas uma experiência religiosa como definiria na obra “O Sagrado”,

³¹ Elemento presente em todos os momentos da existência humana e de todas as coisas no mundo; Princípio. ABBAGNANO, NICOLA. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 2007 p.79.

de Rudolf Otto (2007) “*mysterium tremendum et fascinans*”. Isto é, a compreensão da experiência religiosa se dá, fundamentalmente, na experiência fática de vida, ou seja, acontece a partir do contato com o *numinoso*, que causa naquele que faz a experiência, os sentimentos tipicamente irracionais de distanciamento e atração, simultaneamente.

Sendo assim, são indicativas de um posicionamento acerca do que vem sendo pensado a respeito, mostrando, a partir da pesquisa, como a relação entre religião e processos midiáticos são desenhados por meio de posturas políticas, econômicas, históricas, sociais e culturais. Compreende-se, que, embora seja uma questão de fé individual, a religião é vivida na dimensão comunitária, isto é, na sociedade do espetáculo. Portanto, isso a torna um tema para as ciências humanas e sociais, sobretudo e particularmente, para a comunicação.

A reflexão sobre o programa Show da Fé, à luz da obra Sociedade do Espetáculo (1997) de Guy Debord, foi um exercício constante acerca do modo como a pessoa religiosa comporta-se em sociedade, uma vez que o corpo expressa simbolicamente e imagetivamente pelos seus relacionamentos afetivos, criando vínculos culturais e pré-estabelecendo relações simbólicas de poder e consumo num processo das imagens no sistema desumanizado e opressor capitalista.

2.1 Sociedade do espetáculo: Pentecostalismo midiático

As mudanças que ocorreram no âmbito das religiões e dos fenômenos religiosos ou movimentos espirituais, nas últimas décadas no Brasil, e os complexos e paradoxos caminhos plurais sedimentados em uma apropriação e espetacularização da religião, por meio da mídia, tornaram-se reflexões importantes nos espaços científicos, que buscam esclarecer como a religião foi sendo desmistificada pelas instituições e ao mesmo tempo espetacularizada em vista de poderes cada vez maiores e internacionais.

A religião a priori ‘intocável’ pelo sistema capitalista, pode tornar-se seu produto e sua consumidora. Seria um castigo do divino? Ou, uma guerra entre deuses e reis? Ou seja, cada religião, igreja, fenômeno religioso e movimentos espiritualistas, tornam-se, em algum momento da história, extraordinárias marcas da fé e ganham os luminosos outdoors com grandiosas campanhas publicitárias, a ponto de ganhar os palcos e teatros com exuberantes e sedutores espetáculos, em vista do lucro e da

relação mercadológica. “Está fora de questão discutir questões religiosas – exceto, claro, no que diz respeito à mídia -, ou se uma crença está certa ou errada” (MARTINO, 2003, p.10).

Então, a questão não é discutir a fé ou crenças da Igreja Internacional da Graça de Deus, ao contrário, é analisar o programa Show da Fé como produto da RIT-TV que por sua vez é um canal de comunicação da IIGD na sociedade do espetáculo.

Depende do ponto de vista de quem olha. [...] A aparente antropofagia televisiva nada mais é que a lógica do capital: não liberta, mas reprime. O sujeito constitui-se como prisioneiro do imaginário que a TV põe em circulação (HAMBURGER, 2000, p. 10).

Arrolado por um caráter ascético e sectário, o pentecostalismo³² clássico³³ brasileiro foi mostrando, gradativamente, algumas dessas características durante o seu processo de expansão e diferenciação das ofertas religiosas existentes no país, até o início do século XX. A utilização do rádio e, mais recentemente, da televisão, a ênfase nas curas, milagres, interpretações bíblicas fundamentalistas, a ação e personificação da figura simbólica do diabo e a defesa da teologia da prosperidade, são elementos que foram aos poucos utilizados e valorizados por algumas Igrejas pentecostais, sobretudo, aquelas chamadas de ‘segunda onda’ surgidas no país na década de 1950.

O surgimento das Igrejas pentecostais nas oportunidades deixadas e as mudanças sociais, ocorreram não somente por conta dos amplos processos sociopolíticos e econômicos. Essas mudanças foram também decorrentes das experiências humanas que, agindo socialmente, construíram-nas, desencadeando um movimento vivido como tensão e disputas.

³² Grupos religiosos que surgiram de diferentes confissões e Igrejas Protestantes. Desde os princípios do século XX percebe-se um autêntico surgimento de movimentos chamados pentecostais e carismáticos nas Igrejas Reformadas. E a partir da II Guerra Mundial também no Catolicismo Romano. Traços característicos são o emocionalíssimo comunitário e entusiasta em cultos simples e alegres, com uma crença forte nas curas milagrosas. Como surgiram de distintas confissões e Igrejas Protestantes, há pentecostais de Wesley (metodistas), pentecostais batistas, apostólicos, indígenas (cf. SANTIDRIÁN, 1996, p. 387).

³³ Existem outras formas de interpretação para designar este movimento. O pentecostalismo clássico, Bittencourt Filho (1991) usa o termo “pentecostalismo autônomo”. Paulo Siepierski (1997) prefere o termo “pós-pentecostalismo” por reconhecer que este movimento apresenta uma ruptura com o anterior e que o prefixo neo indicaria uma continuidade. Reconhecendo as diferenças com o protestantismo, Pierucci (1996) usa o termo “pós-protestantismo”. Existem ainda outras formas menos usuais, como pentecostalismo mestiço ou sincrético.

A instituição religiosa, enquanto espaço de relações sociais, transcende seu espaço físico de culto. Pela elaboração de representações legítimas e ilegítimas do mundo social, de um universo simbólico de referenciais estruturantes de uma certa visão do mundo, a instituição, com maior ou menor intensidade, é fator determinante de definição de temática privada de seus membros. (MARTINO, 2003, p. 38)

A experiência religiosa e os caminhos de mudança não ocorreram num limbo existencial, isto é, das escolhas religiosas, as ressignificações que as pessoas fizeram de suas condutas, valores e expectativas, processos de desagregação e reconstituição de sentidos, de luta pela sobrevivência material e psíquica, de cura para os males que atingem o corpo e o espírito. Ao contrário, eles se forjaram em meio a carências e expectativas locais, lutas por moradia, emprego, saúde, segurança e pertencimento. “A doença, o desemprego, o alcoolismo, as drogas, a morte de familiares, enfim, todos os tipos de ruptura nas expectativas de comportamento levam o indivíduo a procurar um novo elo de sua corrente de atividades sociais na religião” (MARTINO, 2003, p. 35).

O pentecostalismo forjou um campo de força no interior do cristianismo mundial e, de modo específico, no universo religioso do Brasil. Contudo, quem são os pentecostais? Não se pretende responder essa pergunta e, nem a aprofundar, sobretudo, por não ser esse o objetivo da pesquisa, mesmo reconhecendo e resguardando o devido valor para tal. Todavia, (Passos, 2005) prefere, em decorrência da variedade de grupos, desenhar um cenário a partir de algumas pistas fornecidas por pesquisadores. Alguns pensadores e comentaristas, pressupõem que os pentecostais ou o movimento pentecostal são oriundos dos Estados Unidos, como um movimento religioso do domínio econômico, político e cultural.

Outros justificam suas raízes na clássica Reforma Protestante, iniciada pelo movimento protestantismo, a partir da centralização da pregação na fé individual e organização autônoma. Outros ainda, segundo (Passos, 2005) preferem pensar o pentecostalismo como herdeiros da reforma metodista, de John Wesley, ou seja, do protestantismo inglês do século XVIII. Porém, é perigoso e complexo localizar ou conceituar o surgimento dos pentecostais no mundo e sua chegada ao Brasil, a definição é complicada e divergente até mesmo entre os próprios pentecostais.

O professor antropólogo e historiador (Paul Freston, 1996), entre outros estudiosos, ciente das diferenças internas, não apenas no que diz respeito ao aspecto teológico, mas em relação ao perfil comportamental, embrenhou-se na tentativa de

categorizar o pentecostalismo no Brasil. Para o autor, a vantagem de adotar o modelo de 'ondas' foi de colocar ordem no campo pentecostal, ressaltando a versatilidade do pentecostalismo, seu dinamismo sócio histórico, as marcas ao longo dos anos e, ao mesmo tempo, as chagas que cada Igreja carrega da época em que surgiu.

O modelo de 'ondas' desenvolvido por Freston para organizar o universo pentecostal e o surgimento das Igrejas, apresenta as três ondas assim organizadas, a primeira, na década de 1910 com as Igrejas Congregação Cristã (1910) em São Paulo e da Assembleia de Deus (1911) no Pará, caracterizaram-se pelo dom de falar em línguas e na evangelização dos povos indígenas. A segunda onda, na década de 1950 com as Igrejas Internacional do Evangelho Quadrangular (1951) em São Paulo, O Brasil para Cristo (1955) em São Paulo e Deus é Amor (1962) em São Paulo, provocaram a emancipação dos remanescentes americanos e o domínio paulista dos líderes religiosos. A terceira onda, por fim, teve sua origem em 1970, com as Igrejas Universal do Reino de Deus (1977) no Rio de Janeiro, a Internacional da Graça de Deus (1980) no Rio de Janeiro.

Essas Igrejas dedicaram-se a propagar a teologia da prosperidade e o discurso do milagre e da cura, sobretudo, pelo discurso de empoderamento. Seus objetivos foram o enriquecimento e o acúmulo de capital, por meio da comercialização da fé e da religião, pelos diferentes produtos ofertados. Foram as responsáveis por provocarem o êxodo das Igrejas dos templos físicos, para os templos eletrônicos e midiáticos, como o rádio e a TV, bem como, na contemporaneidade, as redes sociais. Pensando, sobre essa polarização e disseminação da espetacularização da religião e da fé, como produtos a serem consumidos pelas pessoas, o sociólogo britânico e estudioso dos movimentos culturais e antropológicos do universo televisivo, Ellis Cashmore, afirmou:

A televisão fascina e assusta. Suas mensagens parecem querer ocupar todas as frestas e poros da sociedade. Os conceitos de tempo e espaço se relativizam, o mundo fica menor, o que era distante fica próximo, as possibilidades de cooperação e solidariedade aumentam. Isso é fascinante. Ao mesmo tempo, o poder político e econômico dos que detêm o controle da TV cresce assustadoramente. A sociedade se vê diante de uma força brutal que tenta impor valores éticos e padrões culturais de um grupo para todo o conjunto social (CASHMORE, 1998, p. 7).

Dentre as Igrejas da terceira onda, citadas anteriormente, evidenciou-se a Igreja Internacional da Graça de Deus, estritamente brasileira e carioca, seu líder

carismático e fundador R.R. Soares,³⁴ caracteriza-se pelo discurso que enfatiza o combate espiritual, difundindo a crença de que o cristão deve ser próspero, a cura física e emocional, além de resolução de problemas familiares, afetivos e de sociabilidade, tornando, assim, os cultos em grandes shows e espetáculos da fé.

As 'ondas' pentecostais nos períodos indicados por Freston, podem ser sintetizadas mostrando que, a primeira onda, nos anos 1910, foi o momento da evidência mundial e expansão do pentecostalismo para todos os continentes; a segunda, nos anos 1950, iniciou-se quando a urbanização e a formação da sociedade de massa possibilitaram um crescimento pentecostal, que rompeu com as lideranças americanas; a terceira, em 1980 começou após a modernização, a pregação e a ritualística pentecostal que insistiam em uma invasão do sagrado, em todas as áreas da vida da pessoa, como saúde, dramas amorosos, finanças, contra feitiços, desejo de posse, entre outros.

Fato é que, após o nascimento, o indivíduo entra em contato com o universo afetivo simbólico e cultural com a figura materna ou quem a exerce na situação. Doravante, esse contato simbólico afetivo e sensorial, é com a televisão³⁵ vendo, ouvindo sobre ela. Torna-se difícil, portanto, para o adulto, desmistificar essa imagem construída no 'mono mito' jornada do herói, desafiadora, positiva e bela, que realizava de uma certa forma, todas as fantasias e desejos afetivos. Esses são, antes de tudo, anseios da vida 'profana' que encontram acolhida no discurso institucional, aproximando o sagrado do profano, da experiência religiosa.

Na tentativa de compreender o pentecostalismo pelas classes sociais, o sociólogo e teólogo, bem como, ex-frade dominicano, Francisco Cartaxo Rolim³⁶ (1985) também fez críticas às leituras funcionalistas do pentecostalismo. Apoiando-se em referenciais marxistas, (Rolim, 1985) vê o pentecostalismo, não como resposta à anomia, mas aos interesses de classe das camadas mais pobres. Tanto como resposta à situação de indigência, causada pela opressão econômica e social, assim como, ao descobrir as aspirações profundas das classes populares, busca demarcar seus lugares, com exigências de participação dando prosseguimento aos sinais de mudança.

³⁴ Romildo Ribeiro Soares, nasceu em 06/12/1947 em Muniz Freire/ES.

³⁵ Televisão é compreendido aqui a partir dos mais diferentes programas assistidos.

³⁶ Rolim traz um dado sócio-histórico interessante da interferência pentecostal no movimento operário do início do século XX, em referência as greves deflagradas em várias regiões do país.

Na compreensão do paraguaio Juan Díaz Bordenave (1926-2012) comunicólogo e teórico da educomunicativo, escrevendo inúmeras obras de comunicação, sobretudo, abordando as relações entre sociedade e comunicação, escreve:

É próprio da comunicação contribuir para a modificação dos significados que as pessoas atribuem às coisas. E, através da modificação de significados, a comunicação colabora na transformação das crenças, dos valores e dos comportamentos (BORDENAVE, 1989, p. 92)

Na sociedade do espetáculo, isto é, na contemporaneidade, presencia-se, mais que em qualquer outra época, uma expressiva produção midiática religiosa e a materialização do transcendente. As Igrejas pentecostais, em particular, a Igreja Internacional da Graça de Deus, com o programa de TV Show da Fé, percebeu a lacuna deixada pelo Estado, na desassistência das políticas públicas, e começou a oferecer, por meio do programa de TV, as demandas temporais e existenciais para as pessoas desassistidas em suas necessidades físicas e afetivas.

Na compreensão de (Rolim, 1985) o pentecostalismo aborda a questão religiosa a partir do conceito marxista de dominação, produção e de organização dos adeptos da Igreja, em particular, IIGD por classes sociais, divergindo, segundo o autor, da compreensão corriqueira e espiritualizada do fenômeno religioso pentecostal. A grande questão do universo particular, pentecostal é a dialética existente entre as estruturas e as classes sociais, ou seja, relações de produção e consumo.

As Igrejas pentecostais e o objeto desta pesquisa – Show da Fé – não estão à margem dessa lógica marxista de classes sociais e da relação de produção e consumo. Todavia, o programa Show da Fé, enquanto realidade religiosa vivenciada pelos seus adeptos, é cumpridora de serviços sociais e promotora de vínculos e relações simbólicas afetivas.

Desempenha determinadas funções sociais sem sofrer nenhum determinismo, isto é, sem ser reduzida ao nível econômico e é vista não apenas como transcorrendo na sociedade, mas como componente organicamente inserido nela. A religião nem é efeito nem reflexo da estrutura econômica, mas dela depende socialmente, sem perder, com isso, suas leis próprias e internas (ROLIM, 1985, p. 135).

O grande avanço da IIGD e de seu fundador R.R. Soares na mídia, sobretudo na TV, deve-se ao que (Freston, 1993) acentua na abertura do mercado midiático nacional, que deixa de importar programas do mercado americano, para produzir

programas nacionais. Essa importante mudança, ocorrida por volta dos anos 1970, possibilitou o surgimento de uma mídia, a princípio, exclusiva para os pentecostais, portanto, atendendo a demanda e suprimindo a lacuna deixada pelo estado anteriormente citado. “Apropria-se da cultura e dos processos midiáticos não só para atualizar a existência dos velhos templos, mas também para construir sua presença via novos processos de disputa de sentido” (NETO, 2004, p. 164).

R.R.Soares percebendo o avanço midiático e a adesão de seus membros a essa *‘nova evangelização’* investiu nessa estratégia midiática e simbólica, pois nesse *‘novo ou algo a mais’* você não *‘precisa necessariamente’* de ir à igreja, enquanto espaço físico, para ser ouvido, atendido e receber uma bênção ou um milagre, a Instituição IIGD, por meio do Show da Fé, entra em sua casa e participa da sua intimidade familiar, pela mídia e seu discurso de empoderamento, que gera, nas pessoas *‘assistidas’*, um sentido de pertença, isto é, vínculo e construção simbólica.

A igreja e o missionário³⁷ R.R.Soares não são assumidos na dimensão espaço e tempo, ao contrário, estão na casa das pessoas, participam da intimidade das famílias, portanto, ao entrar na casa de milhares de pessoas a partir do programa Show da Fé, participam da construção simbólica da sua história, bem como, da construção afetiva dos relacionamentos e perturbações emocionais, fazendo parte do imaginário espetacularizado de vitória e sucesso. Portanto, prestação de serviço personalizado. “As estratégias midiáticas ensinam aos seus consumidores não apenas algo para escutar, mas também para olhar, tocar e sentir” (NETO, 2004, p. 165).

