

A MIDI(C)ALIZAÇÃO DA CURA

Antônio Fausto Neto¹

“Será se Jesus está hoje meio preguiçoso? Caroço, às vezes, dá mais trabalho para ele!” (R. R. Soares, Show da Fé, 9.12.2003)

1 Introdução

As observações que se seguem são fragmentos de uma pesquisa em desenvolvimento, na qual se examina fenômenos de mediação das instituições. Toma-se como objeto estratégias discursivas desenvolvidas pelo campo religioso para, através de operações apropriadas no âmbito das mídias, realizar um singular processo aqui nomeado como de *midi(c)alização da cura*. As estratégias fundamentam-se numa nova economia do contato onde produção e recepção tecem um novo protocolo de terapeutização.

As características desse processo estão situadas na complexidade dos ambientes midiáticos que se apresentam como dispositivos e protagonistas através dos quais diferentes práticas sociais deles se emprestam para realizar as possibilidades de suas permanências, e de suas políticas, no espaço público e, notadamente, na esfera das subjetividades.

São configurações que se reportam às novas articulações dos campos sociais, circunstância em que o campo religioso apropria-se da cultura e dos processos midiáticos não só para atualizar a existência, hoje, dos “velhos templos”, mas também para construir sua presença em processos de disputas de sentidos. A recorrência que o campo religioso faz à esfera da mediação visa, dentre outros objetivos, a reconfiguração do mercado religioso; a prática de estratégias de captura dos fiéis e, especificamente, a apresentação da religião não como um fenômeno abstrato, e/ou doutrinário, mas como um serviço de atendimento de demandas físicas e mentais segundo o regime do “aqui e agora”.

Dirigidas, até então, aos vários campos sociais, junto a quem não encontram respostas e nem destino para suas questões, tais demandas são absorvidas, agora, no âmbito de determinadas “políticas de reconhecimento” telere religioso cujo cerne não é a tomada em consideração da natureza mesma destas demandas, mas sua subordinação aos interesses instrumentais de uma religião movida pela ética do consumo e da prestação do serviço.

Tais políticas de sentidos realizam-se segundo a dinâmica de uma peculiar “indústria cultural” que reúne negócios, na forma de vários projetos e de produtos, da religião midiática. Concretiza-se pela existência de complexas redes de produção e de reprodução de imagens televisivas, capitaneadas por emissoras católicas-carismáticas e evangélicas, todas envoltas no manto de um neo-pentecostalismo que vão dando estrutura ao “braço midiático” da religião e que disputam, ao lado de outras redes e serviços, como emissoras de rádio, gravadoras, jornais, produtora de discos, editoras, e

¹ Professor titular do PPGCC-Unisinos. Jornalista. Pesquisador credenciado junto ao CNPq. Consultor de agências, autor de livros.

outras formas de negócios, noutros ramos de atividade, um fabuloso mercado de mais de 100 milhões de fiéis espalhados nas diferentes malhas urbanas e rurais do Brasil.

Para se ter uma idéia da magnitude desta indústria cultural religiosa, e em função da especificidade televisiva para as considerações aqui expostas para os objetivos deste trabalho, segundo dados de 2003, sete emissoras de televisão em funcionamento eram de origem evangélica, e três de procedência católica, sendo que duas outras seriam instaladas no início de 2004. Evidente que estes números representam apenas as “emissoras-mães”, algo que se torna mais complexo se considerada a rede de retransmissoras espalhadas no país².

Considerando que a programação é o “ponto de vínculo” entre as instâncias institucionais e os fiéis, chamamos a atenção para os processos de agendamento e de tematização da saúde e da doença que permeiam diferentes programas, segundo as construções dos diferentes gêneros e outras operações inerentes ao funcionamento da própria midiática.

A pesquisa com base num conjunto de teleemissões veiculadas em canais televisivos brasileiros (abertos, a cabo e temáticos), no período de 2002/2004, estuda as estratégias de embate religioso – Igrejas Evangélicas e Católica – no sentido de uma nova configuração do mercado religioso. Particularmente, descreve o funcionamento dos dispositivos midiáticos postos em cena pelas emissões para fazer face aos diferentes sintomas que se apresentam, através de demandas e de buscas de processos de curas para as diferentes formas de mal estar, que acometem a saúde do corpo e da mente de milhões de indivíduos, assolados pelas conseqüências do enfrentamento das questões sócio-econômicas-políticas-culturais do Brasil contemporâneo.

Não importa a perspectiva confessional. Parte-se da idéia de que estando o corpo – nas suas dimensões corporal e espiritual – imobilizado por enfermidades e outros sofrimentos, está pois à mercê de intervenções que resultam de demandas induzidas pelas “políticas” das Igrejas e outras práticas de induções. Corpo devedor, subtraído pelos termos das “idealidades” religiosas, desamparado pelas políticas públicas, nos seus mais diferentes matizes; desprovido dos meios mínimos que possa lhe restaurar a saúde; sozinho, perambulando, em meio à turbulência advinda da desorganização dos processos de solidariedade, e vivendo os efeitos da “multidão solitária”, este corpo encontra nas estratégias de teleatendimento, ou no “SOS espiritual” das teleemissões, os caminhos e possíveis saídas por uma esperança de melhores dias. São saídas construídas pelo imediatismo e no contexto das “novas aglomerações” ou das “comunidades estéticas” lembradas por Bauman, que se instituem e são moldadas pelas políticas das teleemissões para viverem de forma individual e pontual o regime de suas próprias vicissitudes. É neste contexto que as estratégias midiáticas das igrejas despontam com o *capital da cura*, mediante processos de midi(c)alização do corpo e da alma.

Nestas condições, os processos de medi(c)alização, tratamento e cura do corpo, nas suas mais diferentes sintomatologias, não são propriedades exclusivas do saber e das ações terapêuticas do campo da saúde, nem tão pouco se restringem às terapias que

² Dados sobre essa peculiar indústria cultural encontram-se sistematizados no documento *Processos Midiáticos e a Construção de Novas Religiosidades: As Dimensões Discursivas*, Relatório parcial de pesquisa PPGCC/CNPQ, São Leopoldo, 2004, onde se faz um mapeamento das estações de televisão controladas pelas igrejas; apresenta-se dados sobre o mercado editorial que envolve um faturamento de 178 milhões em 2002; registra-se o impacto da produção musical sobre a indústria fonográfica, cujo carro chefe são CDs do Pe. Marcelo Rossi e da produção *gospel*. Além disso, há informações sobre atividades das igrejas nos âmbitos cinematográfico, da comunicação virtual e do jornalismo.

são reivindicadas por práticas e competências de determinados campos sociais. Constituem-se hoje, em rituais peculiares que são desenvolvidos no âmbito das estratégias midiáticas postas em funcionamento pelo campo religioso, através de diferentes atividades sócio-discursivas da Igreja Eletrônica, visando situar o campo telerreligioso como um novo protagonista nos processos de disputas de sentidos entre campos sociais.

Não se trata mais da prédica de uma religião abstrata, mas aquela que, se fundando na “economia do contato”, trata de transformar o *locus* midiático em um ambiente de SOS e de terapeutização no qual, por força da sugestibilidade dos novos rituais, a saúde se transforma apenas numa questão de toque, segundo a eficácia de uma “palavra pronta”.

