

O telejornalismo na construção da identidade social: os evangélicos em série especial do *Jornal Nacional*

The telejournalism in the social identity construction: the evangelical em special series of *Jornal Nacional*

Hideide Brito Torres | hideide@gmail.com.

Jornalista e mestranda do PPGCom da UFJF, linha Comunicação e Identidades. É integrante do grupo de pesquisa em Telejornalismo CNpq).

Iluska Coutinho | iluskac@uol.com.br.

Jornalista, doutora em Comunicação pela Umesp, com estágio doutoral na Columbia University (NY). Professora do departamento de Jornalismo e do PPGCOM da UFJF.

Resumo

Este artigo analisa, à luz dos Estudos Culturais Britânicos, a série especial do *Jornal Nacional*, intitulada *Os evangélicos*, abordando os textos, as imagens e as interfaces entre o discurso religioso e o discurso jornalístico. Num segundo momento, reflete sobre os diálogos entre a construção televisiva, jornalística e simbólica nos processos de construção identitária do grupo retratado. Por fim, apresenta alguns indícios de percepção a partir das falas das igrejas sobre o processo de produção das matérias e dos cuidados tomados em relação ao fato de “estar na Globo”.

Palavras-chave: identidade; evangélicos; discurso jornalístico.

Abstract

*This article examines, in light of British Cultural Studies, the special series of the *Jornal Nacional* (by Rede Globo Television), entitled “Evangelicals”, analyzing the texts, images and interfaces between the religious discourse and journalistic discourse inside the series. Secondly, it studies the dialogues between television, journalistic and symbolic construction in the process of identity of this social group. Thirdly, it presents some evidence of perception by the target group, particularly from the speech of churches on the process of production of reports and care taken with regard to the fact that “being in Globo”.*

Keywords: identity; evangelical; journalistic Discourse.

INTRODUÇÃO

Neste artigo, analisaremos, na perspectiva dos Estudos Culturais, a série especial Os evangélicos do *Jornal Nacional*, exibida de 26 a 29 de maio de 2009. Será abordada a representação evangélica na série, bem como algumas possíveis repercussões identitárias, entendendo o papel da televisão e, nela, o telejornalismo, como fundamental nos processos identitários na pós-modernidade.

Nosso interesse por este segmento social se dá pelo seu crescimento na sociedade, segundo o último censo do IBGE, bem como sua participação cada vez maior nos meios de comunicação massivos como rádio, internet e televisão. Este fator, bem como as novas formas de apropriação da religiosidade por meio desses grupos, entre outros, têm sido objeto de interesse de diversas ciências, para além daquelas ligadas à religião, tais como a Sociologia, a Psicologia e também a Comunicação.

Uma série de denominações religiosas cristãs se enquadram numa definição do senso comum do que seriam os evangélicos. Isso, a grosso modo, significa quase que exclusivamente o indivíduo não-católico. Ressaltada a evidente estereotipização e redução dessa definição, ela nos serve de ponto de partida para marcar características da identidade social ou coletiva desses grupos. Considerando essa variedade das experiências religiosas, tidas popularmente como evangélicas, cabe ainda ressaltar que:

No Brasil, ser evangélico significa, muitas vezes, não ser católico, nem espírita e nem umbandista. Num país de cultura católica, ser evangélico requer um *constante aprendizado, feito, dentre outras coisas, por meio de produtos de mídia*. Por outro lado, é preciso ter cuidado ao lidar com uma suposta dicotomia entre “evangélicos” e “não-evangélicos”, pois, da mesma forma que o protestantismo é caracterizado pela diversidade de denominações, a religiosidade dos não evangélicos é múltipla. (BELLOTTI, 2004, s/p., grifo nosso).