As mudanças e as transformações da cosmovisão religiosa inseridas na sociedade do espetáculo, que se reinventa a todos os momentos da história humana, conferindo novos desafios e enfoques, não seriam por si só uma grande novidade, até mesmo, porque a pós-doutora professora e historiadora Karina Kosicki Bellotti, por meio das pesquisas em história da mídia, história das religiões, história contemporânea, identidade e estudos culturais acena para que:

³⁷ Expressão de autoapresentação usada pelo R.R.Soares.

No início dos estudos de religião, no século XIX, houve a preocupação de estabelecer qual a relação entre religião e sociedade, em determinar as delimitações entre sagrado e profano; entre os aspectos racional e irracional da religião; entre suas expressões públicas e privadas. Atualmente, privilegia-se o *diálogo* entre essas fronteiras antagônicas e entre expressões religiosas individuais/coletivas e instâncias sociais diversas. Ao campo histórico cabe o trabalho de analisá-las, a fim de produzir um conhecimento que estimule uma visão mais ampla sobre a religião enquanto fenômeno demasiadamente humano, que permita promover diálogos e entendimentos em nossa sociedade contemporânea (BELLOTTI, 2011, p. 13).

Essa autora define religião como um conjunto de práticas e representações sociais que se revestem de caráter sagrado e imagético, porém, o sociólogo (Pierre Bourdieu, 1998) aborda a religião como linguagem, isto é, sistema simbólico de comunicação e de pensamento. Desta forma, ela torna-se uma força estruturante da sociedade, pois opera a sua ordenação ao assumir a produção de sentido e construir experiências.

Torna-se necessário e relevante investigar as mudanças e transformações, pelas quais tem passado o campo religioso brasileiro, que possibilitaram, assim, a formação de movimentos de tipologia denominada pentecostais, ancorada na projeção de líderes considerados carismáticos. A noção de representação, enquanto conceito, ganhou importância para situar devidamente o fenômeno religioso como objeto historiográfico.

A pesquisadora e historiadora Sandra Jatahy Pesavento (2005) em diferentes estudos sobre a formação de classes sociais e as relações econômicas, entre elas numa leitura marxista, afirma que as representações construídas sobre o mundo, não só colocam no lugar dele, como fazem com que os homens percebam a realidade e pautem a sua existência. São matrizes geradoras de conduta e práticas sociais, dotadas de força integradora e coesiva, bem como explicativa do real. Indivíduos e grupos dão sentido ao mundo por meio das representações que constroem sobre a realidade.

2.2 R.R. Soares e a Igreja Internacional da Graça de Deus: o programa Show da Fé como espetáculo da religião

No decorrer da história das religiões, o discurso sobre as experiências com o transcendente, assume particularidades e práticas próprias do seu tempo. Se por muito tempo a história viu os homens se submeterem à vontade do céu, na contemporaneidade comunicacional religiosa, a história vê as pessoas submeterem os céus à sua vontade. Transcorridos os mais de 100 anos do movimento pentecostal no Brasil, percebe-se o quanto esse fenômeno antropológico-religioso, social e cultural é no pensamento de Rudolf Otto “*numinoso, mysterium tremendum, orgé*” (1985). O que potencializa esse fenômeno religioso é justamente o caminho de compreendê-lo, não apenas enquanto fenômeno exógeno e se constituir como produto social, e pensá-lo na condição de manifestação cultural, entretanto, traz a lume, outras possibilidades que não apenas a cosmovisão *das práxis* das crenças frente aos valores e *práxis* sociais.

Mais que compreender as práticas discursivas, a relação de poder e representação expressas por meio da mídia, a busca pelo que constitui a verdade e como isso se relaciona com o modo de existência do processo de produção social do ser humano no campo do religioso na contemporaneidade, é o que importa. Uma vez que, mais do que em qualquer outra época, associa-se a espetacularização da fé materializada em uma quantidade de produções midiáticas, até então, impensáveis, e dentre elas a Igreja Internacional da Graça de Deus, como: TV confessional; Programas de TV em emissoras ‘seculares’; Blogs; Sites; Jornais; Revistas; Podcasts; Redes Sociais; Rádios; enfim, representam uma rede de comunicação efetiva de conteúdos criados por profissionais em grande parte ligados a comunicação ‘secular’.

Pergunta-se, portanto, se a IIGD seria uma Igreja americanizada brasileira “sustentada na retórica dos pastores, a Igreja eletrônica mostrou-se um instrumento de convencimento e conversão mais eficaz que templos e Igrejas” (SANTOS, 2004 p. 172). Diante da realidade apresentada percebe-se que um dos avanços do pentecostalismo e o sucesso do R.R. Soares a frente do Show da Fé e de sua IIGD, justifica-se, pela presença em mais de 10 países, dentre eles a África do Sul e nos 27 estados da federação, dentre eles o Rio de Janeiro, com mais de 25 municípios, e o

Estado de São Paulo, com mais de 60 municípios, assim, são mais de 2 mil templos físicos espalhados pelo mundo³⁸.

Quantos são os 'templos' virtuais? Uma vez que, inúmeras pessoas recebem a IIGD através da sua RIT-TV por meio dos seus programas, sobretudo, o de maior audiência Show da Fé, sem nunca terem ido à Igreja física. Isso porque há a personificação por meio da comunicação e cultura midiática, na condição de mediadora. A IIGD³⁹ fundada na década de 80 por R.R.Soares⁴⁰ é uma das igrejas que mais cresce midiaticamente, tendo assim, uma grande visibilidade no Brasil. Assim, influencia pessoas pelo Brasil e pelo mundo, com os ensinamentos próprios do universo pentecostal. Discursos de milagres e prosperidades são corriqueiros nos programas, sobretudo, porque o nível ideológico da estrutura religiosa pentecostal não é uniforme, mas está entrecortado pelas contradições das classes sociais, que imprimem à estrutura, a relação de dominação/subordinação, típica da sociedade do espetáculo capitalista, que por sua vez, recria e alimenta a indústria cultural.

O caminho do sucesso e da prosperidade do líder R.R.Soares, frente à igreja IIGD, e principalmente, ao programa de maior sucesso, não são frutos do acaso. Remonta-se a história de uma criança de família pobre, que venceu na vida ou uma releitura da jornada do herói. Sua história é contada pelo próprio R.R.Soares, em programas e disponível em todas as plataformas digitais.

³⁸ Disponível em: http://ongrace.com/portal/?page_id=26247 acesso em 12 de maio de 2017.

³⁹ Igreja Internacional da Graça de Deus. A Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD) é um ministério brasileiro reconhecido pelo programa de televisão "Show da Fé", apresentado pelo fundador da denominação, Missionário R. R. Soares. O livro "Curai enfermos, expulsai demônios", do norte-americano T. L. Osborn (2000), foi um marco na vida ministerial de R. R. Soares. Após sua leitura, o Missionário compreendeu – e passou a praticar – a doutrina da determinação. Através dela, a Igreja entende que não se deve pedir as bênçãos de Deus, mas reivindicá-las, uma vez que elas já foram dadas a toda a humanidade por meio da obra que Jesus realizou na cruz. A partir de então, bênçãos sem medidas começaram a alcançar o ministério da Igreja da Graça. Hoje, a IIGD está presente em todo o Brasil e em países como Estados Unidos, Portugal, Índia, África do Sul e Japão, levando a Palavra de Deus e pregando a salvação. Conforme, o site oficial da IIGD *OnGrace* disponível http://ongrace.com/portal/?page_id=7 acesso em 20 de jan. 2018.

⁴⁰ Romildo nasceu em 06/12/1948 na cidade Muniz Freire- ES como já foi falado, segundo o próprio fundador, sua conversão aconteceu ainda enquanto criança, isto é, aos 6 anos de idade; quando participava de um culto na igreja presbiteriana em sua cidade de origem. Quando, em 1958 aos 11 anos de idade na cidade de Cachoeiro de Itapemirim, um primo perguntou se o Romildo conhecia TV, entretanto, o mesmo disse que não sabia o que era. Nessa ocasião havia uma loja na cidade vendendo televisores, ao chegar naquela loja deparou-se com várias pessoas olhando e admirando a TV, outras pessoas emocionadas pelo que está vendo. Ficou tão impressionado com as atitudes das pessoas em relação a televisão que exclamou: Jesus, como esse negócio de televisão é bom. Como naquela ocasião não havia quase ninguém falando de televisão o mesmo decidiu-se seguir esse caminho mesmo, sendo pobre, sapateiro por profissão e seu pai era pedreiro.

R. R. Soares cresceu em Muniz Freire, interior do Espírito Santo. Quando criança, durante uma visita à cidade vizinha, ele viu, pela primeira vez, um aparelho de TV na vitrine de uma loja. Ao perceber que uma multidão estava parada em frente ao estabelecimento, completamente fascinada pelo que via através daquela tela, ele fez uma oração: “Ninguém está usando esta nova invenção para falar do Senhor, meu Deus. Dê-me os meios e a oportunidade, e eu estarei naquela tela falando do Seu amor”. Em abril de 1964, R. R. Soares chegou ao Rio de Janeiro. Quatro anos mais tarde, ele sentiria o chamado de Deus. Para atendê-Lo, teve de abandonar seu sonho de se tornar médico e deixar de lado a bolsa de estudos que havia conseguido em uma universidade de Moscou. Em novembro de 1977, por meio de seu programa exibido na extinta TV Tupi, R. R. Soares iniciou o maior trabalho de evangelismo já visto em um canal brasileiro de televisão. Outro sonho, então, nasceu em seu coração: falar de Jesus durante o horário nobre da TV. Mesmo que os custos fossem altíssimos, em dezembro de 1997, pela primeira vez na televisão brasileira, alguém falava de Cristo durante o horário nobre. Milhões de pessoas foram salvas pelo poder de Deus, e milagres começaram a acontecer durante seu programa, o “Show da Fé”. A manifestação de seu poder era evidente através da libertação e da cura de várias doenças. Cumpria-se, então, a Palavra que Deus havia falado ao seu coração quando recusou a bolsa de estudos para atender ao chamado ministerial: como pastor, ele seria usado para curar muito mais pessoas, e ainda as levaria para o céu. (*Disponível em:* <http://ongrace.com/portal/?historia=r-r-soares> aceso em 20 de jan. 2018).

R.R.Soares, influenciado pelo missionário Thomas Lee Osborn, por meio da sua obra best-seller “Curai enfermos e expulsai os demônios” (2000), aprendeu sobre a teologia da prosperidade e do determinismo, não segundo o modelo filosófico de Hegel, mas no sentido de que se deve pedir as coisas para Deus com determinação e Ele as dará sem reservas. Sendo assim, o discurso do R.R.Soares, por meio do seu programa carro chefe, da emissora RIT-TV e reproduzido em outras como a TV Bandeirantes e Rede TV, – Show da Fé⁴¹ – demonstra a espontaneidade e emoção

⁴¹ Disponível em: http://ongrace.com/portal/?page_id=31244&link=sobre “O Show da Fé é um programa de televisão apresentado e dirigido pelo Missionário R. R. Soares. É gravado durante os finais de semana, na Sede Estadual da Igreja Internacional da Graça de Deus em São Paulo, e a participação do público é gratuita. O programa é direcionado a quem deseja ter uma vida direcionada pela Palavra de Deus, independentemente da religião, idade ou sexo. **Objetivo:** O objetivo do Show da Fé é levar o Evangelho de Jesus Cristo aos quatro cantos do mundo. Sustentado pela fé e contribuição dos patrocinadores, o programa dá frutos diariamente: vários testemunhos são recebidos por cartas e e-mails, dentre outros meios. **Conteúdo:** Através da inspiração divina e baseado nas Escrituras Sagradas, durante o programa o Missionário Soares ensina, de maneira clara e simples, a importância de se crer em Cristo e obedecer e seguir Seus mandamentos. Além da ministração da Palavra de Deus, o Show da Fé traz atrações musicais da Graça Music, como Bruna Martins, David Soares, Dayane Damasceno, Fabiano Motta, Fernandes Lima, Pr. Jayme de Amorim Campos, dentre outros. Além destes, outros quadros diários integram o programa: Novela da Vida Real; pergunte ao Missionário; Abrindo o Coração e Missões em Foco; Às quintas-feiras, é exibido um episódio da série de desenho animado “Midinho, o pequeno missionário”. **Equipe Técnica:** A equipe técnica do programa

quando fala dos milagres que Deus tem para você que é fiel, portanto, o exercício maquiavélico do discurso está, justamente, na capacidade de materialização da fé e da religião, ou seja, a destranscendentalidade. Subvertendo a lógica religiosa clássica, transferindo-a para a experiência empírica do imediatismo.

A maneira acrítica com que foi incorporada pela maioria dos estudiosos preocupados com o tema [...] ao longo dos anos acabou por condenar a “indústria cultural”, enquanto conceito, a carregar o fardo do determinismo: quase todos que a utilizam o fazem como se os meios de comunicação de massa fossem instrumentos de controle e manipulação do pensamento coletivo que representam monoliticamente a ideologia dominante absorvida de forma passiva e ordeira por uma ignara massa de espectadores alienados. [...] Adorno e Horkheimer estavam corretos quando afirmavam a transformação do produto cultural em simples mercadoria em busca de seu espaço no mercado de consumo. Só que não há razão para escandalizar-se por isso. [...] Se todos os demais produtos no capitalismo são fabricados em série, através da divisão social do trabalho sofisticada, para consumo em larga escala, como poderia ser diferente com os bens culturais? No interior da indústria cultural há a presença permanente de contradições [...] que [...] existem tanto no momento de produção como no de recepção de um produto [...] cultural e que ele, assim, nem representa uma manifestação monolítica da ideologia burguesa nem é consumido pela audiência de forma uniforme e passiva” (SILVA, 1985, p. 20-21).

O discurso do programa Show da Fé, no primeiro momento, é direcionado às classes sociais mais empobrecidas, dando a elas, no plano religioso, o discurso do empoderamento e a capacidade de mudança de estado de vida, com a capacidade de cura das doenças e progresso financeiro. Todavia, percebe-se que o programa, não está focado, na contemporaneidade, apenas das classes emergentes, mesmo servindo-se delas, em benefício próprio, como os profissionais: pintores, pedreiros, eletricitistas dentre outros, na construção de seus templos. “Pontilhando o território nacional de templos-sedes, de outros menores e de salões. [...] somavam cerca de 267. Quarenta anos depois já eram mais de onze mil” (ROLIM, 1985, p. 67). Portanto, mão de obra barata ou de ‘graça’⁴².

Na atual circunstância, o programa Show da Fé, chega às classes sociais média e alta, por meio de congressos e acessórias para empresários, artistas, atletas, músicos e profissionais liberais. Esses avanços pretendidos pelo programa Show da

conta com cinegrafistas, diretores, editores, jornalistas, produtores e sonoplastas. Além dos colaboradores em São Paulo, há o apoio das equipes de Curitiba/PR, Porto Alegre/RS, Rio de Janeiro/RJ e Salvador/BA”. Acesso em: 04 de março de 2017.

⁴² Não é de graça, o membro da Igreja que doa o seu tempo e serviço – mão de obra – para a igreja recebe as recompensas materiais de Deus ainda nesse mundo por conta da sua fidelidade.

Fé, partem de um pressuposto intrínseco à vida, pois, o pressuposto religioso é a defesa da vida, numa cosmovisão da sensibilização dessas pessoas de classe alta, do ponto de vista econômico, em troca de benefícios e patrocínios. Ensinando a esses que, os filhos de Deus têm direito a ter o melhor na vida, pois são filhos do Rei. Quando não alcançam as bênçãos e graças desejadas, a responsabilidade é do próprio fiel que não teve fé ou porque deixou o demônio agir em sua vida.

A religião surge como forma de o homem adquirir novamente o status de “vencedor” que lhe foi tirado por fatos alheios à sua vontade. A frequência a uma instituição religiosa permite ao fiel nortear-se novamente, adquirindo novas forças para fazer com que sua vida retorne ao fluxo normal, superando os fatores de desequilíbrio. A crença no poder de Deus é transferida para a crença no “poder” de determinados elementos dentro da instituição – geralmente os que tiveram uma “revelação divina”, isto é, algum contato objetivado em experiência sensorial, com Deus (MARTINO, 2003, p. 36).

O grande feito da IIGD, através do seu programa Show da Fé é, justamente, trazer para dentro, os que estão fora desse ciclo pentecostal, entendendo que a religião, dentre tantas outras formas de expressão, seja capaz de exercer uma função importante na formação da identidade de uma pessoa, de um grupo social e de uma nação. Então, o que fazer com os que estão fora do programa de TV? Trata-se, portanto, de estabelecer o ‘diálogo’? Ou, de ter atitudes humanizadas de acolhida e respeito? “Mais do que qualquer diferença entre crenças, o que seria um problema religioso, o cenário que se desenha é político: como viver com quem pensa diferente de mim?” (MARTINO, 2016, p. 13).

Não se trata, porém, de uma nova mudança no universo religioso, mas de um olhar atento e contextualizado da realidade humana, porque novas são as realidades que desfilam diante da população, já que os princípios não envelhecem. Todos são protagonistas de uma nova época. Pensando assim, não se pode reduzir o fenômeno religioso, Show da Fé, puramente à mídia. Trata-se de uma tendência, dentre tantas existentes, mas nem por isso a mais importante, porque, as mídias se transformam sempre mais em poderes, na política, na econômica e na vida social. Todavia, é importante considerar esse fenômeno, enquanto aspecto antropológico, sociológico, cultural e simbólico. Portanto, um novo modelo epistemológico de sistematizar e estruturar a vida social.