2 Mídia e o re-encantamento do mundo

Para se entender as características e o impacto de algumas teleestratégias pelas quais as religiosidades se estruturam em novas territorialidades, e num “serviço peculiar de saúde”, é importante lembrar que a atividade midiática é intrinsecamente estratégica pelo fato de que os mídias são convertidos em protagonistas decisivos na estruturação e no funcionamento das novas interações na esfera pública. Uma vez que a realidade não é um dado acabado, sua estruturação se dá por práticas, espécies de rituais, e, no caso dos mídias, seu trabalho se constitui numa espécie de prática organizada via as diferentes formas de tecnologias e de enunciações que operam dia-a-dia, chamando a atenção ou engajando as pessoas nas diferentes realidades por ela criada.

São as transformações de natureza técnica que mudam o *status* das mídias: inicialmente dispositivos de representação do real, em seguida em instância de produção das realidades, para, finalmente, se converterem em sujeitos organizadores da própria vida social e simbólica. Esta circunstância é o que permite o trabalho dos processos de midiaticização na formulação das novas formas de re-ligação entre o sagrado e o profano ou, dizendo de outra na forma, na instituição de processos de re-encantamento do mundo, particularmente transformados em novas tecnologias de monitoração do eu (FOUCAULT, 1991).

De uma maneira sintética, o fenômeno da midiaticização da religião, suas configurações e seus impactos são examinados em reflexões para as quais chamamos a atenção. Barbero (1999, p. 2) lembra a importância que tem os mídias na construção do “contato religioso”, dizendo que a celebração da experiência somente pode ser vivenciada pela mediação da técnica.

Hoover (1998, p. 3) lembra que “na vida contemporânea, os modos de ser religioso estão saindo da esfera protegida da instituição religiosa e da tradição, e se dirigindo para o solo aberto do mercado simbólico”. Diferentemente das religiões históricas, essas práticas fazem surgir novos devocionalismos atravessados pela “economia do contato” que enseja aos seus consumidores, não apenas algo para escutar, mas também para olhar, tocar e sentir. Através de três situações: primeiro, a atração que puxa as pessoas para imagens; segundo, a possibilidade de conexão social, na medida em que as pessoas consomem as mensagens de mídias para se sentir em contato; e, terceiro, as mensagens dos *medias* fixam identidades. (Idem, p. 6).

Esta economia do contato “dissolve as massas” em indivíduos, mesmo que estes estejam formalmente agrupados em auditórios presenciais. Significa dizer que os processos de contagiabilidade entre produção e recepção são de natureza individual. Os

indivíduos são interpelados de forma individual, mas quem define a regra dessas interpelações é a esfera da produção.

Os indivíduos nas suas individualidades são “interpelados” a vivenciar experiências de neo-comunidades na forma de novos ajuntamentos, coletivos que se estruturam segundo as regras do “contrato” que impõem um “estar juntos” e que quase nunca ocorre fora dos formatos das emissões: um estar juntos que, por essa razão, é não problemático e não exige esforço ou vigilância, e está, na verdade, predeterminado, um estar junto que não é uma tarefa, mas o “dado”. E dado muito antes que o esforço de fazê-lo (Bauman, [19--]).

Nas comunidades das teleemissões estudadas, os indivíduos são chamados para nelas participarem de modo individual, segundo a “natureza do seu problema” e a importância dele para as finalidades estratégicas. São, de fato, consumidores ainda que em determinadas circunstâncias se constituam em co-protagonistas da sua realização. Esta “comunidade estética” vive laços provisórios que cessam quando terminam igualmente as temporalidades das estratégias³. Mas, até lá, os contatos entre a comunidade e o transcendente efetuam-se através da articulação de mediação de “funcionários” – padres e pastores – cujos atos de sentidos envolvem tecnologias, sentimentos e emoções e prometem a cura e a salvação, segundo os ditames da “palavra pronta”. Ou ainda, um modelo em que se troca o bem ético pelo bem estar individualista, associando salvação e consumo⁴.

3 O mercado religioso para as ofertas midiáticas

O funcionamento das estratégias está relacionado com o mercado religioso brasileiro, onde, ao longo das quatro últimas décadas (1970-2000), os católicos continuam sendo a maior população religiosa, embora se observe decréscimo nos seus contingentes contra a ascensão pentecostal.

Habitando a região urbana, onde estão mais de 80% dos domicílios do país, o neopentecostalismo avança justamente naqueles espaços para onde foram despejados, nas últimas quatro décadas, mais de 40 milhões de brasileiros que saíram em busca de vida mais digna, transformando-se neste fabuloso “exército de reserva” ou alvo das mais diferentes políticas públicas, sociais, assistências e religiosas postas em prática pelas instituições. (ATLAS, 2003, p. 20).

A saída de cena de agentes estratégicos, como no caso do Estado, faz com que o campo religioso seja convertido num protagonista na medida em que transforma estes cenários em insumos para as estratégias que visam capturar segmentos de populações para as hostes das diferentes religiões, a pretexto do desenvolvimento de novas políticas institucionais. Atuando em cima do vácuo político-assistencial deixado pelo estado e instituições afins, as igrejas elegem “políticas de atendimentos”, convertendo a cultura midiática na esfera em que as demandas temporais dos indivíduos serão transformadas e/ou capturadas para os fins instrumentais das instituições.

Nestas condições, é que as estratégias telereligiosas estruturam os espaços de curas, segundo operações de compra e venda fundamentadas nos alicerces do *marketing*

³ A noção de comunidade estética é tratada por BAUMAN, Zigmunt. *A comunidade a busca de segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

⁴ Esta questão é tratada nas obras *Antropológica do Espelho* (Rio de Janeiro: Vozes, 2002) e *A salvação cotada em dólar* (Observatório da Imprensa, 14/01/02) de Muniz Sodré.

confessional. Os “contratos de leitura”, permeados por mecanismos de sugestibilidade, geram nos indivíduos a sensação de estarem sendo cuidados, tratados, circunstâncias em que as pessoas se sintam “alguém, e elas se sentem alguém na medida em se identificam com alguém, alguém em que projetam seus medos, alguém capaz de assumi-las e delas cuidar” (BARBERO, 1995, p. 5).

4 As estratégias telemidiáticas de “captura dos fiéis”

Estas estratégias realizam-se através de programas exibidos pelas redes confessionais, segundo várias modalidades e apoiando-se em fragmentos de gêneros de programas que guardam suas similaridades com aspectos daquilo que se constitui o infotretenimento. Pode-se dizer que, para lidar com o mercado religioso, as estratégias telerreligiosas “recebem” dos discursos televisivos algumas de suas operações através das quais instituem, dentre outras coisas “estratégias de contatos”.

As teleemissões analisadas foram emitidas entre 2002 e 2004. Para consideração desta comunicação, foram consideradas apenas as operações enunciativas de natureza verbal, diante da dificuldade operacional de inserir aqui a análise de marcas não verbais, que, contudo, pertencem ao contexto analítico de uma investigação mais ampla⁵. Assim, analisarmos a dimensão verbal da enunciação não significa desconhecer tais aspectos de outras linguagens, cujos dispositivos enunciativos sinalizam para co-determinações de operações complexas de produção de sentido.