AS SÉRIES ESPECIAIS DO TELEJORNALISMO E A PRODUÇÃO DE SENTIDO

O *Jornal Nacional* é, ainda na atualidade, o maior ponto de referência do telejornalismo brasileiro, no ar há 40 anos, desde 1969. Embora o enfoque da cobertura jornalística esteja no eixo Rio-São Paulo, o jornal se propõe a trazer para a tela a realidade do país como um todo. As reportagens diárias procuram trazer, em primeira mão, os assuntos de maior destaque no momento, traduzindo, assim, a característica pós-moderna da superficialidade, da cotidianidade e da fragmentação, gerando visões parciais do todo pela incapacidade de aprofundar os temas para além da informação e entretenimento. Contudo,

esporadicamente, o *JN* produz séries de reportagens especiais para tratar temas variados. As séries vão ao ar durante uma semana, em reportagens de 3 a 6 minutos de duração, com uma estrutura independente do jornal, em que os assuntos podem ser mais aprofundados do que em matérias comuns. As séries ora tratam de assuntos que estão em pauta em determinadas épocas como “Eleições municipais”, ora referem-se a macrotemas, como “Educação no Brasil”. Elas se

caracterizam também por ter começo, meio e fim em cada reportagem, sendo desnecessário conhecimento prévio das reportagens anteriores, ainda que isso enriqueça a forma como o telespectador as recebe. (ROCHA, ALBUQUERQUE e OLIVEIRA, 2008, p.7).

Nesse formato, tem-se maior tempo para expor o assunto, relativa liberdade em relação ao tema (não necessariamente precisa ser algo em foco no momento), novas perspectivas de aproximação e abordagem, maior elaboração na edição, explorando-se, desta forma também, as possibilidades de exercitar a dramaturgia no telejornalismo. As séries especiais contam com trilhas sonoras, vinhetas de abertura e “cenas dos próximos capítulos” numa estrutura que evoca as telenovelas, conforme Coutinho:

O formato série de reportagem, para utilizar o termo com que os apresentadores dos telejornais da Rede Globo anunciam este tipo de material jornalístico, se aproximaria de uma espécie de novela informativa, em que cada capítulo possibilitaria o aprofundamento de um tema ou aspecto da realidade retratado na TV. [...] É importante considerar aqui que a própria existência de uma vinheta já denota a importância atribuída ao tema pela emissora, na edição do telejornal. Isso porque a criação de uma vinheta envolve outros setores da emissora, como o departamento de arte, que é acionado pelos editores do telejornal que utilizará a marca, desenvolvida a partir de uma descrição do caráter da cobertura, emoção que se pretende destacar. (COUTINHO, 2008, p.4-5; 12).

123

Para esta autora, as séries de reportagens estariam próximas ao conceito de jornalismo interpretativo de Luiz Beltrão, pois apresentam um maior aprofundamento na abordagem das matérias. Possuem também maior ênfase didática em sua própria constituição, contando ainda com os recursos gráficos diferenciados, uma apreciação maior dos contextos e maior perenidade, uma vez que algumas dessas séries são disponibilizadas via web, bem como em pontos de vendas, em formato de DVD, como bancas de jornais, etc. “Consumidas em capítulos, as reportagens seriam acompanhadas e aguardadas pelos telespectadores, aproximando-se de um consumo televisivo que já está incorporado ao seu cotidiano” (COUTINHO, 2008, p.11).

ANÁLISE DA SÉRIE DE REPORTAGENS SOBRE OS EVANGÉLICOS NO *JORNAL NACIONAL*

A série “Os evangélicos” foi exibida entre os dias 26 e 29 de maio de 2009, para abordar o trabalho social desenvolvido pelos evangélicos no País. Foram apresentados projetos sociais dos presbiterianos, assembleianos, batistas, metodistas, adventistas e luteranos. Na abertura da série, os apresentadores justificam o tema da seguinte forma:

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), enquanto a população brasileira cresceu 15,5% entre os dois últimos censos, o número de evangélicos dobrou. Hoje, são cerca de 15% dos brasileiros. Como a maioria católica representa 73% da população, as obras da Igreja Católica são mais conhecidas.