Assim, está-se diante de uma ‘nova mídia’, Show da Fé, que apresenta e exige do pesquisador um olhar atento para os desafios analíticos sempre crescentes. Não

é salutar, para a ciência, uma visão puramente pragmática e reduzida de ‘aquisição, uso e profissionalização’ sem a análise das interferências que a ‘nova mídia’⁴³ provoca na vida pessoal afetiva e social. A prudente ciência e o método da compreensão adotados por algumas correntes da comunicação, devem considerar a reflexão aberta e possível para a conversa interdisciplinar, nessa sociedade do espetáculo alimenta a indústria cultural.

Pesquisar as interseções entre mídia, sociedade e religião significa ter em mente essa pluralidade, e lembrar que conceitos, teorias e ideias precisam acompanhar, na medida de suas limitações, as mudanças de seu objeto. É o que vem acontecendo com os estudos sobre mídia e religião (MARTINO, 2016, p. 15).

Falar do programa ‘Show da Fé’, como espaço sociocultural para realizar a evangelização na sociedade do espetáculo, significa compreender, sobretudo, um contexto de sociedade, que se transforma numa velocidade alucinante, marcada pelos avanços tecnológicos, em especial pelo momento digital, que provoca mudanças sociais e de costumes, em que o mundo dos shows e espetáculos, apresentam-se como uma área de grande importância a ser refletida pela comunicação.

Esse desafio pelo entendimento, na contemporaneidade, é salutar aos olhos, sobretudo, porque esses movimentos atuam justamente nos espaços deixados pelas instituições do estado, portanto, as instituições religiosas elencam políticas de atendimento, convertendo a cultura midiática na esfera, em que as demandas existenciais das pessoas serão transformadas para os fins instrumentais das próprias instituições. Nesse sentido, a cultura midiática passa a servir como farol, para as instituições e suas estratégias de mercado religioso simbólico.

⁴³ “Houve uma passagem de estudos interessados nos ‘efeitos’ da mídia sobre a religião para a ‘construção dos significados’ pelos indivíduos diante das relações entre mídia e religião. (WHITE, R.A. The media, cultura, and Religion Perspective. *Communication Research Trends*. Volume 26 (2007), n 1-3).

A cultura sabe e diz por si mesma até os mínimos detalhes que é cultura. Ela constrói suas próprias distinções, históricas ou nacionalmente comparativas – primeiramente com gestos de superioridade da própria cultura em comparação com outras; hoje, com concessões abertas ou indiferentes a uma variedade de culturas. [...] a opção da moda por cultural diversity [diversidade cultural] legitima ao mesmo tempo uma atitude básica conservadora em relação à própria cultura e uma relação apenas turística com as demais. [...] cultura como reformulação completa de todos e de cada um como sendo um signo para cultura, é um produto e ao mesmo tempo o álibi dos meios de comunicação (LUHMANN, 2005, p. 142).

Nesse aspecto simbólico, os mecanismos usados ensejam, aos seus consumidores, não apenas algo para escutar, ao contrário, para tocar, olhar e sentir. Ou seja, desatam a experiência religiosa com o transcendente, submetendo-a a um método capitalizado e ideológico. Nesse aspecto, “um programa religioso na televisão ou on-line, já sei, de antemão, o que esperar. [...] espero uma mensagem própria de minha crença, que vou interpretar conforme minhas convicções e minha situação atual” (MARTINO, 2016, p. 65). Revelando, portanto, que o universo pentecostal não é expressivo apenas no aspecto religioso, mas também nos aspectos econômicos, políticos, culturais, assistenciais e midiáticos.

A partir dos ensinamentos fundamentados em milagres e prosperidades, do programa Show da Fé, que conduz o fiel por ferramentas ideológicas capitalistas, quando a pessoa ou o patrocinador é conclamado a tomar posse da benção, pois, segundo as doutrinas particulares da IIGD, as pessoas que congregam e são fieis têm direito de ter o melhor de tudo, pois são filhos do rei⁴⁴. “Os meios de comunicação, com suas contínuas construções de realidade, acabam destruindo o entendimento até hoje dominante de liberdade” (LUHMANN, 2005, p. 143). Quando um telespectador, do programa Show da Fé, não alcança o milagre ou a prosperidade desejada, as justificativas são: por motivos de ausência de fé ou por que a figura simbólica materializada do satanás não está permitindo. Como o pentecostalismo é um espaço marcado por contradições e oposições, “apelar para a força do Espírito é uma forma de contestar e de rejeitar a precariedade da existência na sociedade” (ROLIM, 1985, p. 78).

Incluindo, além de seus fiéis adeptos, os empresários, atletas, músicos, artistas, políticos e boa parte da classe média e alta pelo discurso da prosperidade.

⁴⁴ Expressão usualmente comum entre os membros da IIGD para designar a filiação com Deus.

“A ‘inocência’ social dos meios de comunicação, seu caráter inofensivo, baseia-se no fato de que eles não forçam ninguém a nada” (LUHMANN, 2005, p. 144).

Diante dessa realidade, pergunta-se: o campo midiático expressa a fé ou a fé é manifestada pelo campo midiático? Sobretudo, porque os púlpitos e símbolos sagrados foram transferidos para o espaço comunicacional, no sentido da institucionalização e propagação da palavra profética nas plurais mídias. Entretanto, acredita-se que o apogeu do fenômeno religioso, Show da Fé, na contemporaneidade, esteja estritamente relacionado com sua personificação por meio da comunicação e cultura midiática ou mediatizada enquanto robusta estrutura mediadora.

Os meios de comunicação, portanto, não são meios no sentido de transportarem informações dos que sabem àqueles que não sabem. Eles são meios à medida que disponibilizam um saber de fundo e continuam sempre a desenvolvê-lo; um saber que se pode tomar como base na comunicação (LUHMANN, 2005, p. 115).

O discurso midiático da mensagem de fé é expresso em diversas denominações religiosas, contudo, na Igreja Internacional da Graça de Deus, do pastor, jornalista, advogado e decano dos televangelistas brasileiros R.R. Soares, que mantém seu império há mais de 25 anos no ar, por diferentes emissoras e por diferentes mídias, desde a extinta Rede Tupi, o programa de auditório ou culto espetacularizado, Show da Fé, permite mudar o sentido das perguntas, de modo a interpretar o fenômeno, na tentativa de se despir de pré-conceitos e de visões que possam ser demasiadamente incisivas e conclusivas.

A discussão endógena sobre comunicação e evangelização põe em questão essa estratégia e, ao mesmo tempo, como ela assentada na cultura, no consumo, no vínculo e na espetacularização da religião, não deixa de construir um elemento produtor de valores e sentidos para as pessoas vinculadas a essa instituição IIGD, em particular, numa demonstração da complexidade do fenômeno.

Assim, R.R. Soares, o pastor, líder carismático e fundador da IIGD, é o evangélico que está há mais tempo no ar: desde os anos 70. Após passar por diferentes emissoras, dirige sua própria TV, desde 1999, a RIT-TV⁴⁵, com oito emissoras e 62 retransmissoras. Em 2003, passou a transmitir programa diário de uma hora, veiculando em horário nobre, na Rede Bandeirantes, comprado pela IIGD, o Show da Fé, e além de possuir horário diário, aparece também no matutino. A

⁴⁵ Rede de Televisão Internacional.

ampliação e presença da IIGD na mídia, inclui ainda a propriedade de emissoras de rádio nas faixas AM e FM, a Graça Editora, Graça Music – gravadora, Revista Graça, Revista Show da Fé e da Revista Graça Teen, o portal OnGrace, são veículos midiáticos de disseminação desses produtos. A coleta de ofertas para o programa, a venda de publicações e o convite para participar de cultos na IIGD, são outros ingredientes da programação, que recentemente vem rendendo-se ao mercado, cedendo espaço à apresentação de cantores em evidência, nas principais gravadoras de músicas gospel.⁴⁶

O que era próprio da existência humana, tornou-se representações ideológicas. Com o marco da espetacularização da religião e da fé na sociedade, o homem contemporâneo, antepõe a imagem à realidade empírica. Por transformar comportamentos, valores, estruturas e estratégias, a disseminação das novas economias da informação, no universo contemporâneo, traz à tona novos desafios e problemas para a humanidade. Ao mesmo tempo em que as tecnologias e economias da informação abrem numerosas possibilidades de atuação e, por isso, mais oportunidades, elas também possibilitam o surgimento de práticas profundamente questionáveis no âmbito da ética e da moral. Constroem uma cultura ideológica paradoxal, isto é, a cópia, o provisório, a aparência, a representação e a ilusão.

As simulações e testemunhos ao tempo que representam a realidade de muitas mulheres pobres, trabalhadoras, desempregadas, mães ou esposas de alcoólatras, dependentes químicos, agredidas, abandonadas, ou aliadas dos companheiros nos empreendimentos de sucesso vão dando explicações do estranho destino que é vivido pelas “personagens reais”, bem como possibilitam reelaborações desses destinos (FRANCISCO, 2014, p. 284)

Seguindo os passos de sua concorrente direta, a IURD - Igreja Universal do Reino de Deus, com suas faraônicas produções de filmes e novelas bíblicas, R.R. Soares planeja⁴⁷ a inserção de filmes religiosos de sua autoria na grade de programação. A busca por alcançar cada vez mais o público, por meio da linguagem midiática, R.R. Soares contextualiza-se com o que Debord escreveu sobre a sociedade do espetáculo. Sabe-se que o povo brasileiro tem grande tendência e apego por telenovelas, e não será nenhuma surpresa, quando emissoras como a RIT-TV do

⁴⁶ Informações prestadas nas visitas de campo realizadas durante a pesquisa e disponível em: www.ongrace.com acesso em: 08 de jun. 2017.

⁴⁷ Informação de obreiros ligados a IIGD.

R.R.Soares, investirem em contratação de atores e atrizes de emissoras como GLOBO ou da concorrente RECORD, para a produção de novelas com temas religiosos, visando à conversão e a exploração do marketing para seus produtos. “Estes movimentos remetem a traços culturais característicos das formas de transposição do vivido pelos telespectadores para as encenações narradas na TV” (FRANCISCO, 2014, p. 281).

O espetáculo era algo na esfera do extraordinário e do efêmero, agora, potencialmente, está onipresente, onipotente e onisciente no espaço e no tempo, afetando radicalmente o cotidiano das pessoas. “A inclusão faz-se assim pela exclusão da grande maioria... além disso, é através das igrejas locais que se vai moldando a conduta aos padrões de obediência e de submissão” (ROLIM, 1985, p. 112).

A instituição religiosa IIGD, a partir do programa Show da Fé como mediação sociocultural tem, através da mídia, um papel importante em fazer florescer novas formas de dominação e de dependência culturais, mas isso não significa que é impossível entendê-las, suas consequências e como as pessoas apropriam-se disso e os reflexos em sua subjetividade.

O programa, Show da Fé, atua diretamente como mediador sociocultural e introduz novos sentidos no aspecto social, e novos usos sociais dos meios de comunicação. Essa questão é tão complexa e malsinada, que a IIGD envolveu-se com a política, para preservar seus interesses midiáticos entre a classe política do país, conquistando os políticos mais importantes para a Igreja e incentivando os de casa a entrarem nesse universo ‘*amigo*’ a ponto de formarem a bancada da bíblia ou ‘evangélica’⁴⁸ que ganha cada vez mais representatividade e expressão no cenário brasileiro.

Dentre os políticos responsáveis por defenderem os interesses da IIGD e da emissora RIT-TV, estão, a saber: deputado federal Jorge Tadeu Mudalen, do partido Democratas em seu 7º mandato pelo Estado de São Paulo, e o filho de R.R.Soares, pastor, advogado, jornalista e deputado estadual André Bezerra Ribeiro Soares, do mesmo partido, em seu 3º mandato pelo Estado de São Paulo, envolvido com a programação da RIT-TV e os interesse de sua família através de seu programa de

⁴⁸ Embora, grande parte dos pentecostais se auto identificam quando perguntados sobre a fé que professam como *evangélicos*. Esse mesmo conceito – *evangélico* – significa: o que é relativo aos evangelhos do livro da Bíblia Sagrada e não ao pertencimento a uma denominação religiosa.

entrevistas, que vai ao ar aos sábados à noite, em cadeia nacional, com participações de políticos e empresários. Além desses, há ainda o deputado federal, do partido Democratas, Marcos Bezerra Ribeiro Soares, eleito como o deputado mais votado pelo Rio de Janeiro, em 2015, também filho do R.R. Soares e irmão do deputado estadual André Soares, formado em Direito pela Universidade Gama Filho.

Porém, se não bastasse tamanho envolvimento, R.R. Soares ainda tem os filhos: Deputado Estadual Filipe Bezerra Ribeiro Soares⁴⁹, formado em publicidade e propaganda pela Universidade Gama Filho/RJ, tornando-se o deputado estadual mais votado pelo Estado do Rio de Janeiro; Vereador do Estado de São Paulo David Bezerra Ribeiro Soares⁵⁰ pelo partido Democratas, formado em Direito pela Universidade Gama Filho/RJ autor de leis como: lei 16.863 de 15/02/2018 que altera a lei nº 14.485, de 19 de julho de 2007, para incluir no calendário de eventos da cidade de São Paulo, o "dia do 1º culto evangélico no Brasil", a ser comemorado anualmente, no dia 10 de março, e dá outras providências. O mesmo, teve projetos de leis vetados como: PL 260 24/05/2016 - estabelece regras e procedimentos para a regularização de parcelamentos de loteamentos clandestinos, irregulares ou de interesse social no município de São Paulo;⁵¹ Vereador de Guarulhos/SP, Daniel Bezerra Ribeiro Soares do partido Democratas, que dispensa comentários. Fato é,

Distinguindo-se da marca clássica do pentecostalismo latino-americano, "crente não se mete em política", as Igrejas pentecostais passaram, nas últimas décadas, a avançar na atuação e barganhas no campo partidário e, mais recentemente, sob o argumento de que "irmão vota em irmão", a lançar também os seus candidatos (FRANCISCO, 2014, p. 194).

Ao sintonizar qualquer canal do grupo Bandeirantes, no horário nobre, por volta das 21:15hs de segunda a sábado, o telespectador poderá assistir o programa Show da Fé, apresentado pelo R.R. Soares. A programação não é uma produção própria da emissora, tampouco uma produção independente, que o grupo adquire pela sua qualidade, mas sim um dos expoentes de um novo fenômeno na mídia, que vem tornando-se uma prática recorrente por parte de várias emissoras de TV, ou seja, o

⁴⁹

Disponível

em:

<http://www.alerj.rj.gov.br/Deputados/PerfilDeputado/384?Legislatura=18&AspxAutoDetectCookieSupport=1> acesso em: 15 de maio de 2018.

⁵⁰Disponível em: <http://www.camara.sp.gov.br/vereador/david-soares/> acesso em: 15 de maio de 2018.

⁵¹ Disponível em: <http://www.camara.sp.gov.br/vereador/david-soares/> acesso em: 15 de maio de 2018.

arrendamento de espaços nobres na programação, como a Rede TV, de segunda a sexta às 8h, 9h e 20:30h e aos sábados às 20:30h com o programa Show da Fé.

Em meados dos anos 1980, o campo midiático foi marcado, entre outros fatores, pela chegada de instituições religiosas interessadas em apresentar seus programas e, quando possível, obter a concessão pública de canais de televisão, algo até então nunca visto no cenário religioso brasileiro. Para várias emissoras de TV, alugar horários para denominações religiosas significou, em alguma medida, uma inesperada demanda por espaços na grade, valorizados de acordo com a audiência específica de cada canal (MARTINO, 2016, p. 59).

A IIGD apresenta-se como um movimento da Igreja pentecostal, mas tem características próprias, e pode ser compreendida como uma ‘nova configuração’ religiosa que encontrou condições de crescimento na sociedade do espetáculo. “Considerando as simulações como a forma televisada do melodrama, não é difícil encontrar tais personagens nestas formas recorrentes de espetáculo”. (FRANCISCO, 2014, p. 280). O pentecostalismo cresce rapidamente na América Latina e de certa maneira, coloca em risco a aparente ‘hegemonia’ da Igreja Católica Apostólica Romana. O desenvolvimento dos movimentos pentecostais no Brasil, ocorre pelo sucesso dos vários líderes carismáticos pentecostais por meio da mídia, prova disso é que, a maioria antes de serem fundadores, empresários, eram membros de outras empresas como funcionários do sagrado e se aventuraram em abrir seus próprios negócios.

Assim como posso dar uma passada no McDonald’s e fazer um lanche, em qualquer bairro encontro um templo religioso disposto a dar uma resposta – mais ou menos lógica, mas a lógica é o que menos importa nesse tipo de ação – aos problemas do universo. A diferença é que no McDonald’s eu só pago o preço de um *Big Mac* (MARTINO, 2003, p. 53).

A busca pela autonomia de homens e mulheres, que se lançam a abrir suas Igrejas independentes, isto é, sem vínculo com alguma outra já existente, justifica-se, em grande parte, pelo fenômeno da surpresa e pela descontinuidade enquanto modelo institucional. “A informação tem de ser *nova*. Ela tem de quebrar as expectativas existentes ou então instituir um espaço de limitadas possibilidades que se mantém aberto. Repetições de notícias são indesejadas” (LUHMANN, 2005, p. 57).

A mídia só pode interferir nas práticas e vivências religiosas, porque essas relações sociais existiam antes de qualquer vínculo com a mídia. É importante, nesse

sentido, pensar no contexto histórico. Nesse sentido, as representações estão entrelaçadas à história do programa Show da Fé, que produz a mensagem, bem como, seus multiplicadores ou patrocinadores, como são chamados na instituição, implicando na construção de uma identidade e de uma certa tradição, que dão sentido às ações dessa instituição, em relação aos grupos dos não adeptos.

Essa construção do ser humano reproduz o mito do estar a serviço do homem. Esse ser humano reproduz o mito do estar a serviço do homem. Esse ser humano está “interessado” em informação, quer dizer, em coisas vitais que dependem de informação, a saber, ele precisa ser informado. Moralmente ele é suscetível a tentações, isto é, a ele deve ser continuamente fornecida a distinção entre um bom e um mau comportamento. Ele navega sem leme na corrente das circunstâncias, o que quer dizer que a ele precisam ser apresentadas as possibilidades de decisão, ou, para usar uma frase de um grande conglomerado mediático, ele precisa de “orientação espiritual” (LUHMANN, 2005, p. 126).

Através da cotidianidade familiar e estando presente em algumas reuniões, congressos e no próprio programa Show da Fé, foi possível não só captar o modo como o programa intervém invasivamente no ambiente familiar, com discursos de empoderamento e práticas ideológicas. Tais atitudes foram percebidas por meio de um dos quadros ‘Novela da Vida Real’⁵², deixando à mostra preocupações, enfermidades, laços afetivos, contingências, desejos, alegrias e insatisfações. “Os indivíduos precisam, de qualquer maneira, para se colocarem numa situação de comunicação, considerar que há semelhanças nas experiências comuns, apesar dos modos totalmente individualizados e idiossincráticos de operar seus sistemas de consciência” (LUHMANN, 2005, p. 135).

O indivíduo, ao longo do tempo, foi perdendo sua verdadeira identidade na sociedade, nos diversos setores, sua vida está fadada ao marasmo e a subordinação imposta a ele, seja economicamente, politicamente ou religiosamente, dessa forma, ele ganha adjetivos que o identificam como ser vivente. Portanto, o vínculo pré-estabelecido com o apresentador R.R.Souares, por meio do programa Show da Fé promove uma fidelização da pessoa com a instituição a partir da construção do imaginário. “O que distingue o canto popular no quadro de uma nação e de uma cultura não é o fato artístico, nem a origem histórica, mas seu modo de conceber o mundo e a vida em contraste com a sociedade oficial” (GRAMSCI, 1978, p. 190).

⁵² Um dos quadros do programa Show da Fé. .

A característica cultural, da religiosidade popular brasileira, incide sobre uma 'nova configuração', não apenas no campo católico. A busca por uma experiência religiosa mais sentimental e afetiva, surge com os pentecostais, ou seja, a doutrina refere-se à teologia da guerra espiritual contra o diabo e seus anjos, representada pelas outras religiões e principalmente as afro-brasileiras, a pregação da teologia da prosperidade e a cura de males físicos pelo enviado de Deus, seja ele um pastor, bispo ou apóstolo. Sendo assim, as pessoas presentes no programa Show da Fé, buscam a pessoa do líder carismático R.R.Soares, a marca da vitória, 'o pedreiro que venceu na vida' ou 'missionário' tornou-se símbolo de prosperidade e sucesso, expressões adotadas por pessoas que assistem ou frequentam os programas em que tive a oportunidade de conversar.

Ele provoca nessas pessoas de classes sociais baixas, uma esperança de vencer na vida em algum aspecto, sejam eles nas questões afetivas, enfermidades, financeiras e espirituais. Todavia, percebe-se, que os frequentadores de classes sociais média e alta, buscam através do evento 'congresso para o sucesso'⁵³ o discurso de prosperidade, portanto, esse público não quer o líder carismático ou missionário 'milagreiro' que cura as doenças e expulsa os demônios, ao contrário, identifica-se com o apresentador R.R.Soares, pelo empresário e investidor de sucesso.

O Show da Fé, é uma construção simbólica e um produto do sistema capitalista, para tratar do tema da fé transformando a forma de culto 'convencional' em um espetáculo, ou seja, um expressivo Show da Fé. O que faz esse programa encantador, tornando-se o principal programa da emissora RIT-TV, que se justifica pela proposta de produção e edição. "O mundo é também outra marca de diferenciação neste processo de identificação. O mundo é um outro. Não é mais somente o território de satanás, é também o espaço-tempo onde se buscam e se vivem as benesses prometidas por Deus" (FRANCISCO, 2014, p. 298).

Nesse sentido, o consumo (vestir, maquiar-se, shopping, viagens, carros, imóveis, restaurantes) e o dinheiro pregado por muitos como manifestações demoníacas, é encarado nesse modelo, Show da Fé, como bênção e sinal de prosperidade. Todavia, vale sempre lembrar que o R.R.Soares oferece todos esses

⁵³ Promovido pela IIGD.

produtos anteriormente mencionados, ou seja, produtos exclusivos⁵⁴ para quem é fidelizado na IIGD. Em contrapartida, a expansão comercial é vista à luz do programa, como uma criação de necessidade naqueles que ainda não são patrocinadores, portanto, “o programa é direcionado a quem deseja ter uma vida direcionada pela Palavra de Deus, independentemente da religião, idade ou sexo”. (IIGD)

O Show da Fé, é um programa clássico de auditório “Além da ministração da Palavra de Deus, o Show da Fé traz atrações musicais da Graça Music, como Bruna Martins, David Soares, Dayane Damasceno, Fabiano Motta, Fernandes Lima, Pr. Jayme de Amorim Campos, dentre outros”. (IIGD) Com todas as características de outros programas ‘seculares’ com o mesmo formato em diferentes emissoras ‘seculares’, no estilo popular, “através da inspiração divina e baseado nas Escrituras Sagradas, durante o programa o Missionário Soares ensina, de maneira clara e simples, a importância de se crer em Cristo e obedecer e seguir Seus mandamentos”. (IIGD) com músicas, danças, aplausos, entrevistas, mensagem informalmente, ensinamentos, quadros, como ‘A Novela da Vida Real’ já mencionada anteriormente, e aprofundada no próximo capítulo; ‘O missionário responde’, reportagens, propagandas (produtos das editoras e gravadoras, exclusivos), patrocinadores (são todas as pessoas que através do seu dízimo) mantêm a obra, dentre outras ações e atrações.

Assim, é similar a outros programas de auditório, no universo de entretenimento, como: Domingão do Faustão (Rede Globo); Programa Silvio Santos (SBT – Sistema Brasileiro de Televisão) (Programa Eliana (SBT – Sistema Brasileiro de Televisão); Programa do Gugu (Rede RecordTv – Rede de Televisão Comercial); Hora do Faro (Rede RecordTv – Rede de Televisão Comercial); Agora é com Datena (Rede de Televisão aberta – Band); dentre outros com acolhida de caravanas.

Ressalta-se a importância de que, não é a dor que desintegra a personalidade, mas a dissolução dos esquemas de sentido e, nesse contexto, altamente discrepante, contraditório e incerto que cerca o homem moderno, a sociedade contemporânea têm contribuído para a dissolução desses esquemas. O que o homem atual aspira como

⁵⁴ A IIGD oferece a RIT-TV por assinatura com a programação 24h no ar totalmente pensada (novelas, desenhos, programas culinários, esporte, notícias, música, filmes, seriados, etc) para os adeptos e não adeptos, ou seja, de outras denominações religiosas que não encontram esses serviços em suas Igrejas.

esperança utópica, como projeto inconsciente do ego, é um mundo que traga as marcas do desejo e as aspirações do amor.

Essa realidade não existe como algo empírico, mas, é nesse 'vazio' existencial ou no esvaziamento dos sentidos que o fenômeno religioso Show da Fé, com sua programação e os discursos ideológicos surgem como possibilidades de acolhida e afeto, dando espaço ao universo imaginário do possível, do sucesso e da vitória. O imaginário, diz poeticamente Rubem Alves, “não conspira contra a objetividade e a verdade como pensa a ciência, pois foi necessário que a imaginação ficasse grávida para que o mundo da cultura nascesse” (ALVES, 2007, p. 35). É na força do símbolo que o Show da Fé acontece no imaginário dos adeptos desse programa religioso que de certo modo responde “a incompletude dos seres humanos em especial obriga à constituição emergencial e permanente de vínculos sociais” (CONTRERA, 2010, p. 62).

CAPÍTULO III

O PROGRAMA SHOW DA FÉ

Este terceiro capítulo voltou-se para a hermenêutica do programa Show da Fé e seu discurso de empoderamento, buscando captar os desafios e as urgências para a atualidade. O pesquisador, neste capítulo, compartilhou alguns momentos de suas experiências em assistir diversos programas do Show da Fé, bem como a participação no programa Show da Fé no Rio de Janeiro, onde é gravado ou transmitido ao vivo para todo o território nacional pelo sinal aberto. Além de sua experiência profissional com mais de seis (6) anos trabalhando diretamente com TV, nos departamentos de produção, criação e direção. Assim, ele reconhece que o exercício hermenêutico de um programa de TV exige uma postura atenta e disciplinar, diante dos objetivos apresentados por meio do roteiro construído, e da cenografia desenhada e pensada no público presente e no telespectador.

Foram apresentados o roteiro do programa show da fé e seus interesses comerciais como todo e qualquer programa de TV. Trazendo algumas pausas como são chamadas na linguagem televisiva clássica, a construção de uma experiência religiosa que é comercializada como indispensável para o sucesso, em contrapartida ao seu esvaziamento significativo, em detrimento da representação simbólica da imagem.

No decorrer do capítulo, percebeu-se que o *fast-food* da fé é a busca de muitas pessoas da sociedade contemporânea. A solução dos problemas ou sua terceirização é a principal merchandising do programa. Outra questão importante, na análise do programa Show da Fé, é a construção simbólica do discurso, assim como, a paginação artística, a cenografia e a iluminação construídas são a espetacularização. Assim, algumas reflexões a respeito da imagem e da representação de modo geral colaboram na construção da reflexão. Não se pode deixar de mencionar o personagem principal, de extrema importância, o apresentador R.R. Soares, que não deixa de ser uma construção imagética de um *magistro*⁵⁵ que alcançou o sucesso, e, por conhecer o caminho percorrido, pode conduzir os seus discípulos também ao sucesso.

⁵⁵ Do latim, mestre.

Na idade média essa compreensão de *magistro* e discípulo era assumida pela escolástica tomista como processo de autonomia entre o mestre e seu discípulo na busca pela verdade, ou seja, o mestre provocava no discípulo a autonomia diante do conhecimento e das escolhas. Ao passo que o R.R. Soares, na condição de mestre dos discípulos e seguidores do programa, não provoca nos mesmos essa libertação para o pensamento crítico, mas, ao contrário, promove a alienação ao programa e ao consumo dos produtos exclusivos para os discípulos e seguidores anunciados no roteiro como inserções.

Todavia, o espírito crítico, exigido pela contemporaneidade, não cabe no modelo proposto pelo programa Show da Fé, mesmo a pessoa sendo curada fisicamente de alguma doença ou melhorando sua condição financeira, dificilmente será uma pessoa autônoma diante de si mesma, já que o programa cria dependências e necessidades inúmeras. Sobre isso, Le Goff (1995) ressaltou:

“Nas cidades onde se formam os centros do pensamento, pelo número e qualidade dos seus membros, manifestam uma força que inquieta os outros poderes. É na luta, ora contra os poderes eclesiásticos, ora contra os poderes laicos, que elas conseguem conquistar a sua autonomia” (LE GOFF, 1995, p. 74).

Assim, o programa Show da Fé, em seu caráter ético-religioso, desembocará em dois compromissos significativos: primeiro, um mundo reconciliado na justiça e na paz, construído sob o eixo da civilização do sucesso e da prosperidade, em que os princípios básicos do desenvolvimento é a satisfação universal das necessidades básicas, fazendo da crescente comercialização da fé o fundamento da humanização. Seguindo um programa que reconfigura seu lugar no mundo, sendo resposta para uma parcela da sociedade.

3.1 Roteiro e discurso do programa Show da Fé

O Show da Fé é um clássico programa de auditório, de produção da RIT-TV⁵⁶ que por sua vez é da Igreja Internacional da Graça de Deus, com sede na cidade do Rio de Janeiro/RJ, com uma programação marcada por três eixos: entretenimento, jornalismo e programas religiosos, em sinal aberto para todo o território nacional e

⁵⁶ Rede Internacional de Televisão

para todos os públicos. A RIT-TV produtora do programa Show da Fé, além do sinal aberto, conta com o sinal pelas parabólicas e mais de 200 retransmissoras espalhadas pelo país, como: Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Rio Grande do Norte, Rondônia, Sergipe, Tocantins, Pernambuco, Piauí, Acre, Bahia, Goiás, Ceará, Amazonas dentre outros. Além, das TV's por assinaturas, como: NET TV, SKY TV, VIVO FIBRA, CLARO TV, GVT-TV dentre tantas outras. Isso garante uma cobertura em todo o território nacional com sinal e imagem HDTV e som digital, aos mais de 150 milhões de pessoas pelo Brasil, há mais de 20 anos de fundação, com o slogan *A TV que faz a diferença*, consolidando adeptos de diferentes classes sociais e graus de instrução acadêmica.

Todavia, contando com a parceria da Rede Bandeirantes e da Rede TV, o programa ganha força e espaço nos horários nobres dessas emissoras parceiras. Se não bastasse o fenômeno causado no cenário brasileiro, o programa Show da Fé, que está há tanto tempo no ar para milhões de pessoas diariamente pela TV, e, por outras plataformas, também é exibido internacionalmente pela RIT Internacional para a Europa, África, Oriente Médio e Américas, diariamente em diferentes línguas. Ou seja, o programa Show da Fé é um importante objeto de pesquisa que está no mercado televisivo nacional e internacional, com expressiva audiência e mantendo as inúmeras empresas da IIGD espalhadas pelo Brasil e pelo Mundo.

O programa Show da Fé é produzido por uma grande equipe de profissionais, da emissora RIT-TV. São mais de 200 pessoas trabalhando, diariamente, em prol da produção, edição e apresentação do programa no Rio de Janeiro/RJ e/ou São Paulo/SP, para garantir um produto atraente para o público consumidor. Dentre os mais de 200 profissionais envolvidos com o programa, destacam-se alguns, como os mais de 20 jornalistas trabalhando diariamente na produção dos roteiros e pautas do programa, com diferentes assuntos pertinentes, sempre com o olhar atento às necessidades trazidas pelas pessoas que assistem o programa, por meio de pesquisas de rua, níveis de audiência, redes sociais e do departamento de relacionamento com o patrocinador que são os fiéis mantenedores da emissora.

Há, também, o departamento de criação e animação. O programa conta com uma equipe de cenografia e iluminação que pensam os inúmeros efeitos possíveis durante a exibição ao vivo ou gravada, bem como de assistentes de palco e animadores de plateia. Os equipamentos de filmagem são excelentes e o programa conta com seis (6) cinegrafistas e quatro (4) planos, bem como, a câmera grua que

faz imagens abertas e fechadas, estáticas e em movimento, que proporciona para o editor de imagens possibilidades de demonstrar o quanto o espaço – auditório – está cheio.

O programa tem ainda, como característica, a participação de convidados, como: músicos, atores e atrizes, apresentadores de outros programas da emissora e pessoas aleatórias da plateia que são convidadas a subirem ao palco pelo apresentador R.R. Soares, que também é o diretor do programa. Assim, cabe a ele aprovar ou não.

O Show da Fé é gravado e exibido pela RIT-TV, de segunda a sexta-feira às 17:10h e 3h, aos sábados são programas ao vivo 9h, 14h e 18h, e nos domingos ao vivo 06:40, 08:40, 10:40, 13:40, 15:40, 17:40, fora os outros horários em outras emissoras parceiras. A duração do programa é de 60 minutos como pôde ser comprovado no roteiro a seguir.

PROGRAMA SHOW DA FÉ - 3522		
AO VIVO DAS 18h00 ÀS 19h00		
BLOCO 1 - 18h03 - 18h58		
1 47'	Vinheta de abertura - VT	
	Trilha de abertura Missionário R.R.Soares - "EU VOU SEGUINDO A JESUS CRISTO"	
	TEMA Novela da Vida Real: Marilene	
	ESTÚDIO R.R. SOARES	
	Abertura	Missionário R.R. Soares acolhe o público, reflete sobre o tema e sobre a palavra de Deus (Hebreus 10:11 - 14)
		GC Redes Sociais
		GC Endereço de todas as igrejas do Brasil
		Faça seu pedido de oração
	GC Seja um patrocinador, principais capitais. Ligue 4062 0777	
	MUSICAL Missionário R.R.Soares - A volta da vitória (CD A volta da vitória)	
	ESTÚDIO Divulgação do livro "A volta da vitória" editora graça	
GC Adquira já: (21) 2141 5100 www.spovo.com.br		

Música	R.R. Soares canta com o público
ESTÚDIO	R.R. Soares reflete a palavra II Coríntios 13.11
GC	II Coríntios 13.11
ESTÚDIO	R.R. Soares reflete a palavra Filipenses 3.15
GC	Filipenses 3.15
ESTÚDIO	R.R. Soares reflete a palavra Filipenses 3.16
Momento de oração	R.R. Soares faz uma oração com o público
Música	Música de reflexão e oração
VT	VT NOVELA DA VIDA REAL 4'20" (Marilene)
ESTÚDIO	R.R. Soares conversa com Marilene e sua família, ao vivo.
GC	Seja um patrocinador, principais capitais. Ligue 4062 0777 / e os telefones de todas as capitais.
ESTÚDIO	Missionário R.R. Soares, reflete sobre o tema e sobre a família de Marilene.
GC	Divulgar todos os telefones de todas as capitais
GC	De todos os Bancos para doações
ESTÚDIO	R.R. Soares divulga todos os telefones e as contas bancárias para ser um patrocinador.
GC	Seja um patrocinador, principais capitais. Ligue 4062 0777
ESTÚDIO	Chama a pergunta do quadro Missionário Responde
VT	VT Missionário Responde
ESTÚDIO	R.R. Soares responde e reflete sobre a pergunta do VT
VT	VT Missionário Responde

ESTÚDIO	R.R. Soares responde e reflete sobre a pergunta do VT
ESTÚDIO	Chama apresentadora Eliana ao vivo na loja (merchandising)
Merchan	Apresentadora faz merchan do filme e do livro interagindo com o R.R. Soares
ESTÚDIO	R.R. Soares fala sobre a importância da obra e a transmissão do programa
ESTÚDIO	Em tela cortada vai mostrar imagens do programa e da tv , durante a fala do missionário.
GC	www.nossatv.tv.br
GC	(xx21) 3265 5000 (xx11) 2126 5888
ESTÚDIO	Em tela cheia o missionário divulga todos os contatos para ser um patrocinador e o shopping virtual.
ESTÚDIO	Faz uma oração para os enfermos, donas de casa, homens, mulheres, crianças e concede a bênção aos fiéis que ali estão
VT	Vinheta de encerramento e créditos finais

É na relação com o outro que a comunicação acontece. É na troca de ideias que a experiência vai sendo construída. Quando as pessoas se comunicam, fazem uso da linguagem, que não pode ser confundida com língua, pois a linguagem é a arte de comunicar-se por meio de signos ou sistema de signos, que serve de meio para a transmissão de conhecimentos, experiências sensíveis, informações e sentimentos. A linguagem pode ocorrer como palavra, gesto, imagem, símbolo ou som. Em todos os casos, no entanto, passa pelos sentidos. Isto é, se a linguagem é, por excelência, comunicação, a comunicação depende necessariamente da linguagem e, esta, dos signos (Cf. ECO, 1997).

O programa, Show da Fé, começa com a vinheta de abertura que traz o nome do programa em letras na cor dourada, que em diferentes culturas e credos, popularmente, é interpretada, enquanto signo, como uma experiência sensível. Isto é, como a cor da prosperidade, da riqueza, da fama e do sucesso. Na construção cenográfica do programa percebeu-se a constante presença da cor dourada, em vários aspectos, desde o figurino marcante do apresentador R.R. Soares; os GC's⁵⁷ utilizados como características similares pretendidas pelo programa, que traz enquanto linguagem simbólica, o discurso de empoderamento das pessoas sobre as situações de miséria.



Imagem 1⁵⁸

A música de abertura do programa Show da Fé, há mais de 20 anos, é “Seguindo Jesus”, ou popularmente cantada pelas pessoas adeptas do programa “Estou seguindo Jesus Cristo”, foi composta, segundo os telespectadores e participantes do programa, por um homem indiano convertido à religião cristã, que

⁵⁷ Gerador de Caracteres.

⁵⁸ Disponível em: https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUK EwiP_J3M5obgAhWXLLkGHUL0BLgQjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fwww.nossaradiogo.com.br%2Fshows%2Fshow-da-fe%2Fshow-da-fe-2%2F&psig=AOvVaw23In206KiuJRMsbXwbbR_i&ust=1548432457954045

foi, anos mais tarde, executado com sua família, por conta da conversão religiosa. A canção ganhou força no mundo protestante e depois por meio da igreja Adventista do sétimo dia, chegou ao Brasil após sua popularidade nos EUA.

Entretanto, segundo os participantes e a produção do programa, a letra da música é de autoria do R.R.Soares, que traz um discurso ideológico forte marcado pelo empoderamento pretendido, ou seja, o que ficou no passado durante a vida de uma pessoa, antes de conhecer o programa, pertence ao passado da perdição e da miséria, isto é, a partir do momento em que você conhece o programa a sua vida é transformada e a pessoa começa a receber a vitória. Assim, o programa é a mediação da pessoa até a vitória e o sucesso. Essa palavra *transformação* é muito presente nos discursos do R.R.Soares e de seus discípulos.

Letra: Estou seguindo a Jesus Cristo

Autoria: R.R.Soares

Estou seguindo a Jesus Cristo

Deste caminho eu não desisto

Estou seguindo a Jesus Cristo

Atrás não volto não volto não

Atrás o mundo Jesus na frente

Jesus o guia onipotente

Atrás o mundo Jesus na frente

Atrás não volto não volto não

Se me deixarem os pais e amigos

Se me cercarem muitos perigos

Se me deixarem os pais e amigos

Atrás não volto, não volto não

Depois da luta vem a coroa

A recompensa é certa e boa

Depois da luta vem a coroa

Atrás não volto não volto não⁵⁹

Assim, na letra da música de abertura do programa Show da Fé, durante todos esses anos em que está no ar, percebe-se, por diversas vezes, no refrão a expressão:

⁵⁹ Disponível em: <https://www.cifraclub.com.br/rr-soares/estou-seguindo-jesus-cristo/>

“Atrás não volto, não volto não” O voltar não é assumido como caminho de resiliência e sim como perdição. O caminho novo proposto pelo programa para as pessoas é “A recompensa é certa e boa” para aqueles que são fieis e patrocinadores da obra como o próprio apresentador R.R. Soares os chama no programa.

Segundo (Eco, 1997) signos são palavras, mas também podem ser as letras que as compõem, bem como os sons articuláveis presentes nas letras que formam as palavras, constituindo assim um conceito. Sem a linguagem, sem o signo, a comunicação é impossível. Elemento intrínseco ao processo de comunicação, o signo transmite uma informação, para indicar a alguém alguma coisa.

À noção de signo fazem recurso tanto os filósofos como a gente comum, esta última com expressões de emprego quotidiano tais como, é um grande e feio sinal, faz-me um sinal quando estiverdes pronto, se dizes isso é sinal que não percebeste nada, faz um sinal na tua escova de dentes para não usares sempre a minha, e assim por diante. A impressão das pessoas cultas é que os filósofos usam o termo signo de modo rigoroso e homogêneo, enquanto na conversação, quotidiana, como se vê nas frases citadas, signo seria uma palavra homonímica de tudo, usada por isso em ocasiões diversas, com sentidos diversos e o mais das vezes de um modo metafórico e vago (ECO, 1997, p. 13).

O signo⁶⁰ não é apenas um elemento que entra num processo de comunicação. Pode-se, também, transmitir e comunicar uma série de sons privados de significado, contudo, é uma entidade que entra num processo de significação. O signo pode ser percebido sob três dimensões: a semântica, em que o signo é considerado em relação àquilo que significa; a sintática, em que o signo é considerado em uma sequência de signos com base em regras de combinação e pragmática, em que o signo é considerado quanto às próprias origens, aos próprios efeitos sobre os destinatários e aos usos que dele se fazem (Cf. ECO, 1997, p. 27).

Como foi dito, quando se fala de linguagem tem-se a clara evidência de que se está falando de signo. O signo não é apenas um elemento que entra naturalmente

⁶⁰ *Semântica*, o signo é considerado em relação àquilo que significa; *sintática*, o signo é considerado enquanto inservível em sequências de outros signos com base em regras de combinação; às vezes por “sintática” também se entende o estudo da estrutura interna da parte significante do signo (por exemplo, a divisão de uma palavra em unidades menores), independentes do significado veiculado e até quando se supõe que existem signos que não veiculam significados; *pragmática*, o signo é considerado quanto às próprias origens, aos próprios efeitos sobre os destinatários, aos usos que dele se fazem (ECO, 1997, p. 27).

num processo de comunicação. Ao contrário, pode-se também transmitir e comunicar uma infinidade de sons privados de significado. É um elemento que entra num processo de significação. “Um processo de comunicação em que não exista código, em que não exista, portanto, significação, reduz-se a um processo de estímulo-resposta” (ECO, 1997, p. 22).

Todavia, a imagem do apresentador R.R. Soares é a representação simbólica de um homem pobre da cidade de Muniz Freire, no estado do Espírito Santo, que enfrentou as dificuldades do cotidiano da vida e soube vencer. O que se percebe na imagem do empresário bem-sucedido e do líder de sucesso com mais de 130 horas de exposição no ar pelas diversas emissoras. Porém, chama a atenção a construção do personagem R.R. Soares, que sempre se apresenta publicamente, com uma fisionomia de serenidade e em grande parte com gravata dourada e um sorriso. Por algumas vezes, pensa-se estar vendo a face religiosa do apresentador Sílvio Santos, do SBT, apresentando o carnê do baú da felicidade. A construção simbólica e imagética do líder é essencial para o sucesso do discurso e da captação de pessoas em vista da comercialização dos produtos veiculados no Show da Fé.



*Imagem 2*⁶¹

Sobre os estímulos Eco, (1997) apontou que:

⁶¹Disponível em: https://www.google.com/search?q=show+da+f%C3%A9&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj3M7E5obgAhVkd7kGHfAqCnUQ_AUIDygC&biw=1366&bih=626#imgsrc=UM9DLHa63S25dM:

Os estímulos não satisfazem uma das mais elementares definições do signo, a de que ele está no lugar de outra coisa. O estímulo não está por outra coisa, mas provoca diretamente essa outra coisa. Uma luz muito forte que me obriga a fechar imediatamente os olhos é diversa de uma ordem verbal que me mande fechar os olhos. No primeiro caso fecho os olhos sem refletir, no segundo sou levado antes de mais a compreender a ordem e por isso a descodificar a mensagem (processo sígnico) e depois a decidir se hei de obedecer (processo volitivo, que sai da competência da semiótica) (ECO, 1997, p. 22).

Assim, o estímulo não pode ser um fim no processo de comunicação, muito menos no programa Show da Fé, ao contrário, deve ser um caminho que conduz ao conhecimento ou ao diálogo. Por diversas vezes, em seu discurso, o apresentador R.R. Soares amedronta as pessoas dizendo que elas são livres para permanecerem ou não, todavia, aqueles que escolherem deixar o propósito do programa, precisam assumir a incapacidade de transformação e não serão abençoados. Toda pessoa fidelizada ao programa, possui em si mesmo uma potência que é inerente à sua condição humana. Esse princípio é inato, isto é, dado pela existência. Então, é parte constituinte do homem a pré-disposição para o conhecimento. Contudo, a ignorância na compreensão está em não escolher sair dessa condição de alienado e ignorante.

Contudo, o programa traz em seu corpus alguns quadros, como: “Novela da vida real”, que por meio da teledramaturgia mostra situações extremas na vida de uma pessoa, como o problema do alcoolismo, drogas, violência, desemprego, enfermidade dentre outras. O significante, que é o objeto que toma o lugar de outro, quer dizer, o próprio signo, no sentido estrito e concreto da palavra; e o significado, é a coisa que o significante substitui; a significação, que é a relação entre o significante e o significado, relação que deve ser apreendida e interpretada pelo menos pela pessoa ou pessoas a quem se dirige o signo (Cf. ECO, 1997).

A transmissão dos ensinamentos, no programa, passa pelos sentidos, acontecendo de maneira pedagógica. Sem eles não existe linguagem ou comunicação. Ou seja, o homem ensina servindo-se naturalmente dos sentidos. Ao mesmo tempo, recebe conhecimentos e informações pelas vias sensoriais. Portanto, o homem é ativo e passivo na sua forma primeira de ser, ou seja, emissor e receptor. Nesse sentido, o processo de vinculação entre telespectador e Show da Fé vai se fazendo à medida em que o homem pratica esse movimento.

Olfato: pertencem-lhe vários sintomas e indícios (o cheiro da comida como presença desta) e alguns signos artificiais e intencionais (os perfumes, usados para indicar limpeza, nível social, disponibilidade erótica, etc); cheiros característicos dos animais com fins repelentes ou sedutores e que valem como gestos injuntivos do tipo “vem aqui” ou “vai-te embora”; *tato*: pertencem-lhe os sinais do Braille, os gestos dos dedos com que comunicam os cegos-surdos-mudos, etc; *gosto*: já se disse muitas vezes que a cozinha também é um meio de comunicação; e um sabor típico pode ser indício da nacionalidade de uma comida; *vista*: entram aqui numerosas categorias de signos, das imagens às letras do alfabeto, dos símbolos científicos aos diagramas; *ouvido*: sinais acústicos de vários tipos e, os mais importantes de todos, os signos da linguagem verbal (ECO, 1997, p. 44).

Outro quadro do programa Show da Fé, é “Abrindo o coração”, momento em que as pessoas são motivadas a contarem os seus problemas, ao vivo, no palco para o apresentador. R.R. Soares, o qual orienta a pessoa para o caminho do sucesso. Percebe-se que é um dos momentos fortes de captação de pessoas para a manutenção financeira do programa, sobretudo porque a pessoa testemunha, ao vivo, seu caminho de superação através do programa Show da Fé. É precisamente essa capacidade de compreender e aprender na relação com o outro, entre o significante e o significado, que fez e faz a diferença fundamental entre o homem e as outras espécies animais.

Sendo assim, a aptidão para manejar o signo permitiu ao homem desenvolver infinitamente mais do que as demais espécies animais, a sua capacidade de inventar, pensar, manipular, ensinar, de ter curiosidade e, finalmente, o seu poder de convencimento sobre o resto do mundo. O apresentador R.R. Soares exerce um poder de dominação sobre as pessoas, bem como, em relação ao mundo, que não é, de modo nenhum, proporcional à sua força física; deve-o à utilização que soube dar aos signos.

“Missão em Foco” é outro quadro do programa Show da Fé, que mostra por meio de matérias jornalísticas, outros espaços de concentração de pessoas, como ginásios, estádios de futebol, praças, o poder de arrebanhamento de seguidores do programa e do seu apresentador. Nessa perspectiva, pode-se destacar duas funções essenciais dos signos, que dizem respeito aos próprios fundamentos da orientação humana nas relações sociais e de fidelização das pessoas ao programa: a comunicação e a participação. Pela comunicação, o signo serve para a transmissão do conhecimento entre o apresentador (mestre) R.R. Soares e o telespectador

(discípulo). A participação, favorece o sentimento de abertura do Mestre que ensina e do Discípulo que aprende, exigindo de ambos o comprometimento frente ao programa Show da Fé.

Assim, a função de comunicação favorece a participação do Mestre e do Discípulo no processo de espetacularização da religião, e é evidente que nenhuma das funções do signo exclui a outra. Ao contrário, acontecem ao mesmo tempo, de maneira distinta. Na relação entre o discípulo do programa e o apresentador existe um laço estreito e constante de vínculo, funcionando como uma dependência.

No Show da Fé há ainda o quadro “O missionário responde”, no qual as pessoas são abordadas na rua por meio de matérias jornalísticas ou no auditório do programa, quando são levadas a fazerem perguntas aleatórias sobre o programa, a Bíblia, dramas familiares, o R.R. Soares, dentre tantas outras curiosidades. A relação estabelecida entre o apresentador e telespectador é pautada por questionamentos e respostas que nem sempre criam no telespectador um espírito de busca. Ou seja, o apresentador limita-se a expor discursos ideológicos e fazer questionamentos, e cabe ao telespectador, na condição de discípulo, a tarefa de ouvir e responder o que foi indagado.

Esse método não possibilita ao telespectador a capacidade de buscar, reforçar a capacidade crítica das coisas e do conhecimento. O princípio de liberdade, na busca do conhecimento, é inerente à própria autonomia da pesquisa. Ou seja, a liberdade e autonomia não estão presentes nesse método de ensinar os telespectadores adeptos ao programa.

A preocupação com o conhecimento não é nova. Praticamente todos os povos da antiguidade desenvolveram formas diversas de saber. Entre os egípcios a trigonometria, entre os romanos a hidráulica, entre os gregos a geometria, a mecânica, a lógica, a astronomia e a acústica, entre os indianos e mulçumanos a matemática e a astronomia, e entre todos se consolidou um conhecimento ligado à fabricação de artefatos de guerra. As imposições derivadas das necessidades práticas da existência foram sempre a força propulsora da busca destas formas de saber. Somente um povo da antiguidade teve a preocupação mais sistemática e filosófica com as condições de formação do conhecimento: foram os gregos (CARVALHO, 2003, p. 13).

Contudo, o método de pergunta e resposta adotado no quadro “o missionário responde” não é novidade, a maiêutica⁶² socrática, está presente na história ocidental por muitos anos. E, sabe-se que a linguagem, está para além de uma única caracterização ou significação. Numa dialética pode-se transmitir apenas informações, sem, necessariamente, ensinar alguma coisa. Ou seja, por meio da linguagem verbal expressam-se opiniões e conceitos sem, basicamente, ensinar ou promover o conhecimento a alguém.

O programa não tem a pretensão de transmitir conhecimento, ao contrário, a proposta é conseguir mais seguidores e patrocinadores, assim sendo, todo discurso adotado pelo apresentador ou pelas produções jornalísticas e dramatúrgicas são com o intuito de criar uma rede de consumidores dos produtos ofertados no decorrer do programa, bem como, o próprio programa como ‘prato principal’ da emissora RIT-TV e conseqüentemente da IIGD.

Por fim, no quadro “Momento nossa TV”, o apresentador R.R. Soares divulga a TV por assinatura aos telespectadores, ou seja, as pessoas são estimuladas a consumirem os produtos do programa, apresentados pelo R.R. Soares. Ele enfatiza, ainda, que as pessoas não podem assistir qualquer canal de TV, devem consumir apenas os canais oferecidos na TV por assinatura que contém os pacotes: *Graça* com 18 canais; *Mais* com 35 canais; *Premium* com 50 canais; *HD* com 58 canais e são comercializados com diferentes tarifas.

Sabe-se, porém, que nos meios de comunicação de massa, a imagem é algo mais do que visível, que se torna o pensamento do indivíduo. “É a progressiva transformação da cultura em propaganda, ou seja, em sua degeneração por falta de originalidade, espontaneidade, espírito crítico e vontade de renovação e experimentação formal” (LLOSA, 2013, p. 117).

Os indivíduos conhecem o mundo apenas pela mediação das imagens escolhidas por outros, que não o fazem desinteressadamente. A imagem construída e escolhida por outra pessoa tornou-se a principal ligação do indivíduo com o mundo

⁶² É um processo pelo qual Sócrates provocava o discípulo a buscar internamente (o conhecimento é inato) às respostas para as suas perguntas. O método maiêutico no primeiro momento conduz o discípulo ao próprio reconhecimento de suas ignorâncias ou dúvidas acerca de um determinado assunto. No segundo momento o discípulo é provocado pelo mestre a buscar as respostas em si mesmo. Portanto, em síntese, o método pode ser compreendido como “parto das ideias” ou “conhece-te a ti mesmo”. Esse método ocorre sobre a ótica do estímulo *pergunta-resposta*.

que antes, ele olhava por si mesmo. Dessa forma, as pessoas tornaram-se passivas e alienadas ao mundo sensível.

O discurso de poder e sucesso, que pauta o roteiro do programa, deve ser transmitido a outrem de forma clara e objetiva, tendo sempre como parâmetro o problema, a verdade ou a pergunta. O Show da Fé não pode ser engano, nem erro ou qualquer outro significado correlativo a esses atribuídos. O programa deve conduzir o discípulo sempre ao correto, ao verdadeiro e seguro, nunca ao engano. Caso contrário, o Show da Fé não seria uma resposta para as pessoas que buscam e sim um falacioso programa de TV.

Portanto, o Show da Fé na compreensão das pessoas, com as quais o pesquisador conversou, nas visitas ao programa, ao vivo, e gravações no Rio de Janeiro/RJ, que afirmaram seguir, à risca, as recomendações do R.R. Soares e que o programa é muito importante para a vida dessas pessoas que são reconhecidas, sobretudo, os patrocinadores que criam vínculos com o programa por meio de correspondências, telefonemas e outros serviços prestados pelos atendentes presenciais nos estúdios e call center, fazendo do programa, para essas pessoas, fonte de informação e conhecimento, bem como, de formação social e cultural.

As imagens invadem a vida real a ponto de confundirem os dois lados, levando o indivíduo a acreditar que o mundo exterior é o simples prolongamento daquilo que aparece nas telas cinematográficas, correspondendo ao que Debord refere-se “a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo”. (DEBORD, 1997, p. 15). Ou ainda, o mundo real transforma-se em simples imagens que se tornam seres reais. A existência humana, para os adeptos do programa Show da Fé, tornou-se uma extensão daquilo que é reproduzido pelos meios de comunicação de massa. A desvalorização da vida em proveito das abstrações hipostasiadas atinge todos os aspectos da existência humana. As próprias abstrações que se tornaram sujeitos, não se apresentam mais como coisas, mas são ainda mais abstratas, tendo se tornado imagens e/ou representações na espetacularização da fé.

3.2 O programa Show da fé: imagem, representação e espetáculo

As pessoas estão subordinadas a práticas discursivas das mídias ligadas à religião? E ainda, será que essas pessoas têm a possibilidade de reagir diante do discurso mercantilista e ideológico do programa Show da Fé, vinculado a uma prática

religiosa discursiva e televisiva de Igrejas eletrônicas, levando os fiéis - dotados de uma fé - a uma alienação quase inconsciente?

Cada religião oferece suas próprias respostas para essas questões, competindo com todas as outras para convencer o maior número de pessoas de que sua mensagem é a correta. A busca, em última instância, é para conseguir o maior número de adeptos, o que costuma garantir uma maior importância, prestígio e visibilidade pública – e, portanto, capacidade de interferir em outras áreas da sociedade (MARTINO, 2016, p. 49).

Assim, vai-se construindo uma cultura ideológica paradoxal, isto é, a cópia, o provisório, a aparência, a representação e a ilusão; em contrapartida com o original, o estático, o empírico, o verdadeiro e o ser ontológico.

O homem abdica-se da realidade dos acontecimentos da vida, para viver numa cosmovisão “maquiavélica”, ou seja, dependente das aparências e consumismos de símbolos. Dessa forma, o homem torna-se um ser passivo e preso ao sistema econômico vigente. Para tal realidade, Debord (1997) faz uma denúncia da transformação que o capitalismo faz no pensamento humano.

O capitalismo contemporâneo é essencialmente uma expropriação do diálogo e da atividade autônoma. No capitalismo mais desenvolvido haveria uma satisfação alucinatória dos desejos, tal como no sonho do indivíduo. Assim, ele exerce a função de dominação e transmissão de preceitos ideológicos sobre as pessoas, através das novas tendências tecnológicas permanentes (informatização, internet); a fusão entre a economia e o estado (privatizações) e a abolição de toda consciência histórica, o que vale é o *Agora*.

As estruturas do mundo social não são um dado objetivo, tal como o não são as categorias intelectuais e psicológicas: todas elas são historicamente produzidas pelas práticas articuladas (políticas, sociais, discursivas) que constroem suas figuras. São essas demarcações, e os esquemas que as modelam, que constituem o corpo de uma história cultural levada a repensar completamente a relação tradicionalmente postulada entre o social, identificado com um real bem real, existindo por si próprio, e as representações, supostas como refletindo-o ou dele se desviando (CHARTIER, 1990, p.27).

Quando o produto é fabricado – Show da Fé –, a escolha já foi feita e a pessoa é conduzida a consumir esses produtos, ou seja, as pessoas são condicionadas a absorverem os produtos do mercado religioso, os quais atacam constantemente o

inconsciente do indivíduo. Nas práticas discursivas religiosas da contemporaneidade, podem-se acompanhar alguns casos ligados a essas artimanhas, mas aqui surge um problema: Como estabelecer aquilo que é real, (o sagrado) do irreal (charlatanismo ou profano).

[...] certezas e dogmas oferecidos pela instituição religiosa, embora tendencialmente desprovida de uma base racional, é uma contínua atribuição de significado, que se reflete no fiel como a certeza plena de estar de posse de um conhecimento, senão socialmente reconhecido, individualmente capaz de responder a questões existenciais, de maneira a fornecer respostas e sentido à existência⁶³. (MARTINO, 2003, p. 27)

No entanto, para Freud (2013), na “Interpretação dos Sonhos”, a força afetiva arcaica e inconsciente do desejo infantil fortalece representações psíquicas de experiências do presente, para associando-se a estas, chegarem ao pré-consciente e deste, à consciência, sob a forma de imagens, pelas quais ganham realização e satisfação. Sabe-se que, nos meios de comunicação de massa, a imagem é algo mais do que visível, ela torna-se o pensamento do indivíduo. “É a progressiva transformação da cultura em propaganda, ou seja, em sua degeneração por falta de originalidade, espontaneidade, espírito crítico e vontade de renovação e experimentação formal” (LLOSA, 2013, p. 117).

Portanto, a imagem e imaginário vêm do latim *imago-ginis*. A compreensão popular do conceito de imagem significa a representação de um objeto ou a reprodução na mente de uma determinada sensação, na falta da causa que a produziu. Já o imaginário, segundo Durand (1997), é o grande e fundamental denominador em que se encaixam todos os procedimentos do pensamento humano. É ainda o conjunto das imagens e das relações de imagens que constitui a mente humana. “O imaginário não só se manifestou como atividade que transforma o mundo, como imaginação criadora, mas sobretudo, como transformação eufêmica do mundo, como *intellectus sanctus*, como ordenança do ser às ordens do melhor” (DURAND, 1997, p. 432).

A imagem construída e escolhida por outra pessoa tornou-se a principal ligação do indivíduo com o mundo que, antes, ele olhava por si mesmo. É outra pessoa que comanda e conduz sua vontade própria. Dessa forma, as pessoas se tornaram passivas e alienadas. A desvalorização da vida, em proveito das abstrações

⁶³ E. Hoffer, *fanatismo e movimentos de massa*, p.82.

hipostasiadas, atinge todos os aspectos da existência humana. As próprias abstrações que se tornaram sujeitos não se apresentam mais como coisas, mas são ainda mais abstratas tornando-se imagens.

O funcionamento do imaginário dispensa a necessidade do pensamento. Ele não proíbe o pensamento, não reprime o pensamento, mas esse modo de funcionar próprio das imagens e da nossa exposição a elas produz um modo de funcionamento psíquico no sujeito que prescindir o pensamento. Brevemente, diria que isso ocorre porque o imaginário funciona segundo a lógica da realização dos desejos. Cada imagem apresentada é como se fosse um microfragmento de gozo que o espectador consegue obter. Então, a cada fragmento de gozo, o pensamento cessa” (HAMBURGER, 2000, p.135-136).

Sendo assim, o espetáculo tornou-se o sequestro da vida e a cisão do mundo em realidade e imagem. Não se trata da produção de um real, cuja representação promoveria uma dissociação da imagem, mas da produção de um mundo, ele próprio cindido, falsificado, cuja lógica seria espetacular. O espetáculo não é segundo Debord (1997), suplemento do mundo real, mas o coração da irrealidade da sociedade real. A sociedade é fundamentalmente espetacular, sendo o espetáculo o que define os fenômenos e os seus sujeitos. Em um movimento complementar, a vida social é invadida pela contemplação do espetáculo.

Não é possível fazer uma oposição abstrata entre o espetáculo e a atividade social efetiva: esse desdobramento também é desdobrado. O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. A realidade objetiva está presente dos dois lados. Assim estabelecida, cada noção só se fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente (DEBORD, 1997, p. 15).

O espetáculo não é, portanto, algo que emerge pontualmente de um fundo real, mas uma condensação de imagens num fluxo comum que se apresenta ao espectador em sua unidade. A unidade que falta à vida é recuperada no plano da imagem. O espetáculo é um modelo de vida dominada na sociedade, em que as relações sociais entre o programa Show da Fé e a plateia, encontram-se mediadas pelas imagens.

O imaginário dá consistência para a experiência, dá corpo para a experiência. [...] A identificação com a imagem é uma forma de alienação, em que a consistência da experiência subjetiva se ancora na imagem do que se é para o olhar do outro. [...] Já o simbólico é fundado exatamente no ponto em que essa imagem já não dá conta do ser. [...] O significante vem no lugar da coisa que falta, a palavra, [...] que a identificação imaginária não resolve” (HAMBURGER, 2000, p.140)

Quanto mais o indivíduo reconhece-se nas imagens dominantes, e o R.R. Soares pelo programa Show da Fé exerce esse poder dominante, menos compreende sua própria existência, sua própria vida. De acordo com Pesavento (2005) Os indivíduos e grupos dão sentido ao mundo por meio das representações que constroem sobre a realidade.

Segundo (Althusser, 1970), a subjetividade representa não as relações de produção, mas a relação imaginária (ideias e/ou representações) dos indivíduos, com as de produção. O imaginário seria um reservatório que agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real, que realizam o imaginado, as leituras da vida, as interpretações da realidade e, por meio de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar ao estar do mundo. “[...] A imagem detém o trabalho psíquico ao produzir algo que se parece com uma significação. Porque os significantes são arbitrários, porque uma palavra pode nomear alguma coisa, mas não é aquela coisa” (HAMBURGER, 2000, p.144).

Assim, o imaginário é a instância, sobre a qual, a mídia e as práticas discursivas religiosas, em alguns momentos, agem diretamente manipulando toda uma vida cotidiana e um ser religioso que está em constante busca por uma resposta ou solução para aliviar suas dores, problemas e preocupações.

É próprio da comunicação contribuir para a modificação dos significados que as pessoas atribuem às coisas. E, através da modificação de significados, a comunicação colabora na transformação das crenças, dos valores e dos comportamentos” (BORDENAVE, 1989, p.92)

O predomínio, do discurso e da imagem, sobre a personalidade humana é muito forte, a espetacularização da imagem e seu feito sobre a massa dos cidadãos indiferenciados, transformados em plateia ou em multidão, aglutinadas em grandes espaços, torna o indivíduo em um consumidor da aparente subjetividade alheia. Debord (1997) refere-se não à imagem enquanto tal, mas a forma-imagem enquanto

desdobramento da forma-valor, responsável pela constituição de estilos de vida a serem consumidos.

Desta forma, produz-se aí, sob as mais diferentes modalidades de espetáculo, a banalização que domina e predomina na sociedade moderna, e que tem como agente principal o indivíduo. “O avanço da tecnologia audiovisual e dos meios de comunicação, que serve para contrapor-se aos sistemas de censura e controle nas sociedades autoritárias, deveria ter aperfeiçoado a democracia e incentivado a participação na vida pública” (LLOSA, 2013, p. 121).

Vive-se, hoje, a civilização da imagem que por meio das propagandas comerciais, redes sociais, etc.; vêm exigindo de cada indivíduo a capacidade de agradar e de ser reconhecido. Nada está escondido ao olhar: a roupa, o corpo, a beleza, tem-se a ilusão de que basta olhar, ver para se apoderar das coisas, do outro, de um feito, de um sentimento e até mesmo do corpo humano. A sociedade do espetáculo, essencialmente de consumo, amparando-se nos meios de comunicação de massa, tornou-se a sociedade do espetáculo, ou seja, o espetáculo tornou-se a forma de ser da sociedade de consumo e não simplesmente em estar.

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda realização humana, uma evidente degradação do ser para o ter. A fase atual em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer, do qual todo ter efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última (DEBORD, 1997, p. 18).

O espetáculo, consiste, assim, na multiplicação de ícones e imagens, principalmente pelos meios de comunicação de massa, mas também pelos rituais religiosos e a prática do consumo. Tudo aquilo que falta à vida real do indivíduo é substituído por algo, nesse caso o programa Show da Fé, que transmite sensações de permanente aventura, felicidade, poder e status social.

Os seres humanos alimentam-se dessas trocas, o que reforça sua natureza relacional e os torna seres vinculantes, especialmente se considerarmos que o seu processo de amadurecimentos é mais longo do que o de outras espécies, gerando uma acentuada dependência prolongada em relação ao meio social (MORIN, 1997).

Sendo assim, o programa Show da Fé cumpre, com eficácia, esse pressuposto “a raiz do fenômeno está na cultura, ou melhor, na banalização lúdica da cultura imperante, em que o valor supremo é agora divertir-se e divertir, acima de qualquer outra forma de conhecimento” (LLOSA, 2013, p. 123).

Esse espetáculo é a aparência que confere perfeição e dá sentido a uma sociedade dividida e destruída. Os meios de comunicação de massa, são apenas manifestação superficial mais esmagadora da sociedade do espetáculo, fazendo do indivíduo um ser solitário, anônimo e acima de tudo, infeliz em meio a grande parcela de consumidores.

O espetáculo, tomado sob o aspecto restrito dos “meios de comunicação de massa”, que são sua manifestação superficial mais esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra: Ela convém ao automovimento total da sociedade. Se as necessidades sociais da época na qual se desenvolvem essas técnicas só podem encontrar satisfação com sua mediação, se a administração dessa sociedade e qualquer contato entre os homens só se podem exercer por intermédio dessa força de comunicação instantânea, é porque essa “comunicação” é essencialmente unilateral; sua concentração equivale a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que lhe permitem prosseguir nessa precisa administração (DEBORD, 1997, p. 21).

Os meios de comunicação de massa adentram no pensamento humano e de forma rápida transformam toda a realidade do indivíduo. Sendo assim, o imaginário seria um reservatório que agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, as leituras da vida, as interpretações da realidade e, por meio de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar ao estar no mundo.

O fenômeno religioso, segundo (BOURDIEU, 1998, p.15), “através de seus representantes, utiliza símbolos desta estrutura estruturada, que detém os capitais simbólicos objetivados”, impondo mando àqueles que estão, sob a égide da crença, subjugados às suas condições. É, portanto, “um poder que aquele que lhe está sujeito dá àquele que o exerce” (BOURDIEU, 1988: 188), e, dessa maneira, é um poder legitimado.

A crença que religiosos (padres, pastores, bispos, mãe de santo, cartomante etc.) são líderes que fazem uma ponte entre o céu e a terra, ou seja, um elo entre o

homem e o transcendente, faz deles líderes sagrados, cujas ordens devem ser obedecidas. Esse movimento religioso implica no disciplinado e é aplicado pelo apresentador R.R. Soares. Essa imposição de subjetividades pode ser compreendida, no sentido dado por Michel Foucault (1984), como adestramento ou disciplinarização, posto que instrui os fiéis para a submissão à estrutura hierárquica e doutrinária da Igreja e, de certa forma, ao poder político institucionalizado, conforme afirma Foucault.

O poder disciplinar é, com efeito, um poder que, em vez de se apropriar e de retirar, tem como função maior 'adestrar'; ou sem dúvida adestrar para retirar e se apropriar ainda mais e melhor. Ele não amarra as forças para reduzi-las; procura ligá-las para multiplicá-las e utilizá-las num todo (FOUCAULT, 1984, p.153).

