

CHE - CÂMARA DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E EDUCAÇÃO (PÔSTER)

NOME: ITAMAR TEODORO DE FARIA

TÍTULO: PROSELITISMO RELIGIOSO NA TV ABERTA BRASILEIRA

AUTORES: ITAMAR TEODORO DE FARIA, HENRIQUE LIMA FONSECA

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): FAPEMIG

PALAVRA CHAVE: COMUNICAÇÃO, PROSELITISMO, TV ABERTA

RESUMO

PROSELITISMO RELIGIOSO NA TV BRASILEIRA

INTRODUÇÃO: Este projeto de pesquisa investiga relações entre a Comunicação e a Religião, enfocando o proselitismo religioso na TV aberta brasileira e as estratégias comunicacionais utilizadas.

Os objetivos da pesquisa assentam-se na análise do proselitismo religioso na TV brasileira, do que decorre: refletir sobre a relação entre meios de comunicação e proselitismo religioso; fazer

levantamento de todos os programas religiosos veiculados na TV aberta brasileira; associar e analisar as estratégias de comunicação e proselitismo dos programas.

METODOLOGIA: Os procedimentos metodológicos envolvem a pesquisa bibliográfica, para fundamentação teórica, a pesquisa documental, para coleta de dados, e a análise de conteúdo, para a interpretação dos resultados.

RESULTADOS/DISCUSSÃO: Percebe-se, sem muito esforço, que o povo brasileiro é muito religioso, ainda que sua prática religiosa transcenda os espaços institucionais tradicionais e se materializem em religiosidades mais individualizadas. Dados atuais do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) confirmam o crescimento e disseminação de novas doutrinas, teístas e não-teístas, num cenário em que o catolicismo, hegemônico durante séculos, vai sofrendo a concorrência crescente de diversas outras denominações. O cenário atual enfrentado pelas instituições religiosas é caracterizado por intenso fluxo de fiéis entre denominações, o que as leva a se empenharem cada vez mais na captação e fidelização de fiéis. Meios de comunicação tradicionais como o rádio, largamente utilizado por igrejas por décadas, incluem atualmente o recurso a programas televisivos e na internet. É bem verdade que o uso da televisão pelas igrejas não é algo tão recente, contudo, o que se verifica atualmente é uma intensificação desse uso, com uma proliferação significativa de programas religiosos tanto na TV aberta quanto na paga. Nesse sentido, a relevância dessa pesquisa se evidencia pela análise que tem por objetivo realizar sobre as estratégias comunicacionais, cada vez mais sofisticadas, utilizadas nos programas religiosos. Analisando a transmissão televisiva na rede aberta brasileira, observa-se o poderio comunicacional dessa nova geração religiosa, assim como as ferramentas e estratégias empregadas em seu discurso, que oscila no foco à captação de novos fiéis, divulgação e promoção de eventos e produtos diversos, e a divulgação da doutrina em si e seus conceitos. No que diz respeito à mídia, existe um crescimento no número de horários adquiridos pelas instituições religiosas na grade de programação dos canais em todo o Brasil. Levantamento feito no ano de 2010 pela Ancine (Agência Nacional de Cinema) mostrou que programas religiosos chegam a constituir mais de 15% da grade de programação de canais como a Band (15,9%), a RedeTV (23,7%) e a líder de vendas de horários para o segmento, a CNT (30,8%), chegando esta à significativa marca de 3,5 mil horas/ano. Desde então, muito vem sendo discutido sobre limites de aquisição de horários para a prática religiosa e expansão dos canais inteiramente dedicados ao culto religioso, chegando, por exemplo, ao Senado Federal, propostas que vão da regulação da quantidade de material religioso disponível público até ao conteúdo da mensagem religiosa em si. A pesquisa conta com financiamento, bolsas para o acadêmico envolvido, decorrente do programa de fomento da FAPEMIG – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais.