

## REPRESENTAÇÕES DA IDENTIDADE DOS EVANGÉLICOS BRASILEIROS PELO DISCURSO JORNALÍSTICO

Rafael Mesquita<sup>1</sup>

Rayssa Mesquita<sup>2</sup>

### FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segmento em crescimento no país, principalmente após a expansão das denominações pentecostais e neopentecostais nos anos 1970, os evangélicos são objeto de corrente representação pela mídia, principalmente conforme ocupam mais espaços públicos supervisionados pelo olhar jornalístico. Segundo Oro (2011), a ascensão pentecostal no Brasil trouxe "interpelações" importantes ao *establishment* cultural, religioso e político da nação<sup>3</sup>. Interpelou primeiramente a cultura católica ao quebrar seu monopólio sobre o cristianismo brasileiro, confrontar sua tradição de sincretismo com o exclusivismo próprio às religiões de conversão (VELHO, 2009), e competir com ela em presença midiática. Politicamente, o crescimento no número de políticos evangélicos modificou o cálculo do poder, sendo a cooptação deste segmento imperativa na garantia da governabilidade (ORO, 2011).

Os evangélicos são o exemplar brasileiro de um fenômeno global: a reemergência pública das religiões e subseqüentes interpelações à ideia de modernidade (CASANOVA, 2007; BERGER, 2004). Burity (2007) explana que a modernidade enquanto narrativa se fundou sobre uma oposição ao *ancien régime*, e que a religião foi identificada com este não por algum *processo* imanente de desenvolvimento histórico, mas por um *projeto* consciente de constituição política.

---

<sup>1</sup> Jornalista, Mestre e Doutorando em Ciência Política pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGCP) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Email: rafaelmesquita\_5688@hotmail.com

<sup>2</sup> Graduanda em Licenciatura em Letras - Inglês da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Email: rayssa.mesquita@gmail.com

<sup>3</sup> Ainda segundo Campos (2008), desde o séc.XIX a identidade protestante brasileira se definiu como contracultural face ao *status quo* católico latino-americano.

Bobbio (1989) também vê na afirmação da autonomia (em oposição à heteronomia) um pilar da ordem política moderna, tendo a razão como seu princípio justificador. Não obstante, a própria cisão entre o eterno e *seculorum*, natureza e história, se calcou originariamente em referenciais religiosos, vendo a razão humana como dom e vocação divino<sup>4</sup>. A fé cristã, portanto, foi um "envoltório discursivo "inconveniente"" que o discurso da modernidade teve de reprimir através "da definição de uma clara oposição entre a religião e a nova ordem." (BURITY, 2007, p.23).

A manutenção do discurso da modernidade depende da ação simbólica das instituições que a encarnam, reforçando essa oposição elementar, sendo a imprensa um dos melhores representantes. Considerou-se neste estudo a imprensa como um ator cuja ação simbólica é animada por uma compreensão de si como (i) uma sentinela do poder, (ii) um agente do esclarecimento da opinião pública e (iii) uma instituição filiada a determinada cultura nacional e ideologia. Esses três componentes evidenciam o vínculo seminal entre a imprensa e a modernidade. Ambas surgiram num mesmo momento histórico e se desenvolveram de forma simbiótica, de modo que muitos dos elementos que formam a autocompreensão da imprensa têm sua origem nas narrativas fundacionais da era moderna (Estado-nação, autonomia humana, racionalidade e publicização), da qual a religião era um Outro (universalismo, heteronomia humana, irracionalidade e misticismo) (ANDERSON, 1983; TAYLOR, 2007. THOMPSON, 1998).

Para este trabalho, foi utilizado uma versão adaptada do modelo de identidade proposto por Abdelal et al. (2006), que a divide em duas dimensões: conteúdo e contestação. "Conteúdo" diz respeito a quatro componentes que dão sentido a certa identidade social, resumidos neste trabalho para apenas três: (1) Componente constitutivo/performativo ("O que nos faz o que somos? Para que existimos?"); (2) Comparações relacionais ("O que nós *não* somos?"); (3) Modelos cognitivos ("Como vemos o mundo?"). "Contestação" diz respeito ao fato que identidades são sobretudo sociais, de modo que seu sentido está constantemente

---

<sup>4</sup> Vide por exemplo um dos pais do justnaturalismo e liberalismo, John Locke, que em seu Segundo Tratado sobre o Governo Civil afirma que "todos os homens são obra de um único Criador todopoderoso e infinitamente sábio, todos servindo a um único senhor soberano, enviados ao mundo por sua ordem e a seu serviço; são portanto sua propriedade, daquele que os fez e que os destinou a durar segundo sua vontade e de mais ninguém." (LOCKE, 2005 [1690], tradução nossa)

sujeito a modificações através da ação de outros atores. Isso implica que um grupo social, no nosso caso, os evangélicos brasileiros, não está sozinho em definir-se. Outros interlocutores, como a imprensa e demais grupos sociais, medem forças com eles no sentido de propor suas próprias leituras de quem são esses fiéis.