A cada edição, os âncoras recuperam o assunto e introduzem a igreja que será o tema do dia. A seguir, é exibida uma vinheta, na qual aparecem anônimos de mãos erguidas e olhos fechados, aparentemente num momento cúltico. A seguir, duas pessoas dão-se as mãos (com close apenas nos braços delas), tendo ao fundo o sol. Em letras douradas, os caracteres: “Os evangélicos”. As matérias são de autoria de Flávio Fachel, que atua desde 2000 como repórter especial da Rede Globo no Rio de Janeiro, e foram produzidas por Tyndaro Menezes. A equipe viajou aos diversos locais onde as igrejas apresentadas promovem seus trabalhos sociais.

a) A transversalidade dos discursos jornalístico e religioso (linguagem evangélica)

O repórter conduz as matérias impondo forte carga emocional a partir de seu modo de fala. Há uma série de frases poéticas que visam cativar a atenção do telespectador: “A harmonia dos sons vale por uma prece.” (26/05); “Vidas estacionadas nas calçadas, presas no beco escuro da indiferença” (27/05); “Jovens demais para ter lembranças que só existem em sonhos” (28/05); “A rua encantada, construída com o cimento da fé no evangelho, só existe graças à assistente social Gislaíne Monteiro Freitas, coordenadora do REAME” (28/05); “Uma lição de amor e solidariedade” (29/05).

O discurso jornalístico opera, aqui, na transversalidade do discurso religioso/evangélico. Na primeira reportagem, Fachel deixa a “confissão de fé” para a entrevistada, uma índia atendida na missão presbiteriana. Entretanto, a fala do repórter conduz a narrativa: “Ensinar, aprender, proteger e ajudar. Na missão evangélica encravada no Cerrado, são os próprios índios os primeiros a reconhecer...” e entra a fala da entrevistada: “Foi Deus que mandou a missão, tanto os caciques, os rezadores falam disso também”. O repórter, aqui, assume com a entrevistada o discurso religioso como fundamento da realidade experimentada por ela.

Na segunda reportagem, o repórter faz uso de expressões como: “De ex-detento, o antigo capitão passou a ser *salvador de almas*”. A expressão “salvador de almas” vem do discurso dos missionários norte-americanos que primeiramente aportaram no Brasil, desde o início do século 19 e seu sentido está ligado ao proselitismo, ou seja, a conversão de pessoas à fé evangélica.

Na terceira matéria, Fachel afirma: “o *abençoado pão de cada dia* vem pelas mãos dos integrantes da Igreja Batista”, numa clara alusão à oração do Pai Nosso, citada por Cristo nos evangelhos e repetida nos cultos cristãos. Também diz: “*seguidores do Evangelho viraram pescadores* de crianças”. Essas expressões também encontram-se no discurso evangélico, baseadas em citações atribuídas a Jesus nos Evangelhos da Bíblia, chamando-os de “pescadores de homens”. Outra fala do repórter (“quem vive na prática *os ensinamentos de Jesus*”) utiliza-se do jargão religioso para descrever os integrantes da Igreja. Acrescente-se ainda a entonação de voz como fator agregador de emoção e certa postura reverencial de quem fala.

Na quarta matéria, uma expressão típica do evangélico: “*Uma bênção que ecoa há 15 décadas*”. E ainda: “Nos corações, traziam uma *fé incomum no Evangelho*”, evangelho aqui como referência à pregação e à Bíblia, outra expressão bastante encontrada em falas e textos cristãos em geral.

Como se pode perceber, talvez para os não iniciados na religiosidade evangélica, as expressões nada tenham de extraordinário, mas, para esses grupos religiosos, são termos de uso constante, enraizados tanto nas tradições religiosas quanto na própria Bíblia, seu livro sagrado. Desta forma, cria-se um vínculo intenso com os grupos que se veem representados nesses enunciados.

b) O discurso jornalístico como possibilidade de conformação da representação social

Durante toda a série, cada vez que o repórter ou os âncoras usam a expressão “evangélico” o fazem de forma reforçada, quase que musicando a palavra, destacando-a no contexto. Desta forma, pretende-se que aquilo que será apresentado seja entendido como o ser evangélico – e não qualquer outra coisa. Por meio das imagens e dos textos, é estabelecido o que seria a identidade evangélica na concepção global, isto é, elege-se uma representação da mesma:

É por meio da representação [...] que a identidade e a diferença adquirem sentido. É por meio da representação que, por assim dizer, a identidade e a diferença passam a existir. Representar, neste caso, significa dizer: “essa é a identidade”; “identidade é isso”. É também por meio da representação que a identidade e a diferença se ligam a sistemas de poder. Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade.” (SILVA, 2000, p.91).