4.1 Sos Espiritual

Os programas são espécies de “pontos de escuta”; instituem-se também como serviços que se auto-referenciam com suas qualificações, suas respectivas finalidades: SOS espiritual, SOS Vida Nova, pastores “*on line*” que se dirigem a um diversificado “mercado de demandantes”, cujas especificações já estão contidas na própria oferta destas formas de apoio: aflitos, os que têm corações desalentados, que sofrem de depressão e de medo, etc., que segundo o horizonte do “lugar de fala” da produção, pedem para ser ouvidos e a quem se oferece uma saída.

T.1 Você está sofrendo? Depressão, medo, tristeza? Há uma luz aí no final do túnel. Alguém pode te ajudar. (Pastor *on line*. www.arcanuniversal.com).

T.2 Você tá passando dificuldades em sua vida, doenças, desemprego, vício, dificuldades de relacionamento. Então reze comigo, diante do Santíssimo Sacramento e receba muitas graças. (Pe. Eduardo Doughert, *Momentos de adoração*, TV Século XXI, de segunda a sábado, às 6h55min, exibido em 09.09.2002).

T.3 Amanhã mesmo é um dia fortíssimo e nós vamos ter uma verdadeira cerimônia ali na Azenha (Templo da IURD em Porto Alegre), primeiro a limpeza, né. Tem que limpar, limpeza espiritual (...), em seguida, então, a verdadeira cerimônia religiosa de fechamento do corpo, mente, alma e espírito(...) Como ele (David, o Golias) tinha o corpo fechado, então ele

⁵ Ver relatório parcial de pesquisa *Processos midiáticos e a construção de novas religiosidades*: as dimensões discursivas. São Leopoldo: UNISINOS; CNPq, 2004.

venceu a batalha; aquele confronto que você vai vencer também (*Pare de Sofrer*: Sessão do Descarrego, TV Record, exibido em 10.12.2002).

Esses serviços funcionam segundo várias modalidades de contato: desde formas de ajuda mais genéricas e que não estão especificadas, àquelas que se apresentam via ações que envolvem a própria iniciativa do demandante, a quem se pede operações de fundo abstrato (rezar com o oficiante); outras corporais, por exemplo, preparar um copo de água. Um telefone, um livro, uma voz, um dispositivo de interação estão lá à espera do demandante para provê-lo com a saúde, e onde recebe orientações de todo tipo: *você pode ser feliz* (TV Século XXI, exibido em 09.09.2002).

Este dispositivo se apresenta à própria instituição religiosa como auto-referente, seja pela presença dos seus atores no desempenho de papéis acima assinalados, seja especificamente quando a mensagem convida o fiel – católico, espírita, umbandista – a receber respostas para seus sofrimentos no espaço do próprio templo físico. São ofertados ilimitados “serviços terapêuticos” que vão atuar diretamente sobre o corpo do suplicante, intervindo em suas dimensões física e mental.

Assim, a exemplo dos atendimentos ofertados, a Igreja está lá pronta para atuar:

As pessoas têm chegado com as suas vidas em frangalhos, derrotadas, problemáticas, mas o Pai das luzes tem mudado. Não é melhorado, porque o Deus que nós cremos não melhora. (...) Deus, Ele muda. Com ele é sim ou não. (...) Basta você ter uma atitude de comparecer à Igreja Universal do Reino de Deus, que está com suas portas abertas todos os dias. (*Ponto de Luz*, TV Record, exibido em 10.10.2002).

4.2 “Você não está assistindo por acaso”

Ainda que não sejam evocados pelos nomes, os indivíduos são interpelados face às suas contingências – a realidade dos que têm problemas (embora não se saiba o tamanho deles). São imaginados pela produção como se estivessem em situações específicas de demandas e de incômodos: “sozinho”, “curvado” e “chorando”. Entretanto, a estrutura enunciativa fala a um coletivo, “você”, condensando todos aqueles indivíduos que reúnem ou vivenciam situações de problemas, que podem ser convertidos no fiel a ser capturado pela interação telerreligiosa. As pessoas que enfrentam problemas situacionais são transformadas em receptores discursivos, ou seja, atores específicos, a quem se dirige, a quem se aconselha ainda sem os contornos dos seus problemas, e a quem são endereçadas palavras de ordem: “Não durma!”, “não saia!”

Você que, nesta madrugada, está sozinho, aí, na sua casa, no sofá de sua sala, chorando, cabeça curvada, estava mudando o canal de seu televisor e parou aqui no programa, eu queria dizer para você: (...) você não está assistindo por acaso! Deus quer tirar você da situação que você se encontra. Eu não sei qual é o seu problema, eu não sei as dificuldades que você está enfrentando, mas quero dizer que não importa qual seja, não importa o tamanho do seu problema, eu tenho certeza absoluta que o Deus que eu te apresento, nessa madrugada, ele com certeza é maior que os seus problemas. Ele pode resolver, aliás quero que você guarde essa palavra: não existe problema que Deus não possa resolver. Tá certo? (...) Então, porque não espera um pouco. Daqui há pouco, não durma antes da oração, não saia para o seu trabalho antes da prece (*Vidas transformadas*, Rede Record, exibido em 09.08.2003).

4.3 “Respire fundo, faça junto, tape o olho...”

Reunimos, a seguir, três registros de estratégias discursivas que evocam a dimensão do contexto através de enunciados verbais modelizados segundo diferentes marcas. Um ofício religioso sem a presença física do auditório e duas outras – um culto e uma missa produzida para TV – que contam com auditórios presenciais. O alvo são os indivíduos; ainda que estejam inseridos nas novas aglomerações, são interpelados singularmente.

São três oficiantes: de um culto de adoração, de uma missa católica e de um culto evangélico. Neles, os enunciadores tratam de animar exercícios sobre o corpo visando a relação dos fiéis com o sagrado. Não se trata de uma mediação na qual os intermediários sejam apenas espécie de “porta vozes” das demandas. Pelo contrário, nestas situações, os mediadores funcionam mais como operadores visando monitorar os fiéis para os rituais que vão minorar os sintomas dos seus sofrimentos, e a ênfase está no apelo à performance do corpo.

Exemplo 1: Mais forte, mais palmas para o Senhor! (...) E você já pode clamar com Jesus nosso Senhor (...). Vá entregando tudo aquilo que está no seu interior para este Senhor maravilhoso. Aproveite este momento que o Senhor Jesus que está no meio de nós. Experimente o poder de Deus na sua vida. Eu convido a você estender as mãos em direção a Jesus, mas não estender para um Deus morto, que morreu na cruz (...). Nós falamos do Senhor que está vivo e ressuscitado no meio de nós. (...) Você pode ir se entregando ao Senhor (...). Podemos ir ajoelhando (...) E você pode ir colocando, nas mãos desse Deus maravilhoso, tudo aquilo que está no seu interior. Olhe para esse Deus vivo (...). Você que está nos acompanhando em casa, pela sua TV, peça que o senhor Jesus também entre na sua casa nesse momento. (...) Vá dizendo: – obrigado, Senhor! Vai falando, vai louvando o Senhor. (...) Eu convido você, nesse louvor também, colocando todas suas enfermidades. Enfermidades físicas, psíquicas, espirituais. (...) Recita comigo. (...) Estenda suas mãos. Você que está também em sua casa, estenda suas mãos. (...) Agora também é o teu momento, a tua hora. (...) Jesus está tomando conta deste seu coração. (...) O Senhor está aqui, o Senhor está aqui. É Jesus que está aqui (*Deixe a luz entra*, TV Século XXI, exibido em 26. 08. 2002).