Trabalhos que tentam aproximar AD e o estudo da identidade destacam que práticas discursivas podem ser um bom *locus* para verificação empírica da construção identitária. Gregolin (2008, p.95) estabelece uma relação entre mídia, identidade e linguagem, postulando que a imprensa oferta matrizes de sentido que "estabelecem paradigmas, estereótipos, maneiras de agir e pensar que simbolicamente inserem os sujeitos em uma 'comunidade imaginada'". Zoppi-Fontana (2003, p.263) define identidade como "feixe instável de processos de identificação" e chama atenção para o processo de designação, que busca estabilizar de sentidos sobre sujeitos na sociedade, e de predicação, que avança um *dever ser* para certa instância referenciada no discurso, geralmente se legitimando por pretensões universalistas mas simultaneamente excludentes. Para o caso dos evangélicos, podemos esperar que sua excentricidade face ao *establishment* cultural-religioso os leve a serem rotulados como *outsiders* da "comunidade imaginada" brasileira, enquanto que os processos de predicação deverão definir a participação na coisa pública a partir de axiomas normativos da modernidade que implicam na valorização negativa da identidade evangélica.

## **HIPÓTESE, OBJETIVOS E MÉTODO**

A hipótese deste trabalho é que os jornais — por possuírem uma Formação Discursiva (FD) influenciada por estatutos da modernidades como publicização, esclarecimento e comunidade nacional — criem uma identidade para os evangélicos brasileiros calcada em oposições como moderno/pré-moderno, racional/irracional, público/privado e nacional/não-nacional, que preservem e reforcem os arranjos simbólicos do ideário da modernidade

Foi analisado um corpus de 4.851 notícias extraídas dos portais online de dois jornais de grande circulação, OESP e FSP, publicadas entre junho de 2000 e agosto de 2015. Os textos foram coletados por software específico (bot) que, através dos

mecanismos de busca nativos dos portais, fez o download de textos em que se encontravam as palavras "evangélico" ou "pentecostal". Tentou-se compreender (1) quais as circunstâncias sob as quais este grupo torna-se alvo de maior atenção da mídia; (2) qual identidade é construída para ele; (3) quais estratégias discursivas são mobilizadas pelos jornais para produção de sentido junto ao leitorado. Realizou-se uma análise quali-quantitativa: primeiramente uma AC em todo o corpus para extrair os temas mais salientes e épocas de maior atenção midiática, e em seguida uma AD de uma amostra de notícias publicadas em 2014 — ano marcado por uma eleição presidencial altamente confessionalizada.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### *Análise de Conteúdo*

Recorrendo aos softwares QDA Miner 4 e WordStat 7, os 4.851 textos selecionados foram classificados por editoria. Das 11 editorias consideradas<sup>5</sup>, "Política" foi a predominante, respondendo por 37% do corpus, como detalhado na Tabela 1.

**Tabela 1 - Total de artigos por editoria**

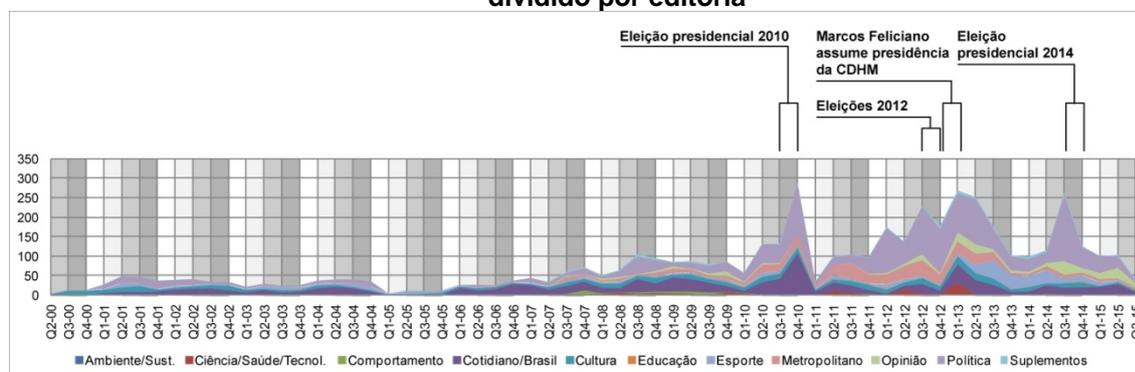
<b>Editoria</b>	<b>N. de artigos</b>	<b>% de artigos</b>
Política	1796	37,02%
Cotidiano/Brasil	1065	21,95%
Cultura	494	10,18%
Metropolitano	479	9,87%
Esporte	405	8,35%
Opinião	264	5,44%
Ciência/Saúde/Tecnol.	163	3,36%
Suplementos	101	2,08%
Comportamento	57	1,18%
Educação	23	0,47%
Ambiente/Sust.	4	0,08%
<b>Total</b>	<b>4851</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Elaborado pelos autores