De fato, “a linguagem enquanto discurso não constitui um universo de signos que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento; a linguagem enquanto discurso é interação; e um modo de produção social” (BRANDÃO, 1998, p.12). Neste caso, trata-se da opção do repórter/da emissora por determinar quem é este evangélico cuja representação pretende estabelecer.

Portanto, cabe aqui perguntar também pelas ausências. Quem são os evangélicos não-retratados? Que razões levam alguns grupos a estarem presentes na telinha global e outros não? As igrejas abordadas na matéria são as chamadas “históricas”: do protestantismo (Metodista, Batista, Luterana, Presbiteriana), do pentecostalismo (Assembleia de Deus) e, ainda, a Adventista que não encontraria classificação entre as anteriores, devido tanto a fatores históricos quanto teológicos que não cabem no escopo deste artigo¹. Mas é notória a ausência das neopentecostais, muito embora essas igrejas mantenham trabalhos sociais, como a Fazenda Canaã (Universal do Reino de Deus) ou a Fundação Renascer (da Igreja de mesmo nome).

O uso das imagens na série corrobora e fortalece a fala do repórter e, na maioria das matérias, busca mostrar uma perspectiva positiva do evangélico. Ainda assim, é possível perceber uma crítica sutil, como no caso da matéria

sobre a presença evangélica na tribo indígena: “Hoje, são dois caciques e nenhum pajé, o líder espiritual. O último morreu há cinco anos. Os chocalhos sagrados dos rituais criaram teias de aranha” – esta fala é reforçada pela imagem da oca, à frente da qual há duas cruzes. Uma leitura possível da imagem seria apontar os grupos evangélicos como responsáveis pelo processo de desagregação cultural e religiosa dos indígenas, sem indicar outros fatores que possam ter contribuído para essa situação ou mesmo aprofundar um pouco mais a discussão, que é pontuada, mas fica ao largo do restante da matéria.

Por outro lado, uma imagem já acompanhada por textos de cunho crítico em outras situações, aparece aqui, agregada a uma fala que a retrata de modo afirmativo, produzindo outro sentido para o telespectador: a entrega dos dízimos e ofertas pelos fiéis, filmada durante o culto, vem somada à explicação de que se trata de manter as atividades da orquestra da igreja Assembleia de Deus. Logo a seguir, o repórter pergunta ao pastor: “O que as pessoas costumam ouvir, que acabam ouvindo errado?”, ao que o pastor responde: “que a igreja só existe para pegar dinheiro do povo, enganar o povo, os pastores são charlatões, pegadores de dinheiro, mas ninguém vê o trabalho social que a igreja desenvolve”. Assim, pelo confronto do que é dito pelo senso comum e o que é apresentado na matéria, busca-se desenvolver no telespectador uma imagem diferenciada do que é ser evangélico, dando-se ao testemunho do pastor um teor de que a imagem negativa do evangélico é fruto, quem sabe, de uma falsa acusação. Outra vez, estereotipando e generalizando, apagam-se ou são silenciadas outras situações nas quais houvesse qualquer mau uso comprovado dos recursos financeiros ou exploração de fiéis em nome da fé.

c) O discurso jornalístico, a disputa de poderes e a memória autorizada

Na primeira matéria, a origem histórica das igrejas evangélicas é resgatada, com menção a Lutero e Calvino (os chamados reformadores), introduzida pela expressão: “A origem das igrejas evangélicas está no distante século 16, na decisão de homens como Martinho Lutero e Calvino, em romper com a Igreja Católica [...] O movimento é conhecido como Protestantismo, de onde derivam a imensa maioria dos evangélicos de hoje”. Esta é outra forma de promover uma conexão entre os grupos evangélicos distintos, reunidos pela reportagem num único bloco, caracterizando-os com uma herança histórica comum. De fato, “para se ter uma memória coletiva, é preciso interligar as diversas memórias dos indivíduos que fazem parte do grupo identificado como proprietário daquela memória” (ENNE, 2004, p.103). Em todas as matérias, há um resgate histórico da origem das denominações mencionadas, com o uso de mapas para mostrar o país originário das mesmas.