Exemplo 2: Erga as mãos e peça. (...) Vamos aplaudir este Jesus maravilhoso. (...) Bem forte, todos juntos! Bem forte. (...) Diga a ele: “– Preciso de uma bênção, força!” Tocai, toca Senhor. (...) Estenda as suas mãos em direção de Jesus. Eu convido você agora a imaginar. E agora vamos fazer um silêncio profundo até que Jesus venha dar a bênção aqui em cima. (...) E aplauda esse Deus maravilhoso (Pe. Marcelo Rossi, *Missa no Santuário Bizantino*, Rede Vida, exibido em 11.01.2003).

Exemplo 3: Respire fundo e faça aquilo que não fazia antes: mexa o braço para cima ou para trás; procure aquela hérnia ou aquele caroço, mioma. Deus está operando agora. Tape aquele ouvido bom e escuta com aquele que não escutava; tape o olho e enxerga com o olho que não enxergava. Onde está o seu mal? E faça como eu que já saiu o meu mal. Aconteceu o milagre, você conta que é o para o demônio não anular o milagre (*Show da fé*, Rede Bandeirantes, exibido em 17.05.2003).

Nos três exemplos, existem algumas operações em comum, como os processos de exortação mediante injunções feitas aos fiéis para que sigam um processo que vai tratar de vinculá-los à esfera do divino. Recomendam o grau de intensidade de gestos e palavras: “bem forte, diga a ele”, “mais forte”. Dizem o momento em que o indivíduo está autorizado a fazer determinada ação: “e você já pode”. Estabelecem ordens pontuais: “experimente, olhe para este Deus”; “Erga as mãos”; “Aplauda este Deus maravilhoso”. O indivíduo é buscado à distância para constituir o coletivo e seguir o ritual: “você que está em casa vá dizendo”. O percurso do processo é igualmente cadenciado, situação em que o sujeito é conclamado a agir, segundo determinados procedimentos: “vá entregando”; “pode ir ajoelhando”; “vá dizendo”; “vá louvando”. A mediação assinala o momento em que se decreta o ápice da interação, onde os processos de contágio discursivo culminam com o contágio entre as duas ordens: “agora também é o teu momento. Jesus está tomando conta do teu coração. Jesus está aqui”.

O conjunto de atos de sentido envolve o corpo do fiel a partir de operações enunciativas desencadeadas pelo mediador. Neste caso, se trata do ritual em que o corpo não é apenas objeto, mas se torna também em um alvo-fim na medida em que são operações que visam produzir nele o bem estar, ou a cura, assim definida sobretudo pelo discurso evangélico. O corpo literalmente é ordenado a agir: “respire fundo”, “faça junto”, “mexa o braço”, “procure a hérnia”, “tape o olho”. O corpo segue as instruções do oficiante, o qual, além de dar ordens, tem a autoridade para dizer da cumplicidade de Deus com este ritual (“Deus está operando, agora”). De certa forma, este ritual é permeado por cerimoniais relacionados com as cirurgias espirituais de fundo espírita. Ao mediador compete checar se o “exercício” deu resultados, quando indaga: “onde está o mal?”, momento em que seu poder e autoridade poderiam ser colocados a prova.

É através dessas estratégias que a sugestibilidade é mobilizada a se instalar na esfera da subjetividade dos fiéis. Sabemos que o auditório é reunido, voltado para determinados fins, cujas expectativas se impõem sobre a dinâmica das suas interações. Este fato é definido por um “estado de atenção favorável à sugestão” (LE BOM, 1921, p. 19). As estratégias estão voltadas para fins, produzem, segundo o contexto, o que se chamaria de “sugestão contagiosa”.

Reunidas em torno de certos objetivos, estas novas aglomerações estão, a priori, à mercê dos manejos das situações que são dinamizadas pela instância que opera a sugestão (o líder, para LE BON), e, no nosso caso, das emissões, o mediador (pregador). Suas enunciações sugestivas convergem com aquilo que se passa com os coletivos em desamparo:

a multidão só se impressiona por sentimentos excessivos, o orador que quiser seduzir, deverá abusar das afirmações violentas. Exagerar, afirmar, repetir e nunca tentar uma demonstração qualquer mediante um raciocínio (LE BON, 1921, p. 32).

As sugestões e os contatos podem também se produzir para além de um conjunto de operações tópicas as quais o fiel é chamado a observar. É convidado a algo mais: para outras operações de comportamentos que ultrapassam o “agir físico do mundo” e que se deslocam para a dimensão psíquica: “eu convido você a imaginar”... o que não deixa de ser uma forma de trabalho mental: o de organizar o pensamento segundo os neo-dispositivos de gestão das subjetividades em função o que dele deseja retirar ou possuir, o mundo da crença.

4.4 “Olhe para a sua mão e diga...”

As novas religiosidades avocam formas de curas cujos cerimoniais têm como condição de sua produção, algumas operações discursivas da televisão e, nestes termos, a sugestibilidade é um fenômeno que se efetiva também na medida em que seus efeitos são mostrados como realidade construída pelo trabalho enunciativo da/na televisão.

Isso é possível de se examinarmos duas estratégias discursivas pelas quais se pretende dizer que são palavras — prontas e ordenadas — que geram contatos e contágios, e, como efeito, a suposta sensação da cura enquanto alívio do mal estar definido e/ou constituído num outro lugar simbólico: o encosto.

Exemplo 1: Senhor, neste momento, aqui, em tuas chagas, venho pedir. Bem forte, peça: “– Cura-me, Senhor, essa dor de cabeça, essa labirintite, esta osteoporose e lava meu passado com teu sangue derramado. Cura-me, Senhor; cura-me Senhor!” Erga as mãos. Vem ser a voz. Vem ser o ar. (...) E se há tristeza no coração com a perda de alguém querido... Saudade, não! A saudade, ela é sadia. A saudade faz derramar lágrimas de emoção, mas é algo sadio. Agora, a tristeza, não! Se há tristeza no dia de amanhã, e, não, saudade, vamos pedir a esse nosso Deus. Ele que é o médico dos médicos, que ele tire toda essa sensação de tristeza. (...) Que ele lhe dê muita saudade, porque só sente saudade quem ama e só deixa saudade quem foi amor. Por isso, saudade sem tristeza, dizia Santo Agostinho. (Pe. Marcelo Rossi, *Missão do Santuário Bizantino*, Rede Vida, exibido em 11.01.2003).