O pressuposto, do qual partem diversos pensadores, que trabalham com as representações sociais é de que os fenômenos humanos podem ser conhecidos e explicados a partir de uma perspectiva coletiva, mas sem ignorar o indivíduo. Trata-se de uma forma de conhecimento que tenta construir uma realidade comum a um conjunto social. Ciro Flamarion Cardoso afirma que as representações sociais são construídas a partir de representações mentais examinadas no nível individual. Segundo ele, "as representações mentais constituem a matéria prima das representações sociais" (CARDOSO, 2000, p. 25).

No entanto, o conceito de representação coletiva foi introduzido em 1898, pelo sociólogo francês Émile Durkheim, que pretendia explicar fenômenos como a religião, por exemplo, que, segundo ele, deveria ser pesquisada a partir de investigações que tivessem por objetivo o coletivo. Para (CHARTIER, 1990) a representação é entendida de duas formas: a) exibe um objeto ausente que é substituído por uma imagem capaz de o reconstituir na memória; b) a representação exibe uma presença, como a apresentação pública de algo ou alguém. A representação assim entendida é uma cópia pura e simples do real.

Assim, o quadro do programa Show da Fé: "A Novela da Vida Real" com duração no roteiro de 5 a 8 minutos de arte, transporta os problemas do cotidiano das pessoas para as telas da TV. A teledramaturgia da novela procura contextualizar as pessoas e representá-las nas diversas situações do cotidiano da vida. É a realidade tornando-se imagens. Nos diversos quadros assistidos da "A novela da vida real", percebeu-se a similaridade entre os roteiros e construções textuais da realidade

humana, ou seja, assuntos mais latentes da sociedade contemporânea, que ganharam a espetacularização da vida humana e de suas particularidades nas telas, criando vínculos afetivos e dependências, temas como: violência, alcoolismo, drogas, desemprego, problemas de ordem matrimonial, enfermidades, problemas financeiros são os assuntos mais abordados pelo quadro que é exibido dentro do roteiro do programa Show da Fé, como parte essencial do programa.

Desta forma, “A novela da vida real” é confrontada com o testemunho de uma pessoa que estava passando por aquele problema e após tomar conhecimento do programa Show da Fé, seus problemas foram solucionados. O problema exposto pelo quadro “A novela da vida real” contrapõe-se ao sucesso que é o testemunho, e a mediação entre o problema e o sucesso é o programa Show da Fé. Nos mais de 50 quadros assistidos e anotados, não foram tratados, em pauta, as questões positivas das pessoas, isto é, as conquistas no decorrer da vida ou até mesmo a presença de Deus.

Ao contrário, o programa é a porta do sucesso e da solução dos problemas de ordem física e espiritual para os seguidores. As pessoas que procuram o programa são carentes de algo e ao enxergar sua vida, representada pela novela, conseguem tomar consciência de sua situação e, através do testemunho do programa, alcançar a vitória desejada. O programa é o caminho seguro e verdadeiro, sem ele, torna-se impossível a superação dos problemas, dessa forma, os símbolos e os representantes, R.R. Soares, do transcendente para seus seguidores, desempenham um importante papel na representação do poder da religião.

Segundo (CONTRERA, 2010, p.21) “Vincular significa ter ou criar um elo simbólico ou material, constituir um espaço ou território comum”. Portanto, a construção da imagem de sagrado, por esse movimento religioso, recria no imaginário das pessoas que aderem ao discurso, uma sensação de compreensão e um sentimento de acolhida e afago, capaz de promover uma fidelidade a ponto de entregar-se ao fenômeno através de ritos de passagem ou consagração, que implicam uma manutenção econômica que alimenta, por sua vez, a indústria cultural que o manipula e seduz aos seus interesses próprios.

A relação desenvolvida com o programa ou o seu líder, torna-se para as pessoas algo palpável, um redentor real, que está sempre perto, alguém que, em meio a uma ordem social desordenada e atormentada, não muda seus valores e detém a capacidade de transmitir ao homem e fazê-lo incorporar valores considerados

fundamentais para fortalecer os vínculos sociais e afetivos, tais como: justiça, integridade, amor, esperança, acolhida, segurança, prosperidade, sucesso, vitória, dentre outros. Para Rubem Alves (2007), o projeto inconsciente do ego, não importa seu tempo nem seu lugar, é encontrar um mundo que possa ser amado, ainda que por meio da magia da imaginação e do poder milagroso da palavra, juntam-se o amor, o desejo, a imaginação, as mãos e os símbolos para criar o mundo que faça sentido, que esteja em harmonia com os valores do homem, que o constrói, que seja espelho, espaço amigo, verdadeiro lar.

O fato é que o próprio líder e apresentador do Show da Fé, R.R. Soares, ao conclamar o telespectador a praticar a chamada 'transformação' ou 'mudança de vida', confere ao seu discurso vincutivo a capacidade de resolver todos os problemas do homem, retirando dele próprio essa missão, mas não retira de seu discurso sua autoridade e seu carisma, algo essencial na construção de vínculos no universo simbólico religioso, ou seja, o líder deve ser carismático, enquanto *magistro*.

O sistema carece de elementos e recursos, que sustentem na condição de justificador e não de mobilizador da situação. A ideologia capitalista, utilizando-se dos meios de comunicação de massa, domina uma grande parcela da sociedade, explorando de maneira autoritária e arbitrária, controla toda a sociedade do espetáculo. O espetáculo leva o indivíduo cada vez mais para dentro dele e de si mesmo, tornando-o cada vez mais egocêntrico, conseqüentemente, desumanizado existencialmente e carente afetivamente.

No entanto, esse consumo religioso presente na sociedade contemporânea e nas pessoas que consomem o produto Show da Fé, ocorre por meio das necessidades das pessoas, na vida real, e, por meio das imagens, elas acabam conseguindo transformá-las na realidade em que se sente carência.

E sem dúvida o nosso tempo, prefere a imagem à coisa, a cópia ao original. Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação (DEBORD, 1997, p. 13).

Os indivíduos não conseguem viver suas emoções e percepções sem o auxílio dessas modernas condições de produção, pois desenvolveram uma grande cobiça pela mercadoria, uma vez que, a felicidade e o sucesso identificam-se e se resumem

ao consumo. O indivíduo tornou-se um ser dependente e alienado, ou seja, transformado pela mercadoria, que se tornou o centro de toda a vida social.

A cultura contemporânea, em vez de mobilizar o espírito crítico da sociedade e sua vontade de combater esse estado de coisas, faz que tudo isso seja percebido e vivido pelo grande público com a resignação e o fatalismo com que se aceitam os fenômenos naturais – terremotos e tsunamis – e como uma representação teatral que, embora trágica e sangrenta, produz emoções fortes e agita a vida cotidiana” (LLOSA, 2013, p. 126).

A linguagem do programa Show da Fé, é constituída por símbolos da produção reinante, o espetáculo tem uma finalidade única, ou seja, a produção de símbolos (marcas publicitárias, produtos, atores), tudo isso é articulado enquanto mercadorias destinadas a um consumo específico caracterizado pelo prazer.

O homem se vê governado e alienado por algo que ele próprio criou, e, o fato e a verdade não são mais coisas simples de se conseguir. Na compreensão de Debord, (1997) e Llosa, (2013), a total desinformação dos indivíduos, como negação da realidade, é uma consequência grave de tudo isso. Os meios de comunicação de massa utilizam-se da fórmula de informar de maneira manipuladora, ou seja, informa aquilo que interessa e dá lucro.

Mas, isso não é algo fácil, pois esses meios de comunicação estão impregnados na vida das pessoas, e, são os principais responsáveis pelas informações adquiridas por elas. Dessa forma, fazem com que os indivíduos acreditem em tudo o que veem e escutam, ou seja, as pessoas acabam vivendo em um mundo de imagens, aparências e espetáculos. O predomínio da imagem sobre a personalidade humana é muito forte, a espetacularização da imagem e seu efeito sobre a massa dos cidadãos indiferenciados, transformados em plateia a ponto de um programa religioso acontecer numa estrutura de teatro com palco, plateias, luzes, câmeras, sons, espaços e apresentações musicais.

As pessoas empobrecidas em sua subjetividade, dedicam-se a cultuar a imagem de outras, como a do líder R.R. Soares, destacadas pelos meios de comunicação de massa, como representantes de dimensões de humanidade que o homem comum já não reconhece em si mesmo. Consumindo as imagens espetacularizadas de várias celebridades e setores da sociedade, o indivíduo busca aquilo que se perdeu exatamente como efeito da espetacularização da imagem: a

dimensão humana e singular, do que pode vir a ser uma pessoa, a partir do singelo ponto de vista de sua história de vida.

O grande triunfo do capital investido nos meios de comunicação de massa, é a consagração da plasticidade do próprio capital. As mensagens publicitárias veiculadas durante o programa Show da Fé, chegam ao imaginário das pessoas, despertando nelas um grande desejo de consumir os produtos anunciados. A geração de necessidades nas pessoas é comum no decorrer do programa.

Todavia, o indivíduo é dependente dessas imagens, pois, por meio delas, pode confirmar que ele existe dentro do mundo, é por meio delas que o ser humano pode orientar-se em meio a todos os seus semelhantes, dos quais estão sempre isolados. O homem, cuja vida banaliza-se, precisa fazer-se representar espetacularmente. Diante das necessidades do indivíduo, o espetáculo ocupa o lugar de 'sagrado' na vida do homem, um sistema circular de produção em que realiza e 'dá sentido à vida'. "A cultura deveria preencher esse vazio que outrora era ocupado pela religião" (LLOSA, 2013, p. 136). Portanto, no espetáculo é o dinheiro que se olha, nada mais uniforme, nada mais opressivo, já que apaga o homem como agente social, em favor da mais abstrata e universal de todas as mercadorias. O espetáculo torna essa opressão desejável. É sua face sedutora.

O espetáculo contemporâneo corresponde à crise do indivíduo, assinalada pela oposição entre aparência e vida real. Existe uma imposição do sistema opressor sobre o indivíduo em que: todas as necessidades do homem podem ser satisfeitas pelo espetáculo, ocorre aqui o nivelamento do indivíduo entre mero objeto do mercado e consumidor. Dessa forma, o espetáculo produz aquilo em que o homem se realiza e se satisfaz.

Portanto, não é negando o espetáculo ou isolando-se dele, que se pode lutar contra essa força alienante e poderosa, estabelecida na sociedade, é preciso esforçar-se para encontrar e utilizar os vários saberes das lutas de resistência, com aquelas mesmas táticas usadas contra toda e qualquer dominação existente.

Pode parecer utópico, mas é preciso lutar pelo que faz do indivíduo um ser humano, o direito primordial de ser livre da alienação do espetáculo que se vê na atualidade. Lutar pelo desenvolvimento e libertação como condição para a construção da verdadeira realidade antropológica do homem, para que ele, no seu percurso diário, descubra realmente a sua identidade e potencial, e, também que a sua existência vai muito além da consciência, pois, o homem é muito mais que um ser

passivo, contemplativo, alienado e manipulado pelo espetáculo existente em um programa de TV.

3.3 O programa Show da fé: uma narrativa do sagrado e do profano

Pensar sobre a narrativa do programa Show da Fé, como fenômeno mercadológico, travestido de religioso, é compreender que o tempo não é para o homem religioso, nem homogêneo nem contínuo, ou seja, há os intervalos no próprio tempo da vida de qualquer pessoa, que segue um caminho de descobertas em relação ao cosmos e si mesmo. É perguntar como algo profano assume uma experiência marcada pela religiosidade que é um exercício de poder?

O tempo sagrado, o tempo das festas; há o tempo profano, no qual se inscreve os atos privados de significado religioso. “Um campo pode ser definido como uma rede ou uma configuração de relações objetivas entre posições definidas objetivamente em sua existência e nas determinações que elas impõem a seus ocupantes, agentes ou instituições” (BOURDIEU, 1998). Os estudos científicos, sobre os diversos fenômenos religiosos oriundos de diversas culturas e contextos sociológicos, vêm tomando corpo ao longo do processo investigativo-especulativo, que por uma necessidade de tentar compreender as diversas manifestações religiosas presentes na vida e na história dos homens, que a ciência predispôs a investigar os fenômenos religiosos. Para tanto, utilizando-se dos mais diversos símbolos e meios, o homem constrói um mundo novo que acaba voltando para ele mesmo e de um certo modo, passa a reconstruí-lo.

Sendo assim, (Eliade, 2001), entra nesse contexto como um dos que, sentindo a inquietação diante de tantas referências atribuídas ao fenômeno sagrado e profano, buscou fazer uma leitura diferenciada da compreensão dos fenômenos religiosos, propondo-se a investigá-los e suas estruturas como formas distintas de manifestação religiosa. Contudo, manteve o mesmo eixo central, Transcendente – transcendido. Isto é, o mundo que a pessoa humana projeta para fora de si, configura-se na forma de uma representação. O método da compreensão na narrativa insere o indivíduo, de certo modo, no espaço da representação, como nas fotografias, monumentos e textos.

Para o homem não-religioso o tempo não apresenta rotura, nem mistério: constitui a mais profunda dimensão existencial do homem, está ligado à sua própria existência, tem um começo e um fim, que é a morte, o aniquilamento da existência. O homem não religioso sabe que se trata sempre de uma experiência humana, em

que nenhuma presença divina pode inserir-se. O fenômeno religioso trata de realidades sagradas, pois o sagrado é o real por excelência. Seria, então, o programa Show da Fé uma manifestação do sagrado na dimensão profana?

Quando se fala em narrativas, fica um tanto complicado não mencionar a cultura grega, com suas infinidades de narrativas, e sua busca incessante em desvincular-se da associação dos fenômenos religiosos ou transcendentais. E contra essa vertente “duvidosa” o pensamento grego utiliza-se do *logos* em contraposição ao fenômeno religioso, que vulgarmente foi vinculado ao religioso ou transcendente. Ao passo que, “o judeu-cristianismo, por sua vez, relegou para o campo da “falsidade” ou “ilusão” tudo o que não fosse justificado ou validado por um dos dois testamentos” (ELIADE, 1972, p.54). Pode-se pensar que aqui lida-se com dimensões inúteis, do ponto de vista prático, mas muito importantes do ponto de vista da construção da humanidade, no humano simbólico e cultural.

A proposta, porém, não é tomar como ponto de partida a narrativa grega, egípcia, indiana, ocidental ou oriental e sim uma compreensão orquestrada pelos contrários do avesso da existência humana, no fundo, essas dimensões dão conta de sentimentos. E, sabe-se que os sentimentos têm suas necessidades de representações, que possam estar conectadas com os mais diversos horizontes da experiência humana: vinculam-se às mudanças e aos percursos das lembranças simbólicas. O sentimento é sempre de alguma coisa, seja ela interna ou externa, concreta ou abstrata, presente ou ausente. O programa Show da Fé, numa interpretação enquanto fenômeno religioso, seria então, um produto cultural complexo, que permite inúmeras compreensões.

O homem religioso assume por meio do Show da Fé, um modelo transumano, transcendente, metafísico. Ele só é verdadeiramente homem quando imita os deuses, os heróis civilizadores, quando faz a jornada do herói ou os antepassados míticos. O homem religioso não é dado: faz-se a si próprio, ao aproximar-se dos modelos divinos. Por isso, as pessoas buscam seguir as orientações e as atitudes do apresentador R.R. Soares, pois ele exerce esse papel simbólico. Por meio dos ritos o homem religioso pode passar, sem perigo de duração temporal ordinária para o tempo sagrado. (Eliade, 2001).

A narrativa está por toda parte e utiliza-se da linguagem, de imagens, de rituais, de símbolos, de gestos e de situações. Pode-se, como exemplo, utilizar-se de um olhar prosaico sobre a cidade, o bairro em que se vive, a faculdade e os lugares por

onde se passa e até sua própria moradia. Tudo está repleto de elementos de narrativas: os monumentos das praças e seus heróis, as pessoas homenageadas pelas placas das ruas, o estilo arquitetônico das casas, as criações que as pessoas fazem ao se vestirem, o modo de falar e até o jeito de andar. Em resumo, pode-se dizer que o mundo em que se vive é um método narrativo de compreensão simbólica.

A narrativa também pode ser encontrada nas lendas, nas fábulas, nos contos, nas novelas, nos romances épicos, nas histórias, tragédias, comédias, dramas, nas imitações, nas pinturas, filmes, fotografias, vitrais, desenhos animados, jornais e conversas. Os seres humanos sonham, divagam, creem, duvidam, planejam, fofocam, reveem o passado, lembram, antecipam, aprendem, esperam, desesperam, constroem, criticam, odeiam e amam através das narrativas.

Para o homem religioso, como os telespectadores do Show da Fé, a natureza está sempre carregada de um valor religioso, isto é, o mundo fica impregnado de sacralidade, não só de um lugar, de um objeto consagrado, por uma presença divina. Segundo (ROLAND BARTHES, 2004, p.34), “são animais narrativos, uma vez que a narrativa está presente em todas as épocas, em todos os lugares, em todas as sociedades, portanto, a narrativa é internacional, trans-histórica, trans-cultural: ela simplesmente está aí, como a vida”. O homem religioso descobre os múltiplos modos do sagrado, do ser, não é um caos, mas um cosmos, obra dos deuses. Os ritmos cósmicos manifestam a ordem, a harmonia, a permanência, a fecundidade. O cosmos é ao mesmo tempo um organismo real, vivo e sagrado: revela as modalidades do ser e da sacralidade. ontofania e hierofania se unem.