Porém, a forma como essa memória é construída e os discursos produzidos acerca do passado são muito importantes na percepção identitária. Enne afirma, por exemplo, “que conhecimentos sobre o passado dão ao seu portador

autoridade” – e é o que acontece no jornalismo. Ao recontar o passado, muito embora seu enunciado seja apenas uma versão, uma possibilidade, uma apropriação e uma forma de atuar como “guardião da memória”², o jornalista posta-se como autoridade sobre o tema e adquire a confiança do telespectador quanto à informação.

Assim, não são discutidas outras questões que, num dado momento histórico, foram mais relevantes. Por exemplo, o fato de que Martinho Lutero não “decidiu romper” com a Igreja Católica, mas, de fato, foi por ela excomungado. Se a maioria da população é católica, esta informação tem um peso bastante diferenciado, mudando a forma como a questão é absorvida. Procedimentos desse tipo podem ser entendidos como “*enquadramento da memória*”. É preciso escolher o que vai ser lembrado e o que deve ser esquecido” (ENNE, 2004, p.105, grifos da autora). O jornalismo ocupa um papel central na construção social da memória, pois “os agentes ligados aos processos midiáticos [possuem] forte penetração dos seus discursos e [...] configuração de um senso comum avalizado pela categoria sancionada da objetividade” (ENNE, 2004, p.115).

Aqui se estabelece uma disputa de poder que se pode notar muito fortemente na mídia, entendida de forma geral:

127

Há sempre um *saber* em disputa quando se configuram as redes de memória e identidade. E esse *saber*, objeto de *conflitos*, é revestido por um *status de verdade*, como indica Foucault. Portanto, a disputa por *saber* é relevadora de uma disputa por *poder*, pelo controle da informação, pela construção de uma versão que se sobreponha às demais e receba o *estatuto de verdade*, o que implica uma disputa pela própria posição social ocupada por esses agentes (ENNE, 2004, p.109, grifos da autora).

As estratégias usadas pelos agentes podem ser entendidas como parte de uma estratégia maior, qual seja, de *controle do saber acerca da história*, que podem levar tais agentes a conquistas coletivas, como *a penetração junto a outras esferas de poder* (ENNE, 2004, p.109-110). A religiosidade, ao longo da história, tem sido uma grande força mobilizadora na sociedade. Considerando ainda a ascensão midiática dos grupos evangélicos, não seria de surpreender a preocupação da Rede Globo em estabelecer um relacionamento em novas bases com este grupo. Afinal, é dada sua histórica indisposição para com os segmentos evangélicos, notadamente a partir do advento da Igreja Universal do Reino de Deus³.

Assim sendo, cabe destacar que a série de reportagens sobre os evangélicos traz também uma abordagem diferenciada acerca da presença social desses grupos, em relação a outras matérias feitas pela Rede Globo. Eles são apresentados como relevantes para a sociedade, uma vez que, no dizer de William Bonner, estão “não só em cidades grandes como o Rio de Janeiro, mas também em comunidades menores, do interior do país, apoiando populações que frequentemente são esquecidas pelo poder público”. Esta fala evoca a forma pela qual os meios de comunicação contribuem, de modo efetivo, para a *construção social da realidade* (BERGER e LUCKMANN, 2004).

Nesta direção, lembramos a definição de Costa acerca das *identidades tematizadas*, que “seriam estratégias deliberadas e reflexivas de colocação pública de uma situação social qualquer sob a égide da problemática identitária, em geral com vistas à constituição ou à potenciação de dinâmicas de ação social” (COSTA, 2002). Para ele, “ser capaz de mobilizar para a ação coletiva parece requerer o estímulo à constituição de identidades culturais redutoras e reificadas” (COSTA, 2002, p.27-28). Como é algo reconhecido que o relacionamento entre Globo e evangélicos sempre teve momentos de grande tensão, seria essa série de reportagens uma tentativa de “mobilizar para uma ação coletiva”, no sentido de adotar-se novas posturas de tratamento frente a esse grupo, não somente da emissora em si, mas também pela projeção de um estereótipo diferenciado dos evangélicos para o todo social?