Exemplo 2: Vamos ficar de pé agora. (...) Você que tá em casa faça a mesma coisa. (...) Você sabe como Deus quer operar? Então olhe assim para sua mão e diga: “– Pai, em nome de Jesus, eu te ofereço a minha mão e te peço: coloca nesta mão o teu poder.” (...) Pegue esta mão e coloque em cima do mal, se possível. Não sendo, ponha sobre o coração. Acredite, agora, você que está com uma dor aí do lado, que não está agüentando, Deus quer operar e vai operar em nome de Jesus. Feche os olhos e diga: “– Em nome de Jesus, exijo que todo o mal que está aqui na minha vida desapareça.” (...) Enquanto eu estiver orando, chame o mal pelo nome e mande ele embora. (...) Eu digo ao poder de Deus, agora alocado no meu ministério, que quero, poder de Deus, que você entre em ação que você opere nesta vida agora, arrancando dessa pessoa todo este mal (...) Eu repreendo esta doença, eu repreendo esta infecção, este mal que está na face dessa pessoa, este mal; que está no lado direito, no quadril. Saia agora, saia da garganta, saia da gengiva; vai saindo do corpo todo dessa pessoa, da cabeça, da perna, do braço, do joelho, da perna, onde estiver o mal agora. Eu estou mandando, eu estou determinando, eu estou exigindo. Oh, mal! Saia agora. Caroço, desapareça; hérnia, vai embora; tristeza, vai embora; depressão, eu exijo, eu mando, saia todo mal agora. Está amarrado este mal, e saia em nome de Jesus (*Show da fé*, Rede Bandeirantes, exibido em 11.01.2003).

No primeiro exemplo, as enunciações colocam o “mediador” num lugar de co-oficiante, na medida em que ele divide com o auditório as súplicas e as orações, e também pelo fato dele orientar o processo da repetição das falas por parte dos fiéis. Relativiza, porém, o seu “poder de curar”, na medida em que este é atribuído a Deus, a que é chamado de “médico dos médicos”.

No segundo exemplo, o enunciador avoca a si o controle do discurso, na medida em que ocupa sem compartilhamentos, o lugar da mediação. Anuncia todos os procedimentos que vai fazer, orientando unilateralmente a construção do processo de

sugestibilidade, abrindo exceção para dizer o momento em que Deus opera e monitorando o trabalho de produção de sentido do seu auditório. Trabalha sob “horizonte maior”, de problemas e de enfermidades, pois rastreia a contenção do mal numa faixa mais ampla do corpo, distinto da estratégia do oficiante católico. Assim, ordena cura “da cabeça aos pés”. A depressão é uma matéria prima dos dois discursos, mas num é associado à tristeza e, no outro, à saudade.

Pode-se dizer que são dois contratos de leitura: no primeiro, o oficiante apresenta-se como mediador das demandas para Deus. No segundo, declarando-se porta-voz da ordem divina, decreta, ele mesmo, a presença de Deus no próprio processo, bem como o destino das demandas a seu modo, as possibilidades de cura.

4.5 “Rezar o terço é um ótimo calmante”

Num enquadre no qual o ambiente midiático é transformado em um consultório médico ou numa clínica psicoterápica, o padre “atende” seus pacientes através de procedimentos epistolares, lendo *e-mail* ou cartas que lhes são enviadas e apresentando-se como um conselheiro que intervém em tempo real sobre os dilemas, dramas, inquietações existenciais e materiais. Opina sobre problemáticas que envolvem competências de outros campos, como aquelas que envolvem enfermidades ou pedem diagnósticos ou procedimentos que deveriam requerer a presença/escuta de outros especialistas. Assim, tem-se uma estrutura de “consultas”.

CARTA: (Demanda: Jaquiré – BA) Padre, tenho 16 anos e estou vivendo uma crise de síndrome do pânico. O que faço?

PADRE: Na verdade, não acredito, como você diz, que a sua síndrome do pânico venha por herança genética. Mas a síndrome do pânico é uma doença terrível; pra quem já vive, pra quem já viveu, vai saber do que estou falando. Parece que a vida pára naquele momento. E há momentos em que a síndrome do pânico torna impossível continuar sozinho, então, precisa ir no médico tomar remédio. Precisa quebrar o círculo vicioso. É mais ou menos assim: é como se instalasse um círculo vicioso e vai indo, vai indo... Você não sai mais daquilo e aquilo, então, a certa altura, precisa interromper isso com o auxílio da medicina, muitas vezes precisa.

PADRE: Você tá com insônia? É acho que eu tô com insônia. É que tem um carro de um político que tá aqui do lado da minha casa a não sei quantos decibéis de altura e chega a mexer a minha cama.

PADRE: Agora, se não tem nenhum motivo pra você ter insônia e você tá lá, deita na cama, passa uma hora, duas horas, três horas e não dorme, então, alguma coisa tá acontecendo. Sono é alimento. Não dá pra passar três dias sem comer, não dá pra passar três noites sem dormir. Nesse caso, tem que procurar ajuda médica, porque, às vezes, precisa uma interferência, de um ansiolítico, precisa. Não é o melhor. O ideal é fazer uma meditação. Os próprios médicos hoje dizem: “– faça uma meditação, faça um exercício de respiração; calma: conte carneirinhos.” Eu sempre digo: “– reze o terço, rezar o terço é um calmante”. Vai rezando, rezando... E, na maioria das vezes, isso já resolve; e a pessoa dorme. Mas se for uma doença, precisa de interferência do médico, então não fique dando uma de herói, querendo vencer e não conta a ninguém: “– Ai não conto pra ninguém”. Faz um mês que não dorme direito, já tá com aquelas olheiras assim e não dorme. Procure ajuda de um especialista. Agora também toma um pouco de cuidado com essa coisa de ajuda de especialista, né.

PADRE: Então é preciso discernimento, vamos rezar também pelos nossos médicos pra que tenham a sensibilidade em relação a ver bem a indicação o

que tem que ser dado na hora certa, do jeito certo (Pe. Joãozinho, *Programa Direção Espiritual*, TV Canção Nova, exibido em 04/09/02).

A escuta do padre sai de um lugar de fala espiritual, para outros “serviços interpretativos”. Profere o discurso do lugar comum, como diagnóstico de resposta: (“a doença do pânico é uma doença terrível”). “Antecipa” a intervenção do procedimento médico, instituindo-se, ele mesmo, como aquele que vai adotar o procedimento medicamentoso, afirmando que é “preciso a presença do ansiolítico.” “Enfatiza”, entretanto, que a melhor terapêutica está no campo religioso e que esta é reconhecida pelo especialista da área da saúde, quando atribui, ele mesmo, a existência de um ponto de vista daquele campo sobre o assunto.

(O ansiolítico) Não é o melhor. O ideal é fazer uma meditação. Os próprios médicos hoje dizem: “– faça uma meditação, faça um exercício de respiração; calma: conte carneirinhos.” Eu sempre digo: “– reze o terço, rezar o terço é um calmante”. Vai rezando, rezando... E, na maioria das vezes, isso já resolve; e a pessoa dorme (Pe. Joãozinho, *Programa direção espiritual*, TV Canção Nova, exibido em 04/09/02).