<sup>5</sup> Descartaram-se as editorias "Internacional", devido ao interesse ser pelos evangélicos brasileiros, e "Economia", pois uma limitação do bot fez com que numerosos artigos mencionando o ministro das finanças grego (Evangelos Venizelos) fossem erroneamente computados. Com estas duas editorias, o total de artigos iria para 6.035.

O volume de notícias publicado também reflete o interesse predominante pelo aspecto político. Como se vê na Figura 1 abaixo, que mostra o volume de artigos do 2º trimestre de 2000 ao terceiro trimestre de 2015, o montante de notícias atingiu seus maiores níveis quando das eleições presidenciais de 2010 e 2014 (ambas com candidatos evangélicos), nas eleições de 2012 e quando em 2013 o Pr. Marcos Feliciano assumiu a presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias (CDHM). Nota-se ainda um crescimento, ao longo dos anos, de artigos opinativos sobre evangélicos.

**Figura 1 - Série temporal de número de artigos por trimestre de jun/00 a ago/15 dividido por editoria**



Fonte: Elaborado pelos autores

As frases mais repetidas no corpus, extraídas por meio da AC, reforçam a predominância do interesse político-eleitoral e relativo à CDHM. Na Tabela 2 abaixo, estão as 15 frases mais frequentes do corpus, classificadas em importância segundo seu *term frequency X inverse document frequency* (TF\*IDF).

**Tabela 2 - Quinze frases mais frequentes no corpus**

FRASE	FREQ. DA FRASE	N. ARTIGOS	% ARTIGOS	TF • IDF
DIREITOS HUMANOS	1066	456	9,40%	1094,7
DILMA ROUSSEFF	1170	808	16,65%	910,9
MARINA SILVA	857	449	9,25%	885,9
ASSEMBLEIA DE DEUS	767	427	8,80%	809,6
BR SÃO PAULO	350	32	0,66%	763,3
RIO DE JANEIRO	702	415	8,55%	749,6
MARCO FELICIANO	603	293	6,04%	735,1
COMISSÃO DE DIREITOS	584	293	6,04%	711,9
IGREJA EVANGÉLICA	810	655	13,50%	704,4
COMISSÃO DE DIREITOS HUMANOS	569	289	5,96%	697
PRESIDENTE DILMA	611	385	7,93%	672,4
JOSÉ SERRA	680	521	10,74%	659
IGREJA UNIVERSAL	554	371	7,65%	618,6
DEPUTADO FEDERAL	563	387	7,98%	618,3
IGREJA CATÓLICA	524	324	6,68%	615,9

Fonte: Elaborado pelos autores

## Análise do Discurso

Tendo em vista que a editoria "Política" foi a mais volumosa, selecionamos uma amostra de 58 artigos publicados no OESP no ano de 2014 relacionados às eleições presidenciais para submetê-los à AD e assim obter uma visão mais detalhada do discurso midiático. Foi possível encontrar 14 temas recorrentes no discurso do jornal, que podem ser enquadrados em três categorias, inspiradas no modelo abdelaliano.

**Tabela 3 - Frequência dos componentes e temas identitários no discurso do OESP em 2014**

Componente identitário	Tema	N. enunciados	% enunciados	N. artigos	% artigos
CONSTITUTIVO/PERFORMATIVO	SEPARAÇÃO FÉ E POLÍTICA	34	19,80%	20	34,50%
	INFLUÊNCIA SOBRE CANDIDATA	15	8,70%	11	19,00%
	ALVO ELEITORAL	15	8,70%	11	19,00%
	ÉTICA E POLÍTICA	4	2,30%	4	6,90%
MODELO COGNITIVO	VOTO AUTOMÁTICO	14	8,10%	13	22,40%
	FUNDAMENTALISMO	9	5,20%	5	8,60%
	MESSIANISMO	7	4,10%	5	8,60%
	OBSCURANTISMO	3	1,70%	3	5,20%
	INFLUÊNCIA PASTORES-FIÉIS	2	1,20%	2	3,40%
COMPARAÇÃO RELACIONAL	LGBT	31	18,00%	23	39,70%
	ABORTO	15	8,70%	11	19,00%
	REL. PARTIDOS/ANTI-PT	13	7,60%	10	17,20%
	MACONHA	5	2,90%	3	5,20%
	CONTRASTE CATOLICISMO	4	2,30%	3	5,20%