De fato, as matérias terminam com a palavra dos religiosos, reafirmando sua preocupação com o bem-estar das outras pessoas ou trazendo ainda um aspecto testemunhal de como a ação dos evangélicos mudou a vida de alguém para melhor, reafirmando uma identidade positiva desses sujeitos. Existe uma predominância na fala dos entrevistados em locais abertos, usando-se também bastante o recurso dos closes, especialmente no final das matérias, quando são mostrados rostos sorridentes ou mãos erguidas em momentos de culto. Neste contexto, as imagens, associadas aos textos que lhes projetam sentidos definidos, possibilitam inferir a intencionalidade das matérias em mostrar que é o despertar religioso que motiva os evangélicos a ações sociais em benefício da coletividade, fazendo-os colaboradores do poder público.

d) O uso de especialistas no discurso jornalístico

Se por um lado há uma contaminação do discurso religioso no discurso jornalístico do repórter, como vimos no primeiro item da análise, por outro lado, ele se resguarda numa pretensa busca da objetividade, apoiando-se num saber científico (visto como mais legítimo), pela presença dos especialistas na constituição da matéria. Essas participações “muitas vezes se prestam apenas para reiterar o enquadramento do Jornal, criar maior identificação com o público telespectador ou abrir a possibilidade de que aquele tema possa ser visto sob outra perspectiva” (ROCHA, ALBUQUERQUE e OLIVEIRA, 2008, p.10-11). Esses especialistas são entrevistados, sendo sua imagem acompanhada pela legenda de seus nomes e profissões, “donde podemos inferir que elas recebem uma espécie de ‘autorização’ para falar” acerca do tema proposto (ROCHA, ALBUQUERQUE e OLIVEIRA, 2008, p.8).

De fato, todas as igrejas abordadas nas matérias foram tratadas a partir de suas localidades, sem considerar a hierarquia presente nelas. Presidentes, líderes nacionais ou bispos não são convocados a falar em nome de suas denominações acerca das ações que desenvolvem. Assim, mantém-se uma identidade evangélica calcada na alteridade, a partir das falas de autoridade dos portadores do saber legitimado e, portanto, detentor do poder de discurso sobre esses

grupos. Fica, também, preservada a objetividade, categoria fundamental da projeção identitária do jornalista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: A SÉRIE ESPECIAL NA PERSPECTIVA DOS GRUPOS RETRATADOS

Neste ponto, pode ser interessante analisar a palavra oficial de algumas das Igrejas mostradas na série. Preocupadas com a recepção junto aos seus próprios fiéis, algumas delas disponibilizaram em seus sites oficiais ou organismos que as representam informações sobre o processo de produção das matérias e sua participação no mesmo. Nosso objetivo com isso é buscar algo por detrás das câmeras, as motivações para a participação dessas igrejas e pontuar um pouco de sua autopercepção frente ao discurso jornalístico.

No site do CLAI, Conselho Latino-americano de Igrejas, há um release enviado pela assessora de imprensa da Igreja Luterana, contando como foi a produção da matéria sobre o trabalho agrícola desenvolvido pelos luteranos:

A vinda da equipe do Rio de Janeiro (quatro pessoas do Rio de Janeiro e uma pessoa da RBS TV de Porto Alegre) foi marcada para os dias 23 a 25 de abril. Devido às características do trabalho e por uma questão de proximidade geográfica, a visita foi organizada junto ao núcleo Pelotas (RS) do Consórcio CAPA. [...] Tanto a assessora de imprensa do núcleo Pelotas, Rocheli Wachholz, quanto a jornalista da IECLB/FLD, Susanne Buchweitz, depois com o apoio do assessor de imprensa do núcleo de Santa Cruz do Sul, Batista Weber – acompanharam a equipe da Globo durante os três dias e conversaram muito com a produtora Rosângela e pessoalmente com o jornalista Flavio Fachel e o produtor Tyndaro Menezes sobre características dos projetos sociais da IECLB semelhantes ao CAPA e outros apoiados pela FLD.⁴

Certa reserva da Igreja aparece no fato de que, antes de acertarem a vinda da equipe, a liderança da Igreja discutiu acerca do “o significado de ‘estar na Globo’ - as possibilidades e as responsabilidades”, conforme consta no release. Também as questões identitárias aparecem na firmeza com que se informou à reportagem acerca da posição da Igreja no cenário religioso evangélico: “Insistimos muito nas diferenças entre a IECLB e as igrejas evangélicas/pentecostais e nas características ecumênicas do trabalho do CAPA, que busca fortalecer o protagonismo do público atendido⁵”.