Uma vez que o programa apresenta-se como um serviço de aconselhamento – ainda que o seu enunciador dele se afaste para concorrer com a competência de outros especialistas –, trata, entretanto, de assegurar a singularidade da sua estratégia. E essa se faz, de um modo singular, quando, ao reconhecer que mesmo em última análise o problema que lhe é apresentado seja da competência de uma intervenção clínica de outra ordem, preconiza, entretanto, a intervenção do discurso religioso sobre o discurso médico. Neste caso,

Então é preciso discernimento, vamos rezar também pelos nossos médicos pra que tenham a sensibilidade em relação a ver bem a indicação o que tem que ser dado na hora certa, do jeito certo (Pe. Joãozinho, *Programa Direção Espiritual*, TV Canção Nova, exibido em 04/09/02).

4.6 A legitimação do modelo terapêutico

Cartas dos fiéis (texto 1) são encaminhadas aos programas relatando casos de curas, explicando as circunstâncias em que as mesmas se deram e nomeando as causas de sua ocorrência. Entretanto não se trata apenas do relato que é manifestado pelo próprio paciente. O mesmo é aproveitado para legitimar o dispositivo da cura, no caso o programa, na medida em que é no seu interior que o caso é relatado e dentre os fatores apontados, é citado o próprio programa como seu agente responsável. Também destacam-se os enunciados onde discursos (texto 2) mostram a importância do “lugar de fala”, como o dispositivo de enunciação que organiza as possibilidades do milagre se efetivar. Para tanto, o próprio enunciador (texto 3) define a oferta do serviço que presta, bem como suas condições e esclarecendo ainda o papel de sua mediação. (Pe. Eduardo Dougherty, *Momento de adoração*, TV Século XXI, exibido em 2002).

(Texto 1) Pe. Eduardo (lê carta do fiel): Gostaria de, em primeiro lugar agradecer a cura que recebi. Há mais de cinco anos eu sofria de uma infecção urinária, tomei muitos remédios e nada adiantava. Mas, com a graça de Deus, durante o programa *Benção do Santíssimo*, pedi com muita fé e fui atendida,

não sinto mais nada. Repeti os exames e não deram nada. Outra cura que recebi diante do santíssimo foi a cura de uma infecção sanguínea, a quantidade de glóbulos vermelhos estavam insuficientes e foi em seu programa que recebi a minha cura. (Tereza Batinzi, Brasília, Samambaia, DF).

(Texto 2) Pe. Eduardo: *Jesus, nós encaminhamos a você toda a nossa situação, a situação da família, as enfermidades e os problemas e caminhamos tudo a você, Jesus. Conforme tua santa vontade, nós pedimos vida, vida em abundância, estamos humildemente ajoelhados diante de você, mestre Jesus, entregando todas as nossas situações, todas as dificuldades financeiras, a você Deus Pai, em nome de Jesus, te pedimos, te agradecendo e louvando de todo coração. Obrigado Jesus: Caminho, Verdade, Vida. Obrigado, Jesus, por tantas bênçãos em nossa vida. Recebe a bênção de Deus Pai, Filho e Espírito Santo, Amém.*

(Texto 3) Pe. Edouard: *Será que você precisa de uma bênção, uma oração, uma cura, uma libertação? Ou algum membro da sua família? Nós ficamos aqui, diante de Jesus eucarístico, orando por você e por sua família. Escrevenos, manda suas intenções para nós e oraremos a Jesus por você.*

4.7 Milagres entre anúncio e celebrações

Na seqüência dos enunciados, um conjunto de fragmentos de relatos feitos durante a missa, onde o sacerdote, operando como um mediador, anuncia um longo elenco de curas. No texto 1, pessoa não identificada diz, via relato do sacerdote, que suas dores ósseas foram curadas, graças à dimensão sugestiva da oração. No texto 2, o enunciador relata uma outra cura (imputada à sua própria ação) de uma mulher – Maria Luzia – que tinha câncer no seio. No texto 3, protagoniza o próprio trabalho do milagre, ao testemunhar sensações por ele sentidas relativas à ocorrência de uma cura que se procedia com uma pessoa distante dali. No texto 4, através da forma do discurso indireto, o próprio testemunhante anuncia o papel da instância terapêutica que é a do sacerdote ao atribuir-lhe a cura dos seus males. Nos textos 5 e 6, o oficiante prediz a cura de males ao preconizar, respectivamente, o momento em que a sinusite de que é portadora uma pessoa vai deixá-la, pois ele “vai amanhecer sem ela”. E, na seqüência, o êxito que terá uma pessoa com a raspagem do osso de uma de suas pernas.

(Texto 1) Livrando-se das dores: *Aqui, ela pediu pra não se identificar, mas ela tá no meio de vocês, ela é de Cachoeira Paulista mesmo. Foi o William que me trouxe o testemunho dela. “– Assisti a missa na quarta-feira passada, no dia 28, quando o senhor falou que uma pessoa que estivesse assistindo à missa chorando iria alcançar a graça de Deus, eu pedia chorando muito, e eu alcancei. Peço a sua bênção, estou assistindo a missa e não quero ser identificada.” Pela sua timidez particular. “– Eram muitas dores no corpo que eu sentia e agora estou livre delas.” Até William me dizia: “– Padre, ela passou por alguns médicos, porque todos os ossos doíam”. “– Peça ao Senhor que continue orando por mim.”*

(Texto 2) A cura do padre: *Eu fico maravilhado, Maria Luiza, de Natal. Natal, que Deus os abençoe. Ela começa assim: “– tenho, ou melhor, tinha um nódulo do seio, e lutei contra o câncer há mais de dois anos. Na missa de quarta-feira passada e retrasada, o padre Edmilson proclamou a cura em nome de Jesus. E, graças a Deus, estou curada. Fui à médica após isso, ela me disse: “– só pode ter sido um milagre!” Vamos aplaudir o Senhor.*

(Texto 3) A protoganização do milagre: um zumbido no ouvido: *Eu não sei onde essa pessoa se encontra, eu não sei em que lugar do Brasil ou até fora do Brasil que você esteja neste momento. O que eu sei de imediato é que essa pessoa era surda de nascença e ela está me ouvindo. Louvado seja porque ela esteja me ouvindo neste momento. E até divulgo um grande milagre que acontece agora pra você, surdo, mudo de nascença: não havia audição, não ouvia. O Senhor passou no seu aparelho auditivo e fez acontecer a graça. Eu estava dando o testemunho dessa senhora de Natal, de repente até parei, dei uma pausa, passou um zumbido no meu ouvido, até me assustei, fiquei até zonzó.*

(Texto 4) Proclamando cura do dedo dos pés: *Na Missa do Clube do ouvinte da semana passada, o padre proclamou uma cura de uma pessoa que não tinha o movimento dos dedos dos pés. Assumi a cura e estou curada. Maria Aparecida, de Luziana, no Paraná. É assim que Deus quer se manifestar no meio de nós.*