Fonte: Elaborado pelos autores

(1) Componente constitutivo/performativo: o discurso midiático mostra os evangélicos como um segmento social de importância política para aqueles que fazem parte do grupo e para os que não fazem. Apontam-se políticos evangélicos delatados como corruptos, contrapondo essa transgressão com o ideário coletivo acerca da moral cristã<sup>6</sup>. Cita-se ainda a força ativa de candidatos à presidência buscando angariar votos da população evangélica, por reconhecer neste segmento social uma parcela importante de votos a ganhar<sup>7</sup>. A categoria mais amplamente

<sup>6</sup> "Sob aplausos, Everaldo foi chamado ao palco pelo fundador da igreja, Robson Rodvalho, ex-deputado federal, que teve o mandato cassado por infidelidade partidária e que já foi acusado de usar verba da Câmara para pagar passagens aéreas de artistas que se apresentaram em shows da Sara Nossa Terra" (OESP, 19/07/2014)

<sup>7</sup> "Mirando esse eleitorado, o comitê de Dilma também mandou imprimir dois milhões de panfletos intitulados "Evangélicos com Dilma - Por que votamos em Dilma!". O material traz uma foto da presidente na Assembleia de Deus do Brás, com destaque para uma frase dita pela petista na ocasião: "O Estado brasileiro é um Estado laico, mas o Brasil é uma nação que tem Deus como Senhor." (OESP, 30/09/2014)

observada na pesquisa trata da separação de fé e política, abrangendo (i) a instrumentalização da fé: preocupação ética que candidatos evangélicos busquem o voto não por suas propostas mas pela solidariedade dos irmãos da fé; (ii) a separação de convicções pessoais das responsabilidades do cargo: evidenciar que candidatos religiosos podem ter esse conflito, pôr em dúvida a capacidade deles de realizarem essa separação; (iii) o Estado laico: discursos que reforcem a separação entre religião e política<sup>8</sup>.

(2) Modelo cognitivo: o discurso midiático lança mão de três principais construtos na caracterização da identidade evangélica, a saber: Obscurantismo<sup>9</sup>, Messianismo e Fundamentalismo<sup>10</sup>, além das questões que envolvem a influência dos líderes para com os fiéis, criando, orientando ou direcionando os votos dessas pessoas<sup>11</sup>.

(3) Comparações relacionais: A construção da identidade evangélica recai sobre o relacionamento do grupo social com (i) outros grupos religiosos: enfatizam-se as diferenças entre católicos e cristãos<sup>12</sup>, (ii) com legendas partidárias, mais especificamente, se estabelece que ser evangélico é ser "anti-PT"<sup>13</sup>, assim como no

---

<sup>8</sup> "Além disso, quando a candidata Marina Silva afirma que a Bíblia é sua maior fonte de inspiração e de consulta quando tem que tomar decisões importantes no que concerne ao espaço público, **não resta a menor dúvida de que lança mão de razões de ordem religiosa para pensar a sociedade política.**" (OESP, 06/09/2014)

<sup>9</sup> "Para Freitas, a liderança de Campos prevalecerá sobre **opiniões conservadoras** relacionadas às bandeiras feministas e de militantes da causa LGBT. "Nós temos um certo receio em relação aos posicionamentos dela (Marina), mas a gente tem confiança em duas coisas: que **o partido** dela é formado por **intelectuais** e militantes da área de Direitos Humanos e ela está dentro de uma chapa que tem proposta clara em relação aos homossexuais." (OESP, 27/06/14) "É, ao mesmo tempo, **usada por adversários para associá-la a uma espécie de "obscurantismo"** que não vê legitimidade em causas como o casamento gay" (OESP, 23/08/2014)

<sup>10</sup> "Marina Silva se apresentou imediatamente ao eleitorado como uma **enviada de Deus para salvar o Brasil** de todas as suas catástrofes. [...] estamos confrontados aqui com as marcas inconfundíveis do **fundamentalismo evangélico** no campo político brasileiro, que se faz presente de maneira eloquente no discurso da candidata." (OESP, 06/09/2014) "

<sup>11</sup> Para ele [prof. do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da Universidade Metodista], a presença de várias igrejas na mídia - com pregações transmitidas em diversos canais de TV - **cria ou orienta um volume significativo de votos.** (OESP, 31/07/2014)