Também no site da Igreja Adventista foi possível encontrar informações adicionais sobre a produção da matéria que apresentou o trabalho desenvolvido junto a crianças em situação de risco:

O repórter Flávio Fachel, entrevistou diversas crianças, incluindo a diretora Glauciethe Batista para conhecer a respeito das atividades desenvolvidas e sua importância a curto, médio e longo prazo. A maratona de gravações começou por volta das 12h e

terminou as 19h30. Ao final das gravações, a equipe de funcionários do Cadec Magarça agradeceu a presença do grupo e lhes presenteou com o livro *Sinais de Esperança*. Emocionados, os repórteres pediram que orassem por eles e seus familiares.⁶

O site informa que a produção da matéria foi acompanhada por uma jornalista da instituição. Interessante também é destacar que o projeto foi encontrado, segundo o site, por causa do trabalho “dos assistentes da TV Globo que visitaram inúmeros sites em busca de projetos sociais que realizassem *trabalhos sérios*” (grifo nosso). Vemos aqui, como no exemplo anterior, uma preocupação desses grupos evangélicos em não serem inseridos numa perspectiva identitária uniformizante sobre o que seria o evangélico na sociedade brasileira ou, ao menos, na acepção que lhes é muitas vezes atribuída no noticiário nacional.

É interessante destacar que, havendo a abordagem da série especial opado pelo viés do elogio, do reconhecimento, uma série de telespectadores religiosos viram nisso indício de um “milagre divino”, como se pode observar nos comentários postados no site do youtube, no qual as matérias foram colocadas logo após sua exibição no telejornal. Logo, a pretensão dos veículos de comunicação, de produzir uma identificação no público-alvo, mostra-se, ao menos em parte, alcançada. Gera-se um processo de autopercepção frente ao discurso jornalístico que retrata esses grupos. Isso interessa particularmente aos estudos de comunicação, pois os indivíduos.

forjam identidades a partir de marcadores que culturalmente passam a ser definidos como relevantes. [...] À medida que essa discursividade encontra repercussão no tecido social, ela alimenta práticas e produz sujeitos que passam a agir e a reconhecer-se a partir de determinadas posições (GUARESCHI, 2006, p.84).

A série especial do *Jornal Nacional*, durante quase toda a semana, postulou marcadores para a autopercepção dos evangélicos, afetando sua identidade e sua discursividade a esse respeito. De acordo com a acepção do telejornal, a atuação evangélica consiste em “ensinar, aprender, proteger e ajudar” (26/05); são conhecidos “por não perderem a esperança nas pessoas” e por demonstrarem “compaixão” capaz de mudar a vida das pessoas (27/05); são “uma grande família unida pela fé, que tem suas regras” e suas atividades têm a função “de ensinar a palavra de Deus e fazer sorrir, por dentro e por fora” (28/05). As pessoas atendidas têm a oportunidade de “crescer no rumo do bem, pelas mãos de quem vive na prática os ensinamentos de Jesus” (29/05).

Nas falas dos entrevistados, os eventuais conflitos identitários, especialmente os relacionados com a prática cotidiana e as dificuldades de interação social com outros segmentos sociais foram superados num discurso unificador do evangélico como pacificador, doador, voluntário e genuinamente preocupado com o bem-estar do próximo. Ainda que este seja o discurso evangélico, a sua identidade também se manifesta de outras formas, até mesmo contrárias a esta, postulada no corpo da série especial, a qual também, do lado midiático,

procurou produzir um discurso acerca do que é ser evangélico no Brasil a partir do ponto de vista do telejornalismo global. Mas cabe deixar no ar a pergunta: será este o mesmo discurso que encontraremos numa eventual pesquisa acerca da representação evangélica na cotidianidade do *Jornal Nacional*? Caso contrário, o que isso nos indica sobre a representação deste grupo no telejornalismo global?