(Texto 5) A sinusite vai embora: *Eu quero dar graças ao Senhor! Eu não sei qual é a gravidade, eu só sei que é muito grave o problema de uma pessoa com sinusite. E Deus vem como que fazendo uma inalação instantânea nessa pessoa. Amanhã, você vai amanhecer totalmente livre dessa sinusite, porque o Senhor visitou você. Não é uma sinusite simples; é algo muito mais. O Senhor alcançou a graça, tem uma sensação forte aqui, como se duas espadas fossem enfiadas no seu nariz, uma dum lado, outra do outro. Foi essa a sensação da graça de Deus. Claro, não senti a dor, houve uma sensação física da visita de Deus sobre esse seu problema. Muito obrigado, Senhor!*

(Texto 6) Predizendo a raspagem do osso: *E o interessante é que, no começo da santa missa, você falava de uma cura no osso da perna direita. É como se o osso da perna direita de uma pessoa estivesse crescendo; nem sei se osso cresce, se cresce pra frente... o Senhor visitou você também, o Senhor mesmo fará a graça acontecer. Ele fará toda a raspagem necessária para que o seu osso volte ao normal. (Missa do ouvinte, TV Canção Nova, exibido em 04/09/2002).*

Para realizar as tarefas dos milagres, o oficiante justifica o “lugar de fala” onde profere o discurso terapeutizante, dizendo ao mesmo tempo de quem recebe a autorização para a realização da tarefa mediadora, e também explicando o *status* do lugar onde se realiza este trabalho de interação, no caso, a missa qualificada como a missa de intercessão, o que não deixa de ser uma associação da religião como um serviço.

4.8 A publicização das dores

As telemissões permitem não só a presença das pessoas, mas também a expressão de suas palavras, operação enunciativa que as converte em espécie de co-oficiantes dos programas, na medida em que participam de suas condições de produção e da emissão do próprio programa. Ainda que os oficiantes tenham uma posição central, os fiéis ocupam uma posição peculiar na medida em que lhes é permitido exprimir suas dores, inquietações e mal estar que, de modo geral, se reportam a problemas de

enfermidades. No texto 1, a fiel é porta-voz de uma pessoa que, ausente por causa da enfermidade, pede a mediação do padre Marcelo Rossi. O mesmo ocorre nos textos 2 e 3 onde se solicita por parentes ausentes e que sofrem com doenças graves.

Texto 1: Uma avó minha que tá com *três tumor*, e ela pediu muito que eu viesse aqui pra Pe. Marcelo pedir pra Deus ajudar ela e também tô pedindo pela minha filha que tá sofrendo muito.

Texto 2: Germano George dos Santos, que tá com *tumor no intestino* e por mim, Bárbara Alvina dos Santos, que tô desempregada há três anos.

Texto 3: Tenho uma irmã que tá com *Aids* e tá precisando muito de uma oração para que ela possa melhorar, por causa que ela tá passando por uma vida muito difícil (Pe. Marcelo Rossi e D. Fernando Figueiredo, *Novena*, Rede Vida, exibido em 2002).

Se os programas se constituem em dispositivos de “escutas”, são, ao mesmo tempo, lugares em que as pessoas se deslocam para proferir suas demandas para os destinatários, em cuja posição são mantidos os oficiantes. Interessante também observar que, na sua modalidade clássica, a novena se faz através de um ritual no qual pedidos e súplicas são dirigidas à ordem do sagrado, através de manifestações de contrição e de intimidade, no máximo compartilhados com a esfera de pequenas comunidades. Aqui, as dores, comoções e esperanças são endereçadas a uma esfera mais complexa na medida em que as pessoas falam para a esfera pública, constituindo assim dois lugares destinatários para suas mensagens: os oficiantes do programa e a audiência mais ampla.

5 Conclusão

Há evidência de, pelo menos, dois pontos convergentes nas estratégias dos dois universos religiosos: primeiro a necessidade de conectar-se com o mundo dos fiéis segundo disposições pedagógicas e comunicacionais distintas daquelas que até então caracterizavam os modos através dos quais se davam estes processos de interação. Segundo aspecto: constata-se que este novo desafio passa por embates menos doutrinários e mais fundados em ações e pragmáticas discursivas. Essas dimensões convergem para a observação de que as religiões hoje se fazem através de outras modalidades bastante distintas daquelas referentes a experiências de outros cenários e outros tempos. O motivo dessas reformulações seria, dentre outros, a constatação de que a atualização, hoje, das “velhas igrejas” dependeria muito mais das estratégias de produção de sentido midiático e dos seus efeitos, e muito menos da permanência das formas elementares da vida religiosa, conforme descreveu Durkheim.

As diferentes Igrejas “duelam” assim segundo determinadas estratégias, visando impor “derrotas” entre si ou obter vitórias através da captura dos fiéis. Se, no aspecto doutrinário, seus fundamentos são diferentes, vale dizer que praticam o combate com as mesmas “armas discursivas” e, de modo mais específico, segundo estratégias que passam por operações enunciativas convergentes.

Sem entrar no mérito das intenções que alimentam os projetos das instituições religiosas, deve-se, porém, constatar que, segundo as estratégias aqui estudadas, nenhuma das igrejas está efetivamente interessada em produzir o reconhecimento daqueles (fiéis) que com ela interagem no âmbito dos programas levando em consideração suas respectivas singularidades. O que se reconhece é justamente o tipo de

pertinência que tem o caso daquele que sofre ou pede a cura e que ascende à emissão para os fins estratégicos, mercadológicos, etc., do programa e das igrejas.

Assim, o acesso se dá sob certas condições. Ou seja, a oferta da escuta e do encaminhamento da terapêutica se faz em cima das individualidades, por assim dizer, de certas singularidades, mas são singularidades que trazem características emblemáticas, nos termos segundo os quais a história daquela demanda, ou de quem tem algo a dizer, é apenas um pretexto para as razões instrumentais e mercadológicas em que se funda a emissão da instituição religiosa.

Nesta “comunidade de ajuntamentos”, vive-se muitas situações: a igreja pedagógica, situações de teleatendimentos e de socorro espiritual, encontros terapêuticos, práticas de ofícios religiosos, celebrações como possibilidades de posse dos bens sagrados, situações de *telemarketing*, o antigo confessionário, os cultos de exortação fundados na religião guerreira, a cura do mal-estar como negócio, etc.

Vive-se, a experiência de novas aglomerações que se estruturam em torno de multidões que compartilham algo, mas apenas em termos circunstanciais. E para que ela se mantenha coesa, mobiliza-se as estratégias do “fazer-fazer”, em torno de técnicas de sugestibilidades mediadas pela força dos atores que, na condição de personagens midiáticos, põem em rota certas estratégias pelas quais as pessoas se enlaçam identificatoriamente com suas referências. Talvez, o ápice da religião personalizada esteja no fato de que sua natureza, suas fontes de inteligibilidade e as referências dos seus fundamentos, passem pela espessura desta estrutura mediadora, que toma forma na figura, corporeidade e pragmática dos apresentadores, quaisquer que sejam suas origens e propostas confessionais.

Argumentações relativas às questões de devocionalidades, sobre as quais se inspira uma religião, são substituídas por outras tantas fundadas, por exemplo, nas pragmáticas e/ou na mágica de objetos (terços, CDs, livros, plantas, água, etc.) e de outros referentes, instituindo-se, assim, determinados sincretismos, como é o caso dos programas pentecostais que se apóiam nas simbologias das religiões afro-brasileiras, para desqualificá-las, mas também para converter seus fundamentos em novos processos de ritualização dos modos de captura dos possíveis futuros fiéis neopentecostais.