<sup>12</sup> "Em 2014, dos que disputam algum cargo político, apenas 21 se identificam como padres no nome da urna, 15 vezes menos do que os 328 pastores, bispos e missionários evangélicos." (OESP, 31/07/2014)

<sup>13</sup> "líder evangélico mais empenhado na corrente anti-Dilma, Silas Malafaia, da Assembleia de Deus Vitória em Cristo, e que fez campanha para Everaldo no 1.º turno" (OESP, 14/10/2014)

trato com questões defendidas por diferentes grupos sociais, como a (iii) descriminalização do aborto, (iv) da maconha, e (v) principalmente a causa LGBT<sup>14</sup>.

## CONCLUSÃO

Foi possível concluir que os evangélicos se tornam objeto de representação mais ativa pela mídia durante eleições ou outros casos de participação política, e que sua identidade é construída principalmente em termos da tensão entre fé e política (componente constitutivo/performativo), como eleitores automatizados (modelo cognitivo), e antagônicos ao movimento LGBT (relacional). Como conclusão, é interessante destacar que de todos os 58 artigos selecionados na amostra, em apenas um deles encontramos um exercício de desidentificação. Em entrevista ao OESP, o pastor Ed René Kivitz disse que atualmente a identidade evangélica está ligada a um "xingamento", percebe que ela é construída socialmente por agentes como a mídia, e afirma que essa construção destoa da auto-definição dos evangélicos sobre suas atitudes e visão de mundo: "não aceitamos a ideia de que ser evangélico é ser ignorante, moralista, intransigente, homofóbico, sectário e intolerante" (OESP, 26/09/2014).

## Referências

ABDELAL, Herrera, et al. Identity as a Variable. *Perspectives on Politics*. No. 4. Vol. 4., pp. 695-711, 2006

ANDERSON, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso, 1983.

BERGER, Peter. Globalización y religión, *Iglesia Viva*, [Online], No. 218, pp. 63-71, 2004. Disponível em: <<http://www.iglesiaviva.org/218/218-31-DEBATE.pdf>>. Data de acesso: 08-09-2014

BOBBIO, Norberto. O modelo jusnaturalista. In: BOBBIO, Norberto; BOVERO, Michelangelo. *Sociedade e Estado na filosofia política moderna*. Tradução: Carlos Nelson Coutinho. São Paulo: Brasiliense, 1987.

---

<sup>14</sup> "Cunha protestou contra "a pressão dos gays, dos maconheiros, dos abortistas" e cobrou reação dos "defensores da família"." (OESP, 16/03/2014)

BURITY, Joanildo. Trajetórias da religião e da modernidade: a narrativa histórica de uma objeção. *Estudos de Sociologia*. Vol. 13, No. 1, pp. 19-48, 2007

CAMPOS, Leonildo Silveira. A identidade protestante e a hegemonia pentecostal no cenário religioso brasileiro. *Tempo e Presença*. Vol. 2, N. 6, jan. 2008

CASANOVA, José. Rethinking Secularization: A Global Comparative Perspective, in BEYER, Peter; BEAMAN, Lori G. (eds). *Religion, Globalization and Culture*. Leiden/Boston: Brill, pp. 101-20, 2007

GREGOLIN, Maria do Rosario. Identidade: objeto ainda não identificado? *Estudos da Língua(gem)* Vol. 6, No. 1 pp. 81-97 junho de 2008

LOCKE, John. *Second Treatise of Government*. 2010 [1690]. Disponível em: <[http://www.gutenberg.org/files/7370/7370-h/7370-h.htm#CHAPTER\\_II](http://www.gutenberg.org/files/7370/7370-h/7370-h.htm#CHAPTER_II)>. Data de acesso: 08-09-2014

ORO, Ari Pedro. Algumas interpelações do pentecostalismo no Brasil. *Horizonte*. Vol. 9, No. 22, pp.383-395, jul/set 2011

TAYLOR, Charles. Modern social imaginaries. In: *A secular age*. Cambridge: London: Belknap, pp.159-211, 2007

THOMPSON, John B. "A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia". Trad. Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998

VELHO, Otávio. Missionization in the Postcolonial World. A View from Brazil and Elsewhere, in: CSORDAS, Thomas J. (ed) *Transnational Transcendence: Essays on Religion and Globalization*. Berkeley: University of California, pp. 31-54, 2009.

ZOPPI-FONTANA, M .G. Identidades (in)formais: contradição, processos de designação e subjetivação na diferença. *Organon*, Vol. 17, No.35, p.45-282, jan/dez 2003.