NOTAS

¹ O movimento adventista surge nos Estados Unidos, pela pregação de uma profetisa chamada Ellen White, cujos livros e profecias ainda hoje são o fundamento doutrinário do grupo. Caracterizam-se por seguir costumes próprios do Antigo Testamento, tais como não consumir carne de porco, guardar o sábado, além de outras restrições alimentares, sendo alguns enfaticamente vegetarianos. Também no que tange ao sentido teológico das figuras de Jesus Cristo e de satanás há controvérsias teológicas fortes desta denominação em relação ao restante das igrejas cristãs. Por esta razão, o adventismo tem sido entendido como um movimento distinto dos evangélicos que, mesmo com diferenças entre si, ainda mantêm maior unidade quanto a essas questões.

² As pessoas que determinam, de uma forma ou outra, o que deve ou não ser lembrado. Deve ser lembrado que todo processo aparentemente consensual pode ser fruto de 'intensa luta e contestação'. (cf. RIBEIRO e BARBOSA, 2007, p.108).

³ De fato, em palestra proferida durante o Seminário Globo/Intercom 2009, um dos dirigentes de jornalismo daquela empresa afirmou a atenção dada pela Globo a este segmento, uma vez que, nas palavras dele, "num país democrático, não estamos isentos da possibilidade de ter um presidente evangélico".

⁴ <http://www.claibrasil.org.br>, acesso em 31 ago 2009.

⁵ <http://www.claibrasil.org.br>, acesso em 31 ago 2009.

⁶ <http://www.portaladventista.org>, acesso em 31 ago 2009.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELLOTTI, Karina Kosicki. Mídia, Religião e História Cultural. In: *Revista Rever*. São Paulo, PUC, 2004. Versão eletrônica. Disponível em: http://www.pucsp.br/rever/rv4_2004/t_bellotti.htm, acesso em 20 de julho de 2009.

BERGER, Peter L. e LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. 25.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

COSTA, António Firmino da. Identidades culturais urbanas em época de Globalização. In: *Rev. bras. Ci. Soc.*, São Paulo, v. 17, n. 48, 2002. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=So10269092002000100003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 10 de agosto, 2009.

COUTINHO, Iluska. Séries de reportagem em televisão: Reflexão sobre um possível Telejornalismo interpretativo. In: *Intercom*. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, 2 a 6 de setembro de 2008. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0588-2.pdf> > acesso em 20 de julho de 2009.

ENNE, Ana Lúcia. Memória, identidade e imprensa em uma perspectiva relacional. In: *Revista Fronteiras: estudos midiáticos*. Unisinos, v.2, 2003, p.101-116.

GUARESCHI, N.. A mídia e a produção de modos de ser da adolescência. In: *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, v. 1, n. 30, 2006.

LEAL, Bruno de Souza. A comunidade como projeto identitário. In: MAIA, Rousiley e CASTRO, Maria Céres Pimenta S. (org). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: UFMG, 2006, p.183-212.

MACHADO, Hilka Vier e KOPITTCHE, Bruno. A identidade no contexto organizacional: perspectivas múltiplas de estudo. In: *Anais do Encontro de Estudos Organizacionais*, 2.2002. Recife: Observatório da Realidade Organizacional: Propad/UFPE: Anpad, 2002. 1CD.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart e BARBOSA, Marialva. Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional. In: *Comunicação e Sociedade*. São Bernardo do Campo: Umesp, ano 28, n. 47, 2007, p. 100-116.

ROCHA, Simone Maria; ALBUQUERQUE, Carolina Abreu e OLIVEIRA, Renata Carneiro de. Qual é a 'cara' da cultura brasileira apresentada pelo Jornal Nacional? O gênero televisivo como estratégia de enunciação. In: *Comunicação Midiática: instituições, valores e cultura*. Anais do 1º Colóquio em Comunicação e Sociabilidade, UFMG, 12-14 de novembro de 2008. Disponível em: < http://www.fafich.ufmg.br/cis/pdfs/grispop/ROCHA_simone.pdf > acesso em 20 de julho de 2009.

SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart e WOORDWARD, Kathryn. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, Vozes, 2005.