As operações enunciativas das estratégias não dão ênfase tanto a conteúdos, mas para aquelas formas com que se pode, aparentemente, prever os engajamentos dos fiéis – do seus corpos – nessas estruturas de consumo da religião. Assim, menos conteúdos, mais performance, menos reflexão e mais imaginação tutorizada, segundo a complexidade de linguagens verbais e não-verbais que articulam campos sociais como mídia e religião nessas tarefas de tornar Deus vivo.

A *magia midiaticizada* não está situada num horizonte longínquo. Ela é mostrada e traduzida, aqui e agora, por esses dispositivos que tratam de constituir os novos processos de re-encantamento do mundo onde se realiza a restauração do corpo. Sem a técnica e os agenciamentos da “economia de contato” midiática, Deus seria apenas uma contemplação e não o signo que propõe a enunciação. Mesmo que o sujeito seja “sitiado” por essas práticas de religiosidades, são tais articulações de objetos, linguagens, emoções, etc., que tornam os braços da velha igreja, lembrados por Weber, num possível lugar terapeutizante capaz de permitir ao sujeito enfrentar as novas formas de solidão e seus efeitos, o individualismo e o mal estar. Também para dizer/sentir que Deus não está morto. Mas, também, as “palavras prontas” das teleemissões lhe devem custar muito, especialmente para a saúde do corpo em suas dimensões física e psíquica.

Referências Bibliográficas

- ALEXANDER Bobby C. Tele evangelismo- ritual compensatório dentro de uma amplo drama social. In: HOOVER, Stewart; KNUT, Lundby. *Rething media, religion and culture*. Londres: Sage Publications, 2002
- BABIN, Pierre; KOULOUMDJIAN, Marie-France. *Os novos modos de compreender: a geração do audiovisual e do computador*. São Paulo: Paulinas, 1989.
- BARBERO, Jesus Martin. Secularizacion, desencanto y reencantamineto mass-mediatico. In: HOOVER, Stewart; KNUT, Lundby. *Rething media, religion and culture*. Londres: Sage Publications, 2002.
- BAUMAN Z; Tester K. *La ambivalência de la modernidad y tras conversaciones*. Buenos Aires: Paidós, 2002.
- BAUMAN, Z. *Comunidade a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BONFATTI, Paulo. *A expressão popular do sagrado: uma análise psico-antropológica da Igreja Universal do Reino de Deus*. São Paulo: Paulinas, 2000.
- CARRANZA, Brenda *Renovação carismática católica origens, mudanças e tendências*. Aparecida, SP: Santuário, 2000.
- CASSETTI F. E Odin R. *De la paléo à la néo télévision*. Communicationoins. N. 51. CETSAS. Paris: Seuil, 1990.
- CIPRIANI, Roberto; ELETA, Paula; NESTI, Arnaldo. *Identidade e mudança na religiosidade latino-americana*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- ECO, Umberto. *La estratégia de la ilusion*. Buenos Aires: De la Flor, 1987.
- FABBRI, Paolo. *El giro semiótico*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- FONSECA, Alexandre Brasil. Fé na tela: características e ênfases de duas estratégias evangélicas na televisão. In: *Religião & Sociedade*, v.23, n. 2, 2003.
- FOUCAULT, Michel. *Tecnologias del yo y otros textos afines*. Barcelona: Paidos/Ibérica, 1991.
- GUTWIRTH, Jacques. *L'Église électronique: la saga dès télévangélistes*. Paris: Bayard Éditions, 1998.
- HOOVER, Stewart M. *Religião, mídia e o centro de gravidade cultural*. [Sl.:s.n], 1998.
- HOOVER, Stewart M.; KNUT, Lundby. *Estabelecendo agenda: introdução repensando a mídia, a religião e a cultura*. Londres: Sage publications, 2000.
- HOOVER, Stewart M.; CLARK, Lynn Schofield. *Practing religion in the age of the media: explorations in media, religion and culture*. New York: Columbia University Press, 2002.
- JACOB, César; HEES, Dora R.; WANIER,Phillipe; VIOLETTE Brusnetin. *Atlas da Filiação religiosa e indicadores Sociais no Brasil*. Rio de Janeiro: PUC-RJ; CNBB; Loyola, 2003.
- LE BON, Gustave. *Psychologia das multidões*. Rio de Janeiro: Livraria Garnier, 1921.
- MEHL, Dominique. *La televisión de L'intimité: essai politique*. Paris: Seuil, 1996.
- MURDOCK, Graham. O reencantamento do mundo: a religião e as transformações da modernidade. In: Hoover, Stewart. *Rethinking media, religion and culture, nut Lundby*. Londres: Sage publications, 2000.
- SLOTERDIJK, Peter. *O desprezo das massas ensaio sobre lutas culturais na sociedade moderna*. São Paulo: Estação Liberdade SP. 2003.
- SMITH, Dennis. *Del Edir Macedo al Éden Perdido: uma critica de la religion eletronica*. Fotocópia sem notas tipográficas.
- SODRÉ, Muniz. *A salvação cotada em dólar*. Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/artigosd/jd110720011p.htm>. 14.01.2002.
- TARDE, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

VERÓN, Eliseo. Televisão e política: história da televisão e campanhas presidenciais. *In*: FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo (Org.). *Lula presidente, televisão e política na campanha eleitoral*. São Leopoldo: Unisinos; São Paulo: Hacker, 2003.

WEBER, Max. *Textos selecionados*. São Paulo: Abril Cultural, 1980. (Col. Pensadores).

A Midi(c)alização da Cura

Resumo

Com base em pesquisa de um conjunto de teleemissões veiculadas em canais televisivos brasileiros, (abertos, a cabo e temáticos), no período de 2002/2004, estuda-se a permanência da religião na esfera pública no Brasil, as estratégias de embate religioso – Igrejas Evangélicas e Católica – no sentido de uma nova configuração do mercado religioso. Descreve-se o funcionamento dos dispositivos midiáticos das emissões telerreligiosas que enunciam estratégias discursivas sobre os processos através dos quais o campo religioso lida com demandas e buscas de processos de curas para as diferentes formas de mal estar, que acometem a saúde do corpo e da mente de milhões de indivíduos, assolados pelas **consequências** do enfrentamento das questões sócio-econômico-político-culturais do Brasil contemporâneo.

Palavras-Chaves:

mediatização, religião, discursos, estratégias

The medi(c)alization of the Cure

Abstract

Based on a research on a set of broadcasts shown on Brazilian air, cable and thematic TV channels between 2002 and 2004, this work is a study of the permanence of religion in the public scene in Brazil, the strategies of religious conflict – Evangelical and Catholic churches – as a new configuration of the religious market. The work describes the operation of the mediatic devices used in the telereligious transmissions that expose discursive strategies about the processes through which the churches deal with the requests for healing procedures for the different kinds of disease that affect the health of the body and mind of millions of people stunned by the consequences of the social-economical-political-cultural questions of today's Brazil.

Key-words: *mediatization, religion, speech, strategies*