A narrativa propicia a possibilidade de se falar ou de se contar uma história, ou redigir algo nesse sentido, permite uma saída à fragmentação da experiência e o mundo adquire um sentido ao longo do tempo, assim, a experiência da narrativa é uma atividade de construção de sentido, e pode assumir as mais diversas formas. O programa Show da Fé, na possibilidade narrativa, é construtor de sentidos para a vida dos telespectadores que o assistem. Escrever as narrativas ajuda a estabelecer um sentido para o mundo e também torna os indivíduos conscientes dos diversos tipos de relações, que se pode ter com ele, real ou imaginário. De certo modo, aqui estabelece-se um ponto de partida para o tipo de consciência que se pode ter.

Retirando da vida religiosa propriamente dita, o sagrado celeste permanece ativo por meio do simbolismo. Um símbolo religioso transmite sua mensagem mesmo quando deixa de ser compreendido, conscientemente, em sua totalidade, pois um

símbolo dirige-se ao ser humano integral, não apenas à sua inteligência. O Show da Fé, assume essa condição simbólica na vida de muitas pessoas. Pois, a primeira coisa que chama atenção é que os termos que são espiritualizados, tais como, mente, alma, emoção, etc. aparecem na *Ilíada* como termos concretos: a vida ou vitalidade está no sangue, no hálito, no movimento. A existência do homem religioso é aberta para o mundo; vivendo, o homem religioso nunca está sozinho, pois vive nele uma parte do Mundo. “O hindu que, abraçando sua esposa, proclama que ela é a Terra e ele é o Céu, está ao mesmo tempo plenamente consciente da humanidade dele e de sua esposa” (ELIADE, 1972, p. 32).

O simbolismo cósmico junta um novo valor a um objeto ou uma ação, sem com isso prejudicar seus valores próprios e imediatos. Uma existência aberta para o mundo, não é uma existência inconsciente. A abertura para o mundo permite ao homem religioso conhecer-se conhecendo o mundo. É como se para cada narrativa correspondesse, pelo menos, uma outra que seria a sua compreensão.

A opacidade da narrativa, suas circunstâncias e seu gênero são considerados tão importantes, quanto o seu conteúdo ou, de qualquer modo, inseparáveis. Um segundo aspecto da narrativa é que a história passa a ser vista como dividida: não se surge do nada, não se vive sozinho e nem se é no isolamento. Assim, as pessoas criam vínculos com o programa Show da Fé e com o apresentador, que insiste em seu discurso ideológico, que as pessoas não estão sozinhas.

O homem religioso mostra que o homem das sociedades primitivas não se considera acabado, tal como se encontra ao nível natural da existência: era preciso morrer e renascer para uma vida superior, que é ao mesmo tempo religioso e cultural. É uma história com muitos participantes, uns que trouxeram alegrias, prazer e felicidade e outros tristezas, agruras. Recordar – como diz a própria palavra: remeter ao coração – implica então um processo de reconciliação e de reconhecimentos. Neste caso, a história passa a ter uma linguagem diversa, ou seja, uma linguagem poética ou, talvez melhor, simbólica.

Conhecer as situações assumidas pelo homem religioso, compreender seu universo espiritual é, em suma, fazer avançar o conhecimento geral do homem. As situações assumidas pelo homem religioso das sociedades primitivas e das civilizações arcaicas, contribuíram para que os indivíduos se tornassem aquilo que são hoje; fazem parte da sua história. Em qualquer contexto histórico, em que se encontra, o *homo religiosus* (Eliade, 2001) acredita-se sempre que existe uma

realidade absoluta, o sagrado, que transcende este mundo, que aqui se manifesta, santificando-o e tornando-o real.

O homem moderno, a-religioso, assume uma nova situação existencial: reconhece-se como o único sujeito e agente da história e rejeita todo apelo à transcendência. O homem faz-se a si próprio, e só consegue fazer-se completamente na medida em que dessacraliza a ele e ao mundo. O sagrado é o obstáculo por excelência à sua liberdade. O homem só se torna, ele próprio, quando estiver radicalmente desmistificado. Só se é verdadeiramente livre quando se mata o último deus que é a alienação.

Um homem, exclusivamente, racional é uma abstração; jamais é encontrado na realidade. Todo ser humano é constituído, ao mesmo tempo, por uma atividade consciente e por experiências irracionais. Não se quer dizer que as narrativas do programa Show da Fé são produtos do inconsciente, pois seu modo de ser é justamente como ele se revela, ou seja, proclama que algo se manifestou de maneira espetacular.

O homem a-religioso perdeu a capacidade de viver conscientemente a religião e, de compreendê-la e assumi-la; mas, no mais profundo de seu ser, ele guarda ainda a recordação dela, da mesma maneira que, depois da primeira “queda”, e embora espiritualmente cego, seu antepassado, o Homem primordial, conservou inteligência suficiente para lhe permitir reencontrar os traços dos seres transcendentais visíveis no mundo.

Sendo assim, as narrativas religiosas mais adequadas são as que permitem que os outros também tenham as suas. A identidade madura requer um envolvimento no mundo social que é mais amplo e duradouro que o componente pessoal. Então, deve-se ser verdadeiro consigo mesmo, claro, mas se deve sê-lo também para esse tempo e lugar. A impossibilidade de se elaborar a própria história, isto é, o discurso religioso, gera em cada ser não só estranheza para consigo mesmo, mas também para com o outro. Gerando, assim, uma sociedade de pessoas que apenas representam um papel já pronto, sem poderem elaborar o seu próprio personagem único do palco da vida, singular e original.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente Dissertação teve como objetivo refletir sobre a religiosidade e poder na sociedade do espetáculo mediante um estudo sobre o programa Show da Fé. Procurou-se evidenciar as contribuições do autor Guy Debord, no que diz respeito à sociedade do espetáculo e a espetacularização da religião por entender suas reflexões como colunas dessa construção científica.

Esse estudo buscou trilhar o itinerário percorrido pelos capítulos da dissertação, recuperando seus passos mais significativos, como possibilidade de compreensão do objeto de pesquisa, o programa de TV Show da Fé. A indagação primeira foi de assumir um caminho possível a partir do autor Debord, que ajudasse a compreender tal objeto, trazendo conceitos basilares para a reflexão sobre o tema como, alienação e poder nas definições desse autor. Buscou-se também outros conceitos sobre poder espetacular difuso e o poder na interpretação de Michel Foucault. Foi relevante refletir sobre o exercício do poder, pois ele é sempre atual e está presente nas relações. A maioria das pessoas se assusta quando se fala em poder, que causa polêmica, é desejado e temido.

Posteriormente, a preocupação voltou-se para as exigências e as interpelações do princípio do espetáculo da religião, no programa Show da Fé de produção da RIT-TV. que pertence a IIGD, propriedade do apresentador do programa R.R.Souza. Procurou-se trazê-lo ao centro da discussão, por entender sua relevância científica e por sua presença tão marcante no Brasil e no mundo. Buscou-se fazer uma leitura hermenêutica de uma corrente pentecostalista midiática, de grandes proporções no cenário televisivo nacional e internacional, destes princípios de comercialização da religião na contemporaneidade.

Por fim, a urgência em entender o programa Show da Fé, a partir de sua roteirização, produção, edição e finalização. Julgou-se necessário ao tema proposto, trazer algumas reflexões em relação à linguagem, sobretudo, por se tratar de um programa de TV. Assim, propor subtemas como “Signo” (1997) do autor Umberto Eco, bem como, “Sagrado e Profano” (2001) de Mircea Eliade foi assumir outras possibilidades de compreensão em relação ao tema ou de agregação de interpretações sobre a pesquisa. Assim como, entender a importância da representação e da imagem do Show da Fé, a partir das contribuições de Mario

Vargas Llosa em “A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura” (2013), fez perceber que o importante e fundamental é ter a disponibilidade de atuar, ver os conflitos de uma sociedade, e não apenas questionar, mas, dispor-se em agir cada vez mais, com a coragem e com o pensamento crítico.

Contudo ao invés de olhar a sociedade do espetáculo e os contratempos existentes e fazer uma conclusão precipitada, o pesquisador buscou, continuamente, a interdisciplinaridade e a observação atenta ao programa Show da Fé. Porém, reconhecendo que não é o único programa de TV, no formato de auditório, que busca a comercialização da fé e da religião. Mas, dada a tamanha proporção do mesmo, no ar há mais de 20 anos, entende-se que existe muito ainda para ser pesquisado e refletido em relação ao programa. Quem sabe numa pesquisa futura, de um doutorado pense-se em outros modelos de programas em contraponto com o Show da Fé, ou a comercialização do formato em outros países.

Analisando o programa Show da fé na sociedade contemporânea, o pesquisador deparou-se com o desafio de resgatar a discussão em relação à presença maciça de adeptos do programa, pelo Brasil e pelo mundo, com seu discurso de libertação, prosperidade e sucesso. O que motiva milhões de pessoas do Brasil e do mundo a consumirem esse produto midiático religioso? Buscou-se, assim, responder esse questionamento no decorrer da dissertação, contudo, acredita-se que essa pergunta continuará aberta para inúmeras possibilidades de respostas e pesquisas.

Diante de tudo o que foi comentado ao longo desse trabalho, foi possível concluir que a construção da imagem do apresentador R.R.Souares, de ser o missionário amigo, e principalmente, falar a linguagem das pessoas, ou falar o que eles queriam ouvir, proporcionou uma facilidade de aceitação por parte dos seguidores do programa. A comunicação com as pessoas, além de ser algo de suma importância, ou seja, uma demonstração de valorização para com eles, torna-se ainda possível porque passam a ter uma aceitação dos propósitos pré-estabelecidos pelo programa. Por meio de seus discursos ideológicos, que ele emana nos programas, será sempre um exemplo de comunicador que propõe coragem para as dificuldades vividas. Suas mensagens foram destinadas aos patrocinadores do programa, porém o potencial do discurso ideológico foi direcionado a todas as pessoas que assimilavam o grande valor comunicado pelo apresentador R.R.Souares, que é a força para não desanimarem diante dos diversos contratempos existentes. O R.R.Souares usou as

palavras certas, nos momentos incertos na vida das pessoas, com a linguagem adequada o apresentador demonstrava para as pessoas que elas, em hipótese alguma, estariam sozinhas, que sempre deveriam contar com o auxílio dele e com a companhia do programa Show da Fé que caminhava com elas.

Contudo, não houve, por parte do pesquisador, o desejo de esgotar um tema tão vasto e complexo. Procurou-se, ao longo do trabalho, manter-se fiel ao tema delimitado. E, consciente dos limites dessa pesquisa, elencaram-se algumas conclusões, que não têm, de modo algum, a pretensão de serem definitivas. Apontam apenas para a realidade aberta e dinâmica que caracteriza o fazer comunicacional do programa Show da Fé.

A intenção foi situar o princípio do programa em um horizonte maior, isto é, visibilizar este princípio desde suas raízes e suas consequências comunicacionais. Recuperaram-se seu ponto de partida, seu ulterior desenvolvimento e suas interpelações para a realidade atual. E ainda a inquietude causada pelo programa Show da Fé, como um fenômeno comunicacional antropológico alienante e capitalista, com suas marcas culturais, políticas e assistencialistas, que germinam pessoas dependentes simbolicamente.

Portanto, o programa Show da Fé, que é comercializado nas mídias, como instrumento de libertação e sucesso é, em si mesmo, contraditório e alienante, sobretudo, pelo uso do poder hierarquizado de subordinação e pelas práticas de desumanização e exploração no ponto de vista debordiano. Contudo, é fato que o ingresso do R.R. Soares na mídia, em meio as transformações éticas/morais; religiosas/secularização, globalização/indústria cultural dos últimos anos trouxe para os brasileiros aquilo que o escritor Délcio Monteiro de Lima, afirmou em 1987 “Os demônios descem do Norte”, “enquanto o diabo cochila” (1990).

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, NICOLA. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado**. 4ªed. Lisboa: Presença, 1970.
- ALVES, Rubem. **O que é religião**. São Paulo: Loyola, 2007.
- ARBEX JR., José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 10ªed. Tradução: Roberto Raposo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- BELLOTTI, Karina Kosicki. **História das religiões: conceitos e debates na era contemporânea**. História: Questões & Debates, n. 55. Curitiba: Editora UFPR, 2011, p.13-42.
- BÍBLIA DE JERUSALÉM. São Paulo: Paulus, 2002.
- BARTHES, Roland. **O Grão da Voz**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- BLAU, Peter. Diferenciação de poder. In: AGUIAR, Neuma (Org.). **Hierarquia em classes**. Rio de Janeiro: Zahar, 1974. p. 167-202.
- BORDENAVE, Juan E. Dias. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998
- CARVALHO, Maria Cecília M. de. **Construindo o Saber**. 15ª ed. Campinas: Papyrus, 2003.
- CASHMORE, Ellis. **...E a televisão se fez**. São Paulo: Summus, 1998.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Comunicação e cultura na sociedade do espetáculo: a produção/destruição da cidade-espetáculo**. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto, CASTRO, Valdir José de. (orgs.) **Cultura, comunicação e espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2016, pp. 15-31.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Comunicação e política na sociedade do espetáculo: o conceito de poder espetacular**. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto, MARTINO, Luís Mauro Sá. (orgs.) **Espetáculo e poder simbólico**. São Paulo: In House, 2013, pp. 37-55.
- CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera: meios, imaginário e desencantamento do mundo**. São Paulo: Annablume, 2010.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

_____ **Panegírico**. São Paulo: Conrad, 2002.

ECO, Umberto. **O Signo**. Trad. Maria de Fátima Marinho, 5ª ed. Lisboa: Presença, 1997.

ELIADE, Mircea. **A Estrutura dos Mitos**. In: Mito e Realidade. São Paulo: Perspectiva, 1972.

_____. **O Sagrado e o Profano**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 16ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1993.

_____. **Vigiar e Punir**. 36ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

FRANCISCO, Adilson J. **Trânsitos religiosos, cultura e mídia: a expansão neopentecostal**. São Paulo: Paulus, 2014.

FRESTON, P. Breve história do pentecostalismo brasileiro. In: ANTONIAZZI, A. **Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo**. Petrópolis: Vozes, 1996.

FREUD, Sigmund. **A interpretação dos sonhos**. VI. 1. Porto Alegre: L&PM Editores, 2012.

GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da história**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

HAMBURGER, Esther. **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

HENRIQUES, Julio. **Internacional Situacionista: antologia**. Lisboa: Antígona, 1997.

IGREJA INTERNACIONAL DA GRAÇA DE DEUS. Disponível em: http://ongrace.com/portal/?page_id=31244&link=sobre acesso em: 06 de março de 2018).

JAPPE, Anselm. **Guy Debord**. Petrópolis: Vozes, 1999.

KURZ, Robert. **O colapso da modernização: Da derrota do socialismo de Caserna à crise econômica mundial**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

LEBRUN, Gérard. **O que é poder**. 9ª ed. São Paulo: Abril Cultural; Brasiliense, 1984.

LE GOFF, Jacques. **Os Intelectuais na Idade Média**. Trad. Maria Julia Goldwasser, 4ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

LIMA, Delcio Monteiro de. **Enquanto o diabo cochila**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990.

LIMA, Delcio Monteiro de. **Os demônios descem o Norte**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1987.

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo – Uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

LÖWY, Michael. **A estrela da manhã: surrealismo e marxismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. Trad. Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2014.

LUKÁCS, Georg. **História e Consciência de Classe: Estudos de Dialética Marxista**. Lisboa: Escorpião, 1974.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2016.

MARX, Karl; Engels, Friedrich. **Cartas filosóficas e o manifesto comunista de 1848**. São Paulo: Moraes, 1987.

NAIRN, Tom; QUATTROCCHI, Ângelo. **O começo do fim: França, maio de 68**. Rio de Janeiro: Record, 1998.

NETO, Antônio Fausto. A religião do contato: estratégias discursivas dos novos templos midiáticos. **Em Questão**. Vol. 10, n.1, 2004. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/viewArticle/89>

NETO, João Cabral de Melo. **O artista inconfessável**. Rio de Janeiro: Alfaguara, 2007.

OTTO, Rudolf. **O sagrado**. São Paulo: imprensa metodista, 1985.

PASSOS, João Décio. **Pentecostais: origem e começo**. São Paulo: Paulinas, 2005.

PESAVENTO, Sandra Jatáhy. **História e história cultural**. 2ªed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

PLATÃO, A **República**: A alegoria da caverna, 514-517 a.C. Trad. Lucy Magalhães. In: MARCONDES, Danilo. *Textos Básicos de Filosofia: dos Pré-socráticos a Wittgenstein*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

ROLIM, C. F. **Pentecostais no Brasil: uma interpretação sócio-religiosa**. Rio de Janeiro: Vozes, 1985.

SANTOS, Susy. **Uma convergência divergente: a centralidade da TV aberta no setor audiovisual brasileiro**. 2004. 270p. Dissertação (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

SCHILLER, Friedrich. **A educação estética do homem**. 4ªed. São Paulo: Iluminuras, 2002.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito além do jardim botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores**. São Paulo: Summus, 1985.

SOARES, Romildo Ribeiro. “R. R. Soares” Show da Fé. Rit TV e outras emissoras. http://ongrace.com/portal/?page_id=31244&link= acesso em 6 de março de 2018.