

A MUDIATIZAÇÃO DA IGREJA CRISTÃ: A DESTRUÇÃO DA AURA DO TEMPLO

Maysa Siqueira

RESUMO

O artigo tem por objetivo discutir a destruição da aura do templo devido a midiatização da Igreja Cristã. Para isso, valem da reflexão de Walter Benjamin (2012) sobre o conceito de aura que, apesar do contexto abordado se referir à obra de arte, podemos inseri-lo no âmbito do templo. Percorremos a visão antropológica e teológica de Mircea Eliade (1992), que situa o homem, o mundo e a relação com o divino, a partir da construção do templo. Por meio dos estudos de Magali Nascimento Cunha (2007), abordaremos a proliferação de igrejas protestantes, a mídia e mercado religioso cristão. A partir disso, analisaremos como ocorreu a destruição da aura do templo através da difusão da midiatização das igrejas cristãs, e o que isso resultou na vida do fiel e na sociedade do século XXI.

Palavras-chaves: Templo. Sagrado. Igreja Cristã. Aura. Midiatização.

INTRODUÇÃO

Este artigo proporcionará conhecimento religioso e filosófico sobre a destruição da aura do templo, a expansão da midiatização das igrejas cristãs e o reflexo na sociedade do século XXI. A pesquisa foi desenvolvida com auxílio dos orientadores Prof. Ms. Fernando Aquino e Prof. Dr. Carlos Motta.

A abordagem do tema consiste em fundamentos teóricos do livro *O Sagrado e o Profano* de Mircea Eliade (1992) sobre a construção de templos, com auxílio de textos bíblicos. Fundamentos sobre o processo da expansão midiática da igreja cristã, e com base nos textos *Destruição da aura* (2012) e *Valor de Culto e Valor de Exposição* (2012), de Walter Benjamin, sugerir uma reflexão filosófica sobre a destruição da aura do templo. Por fim, em fundamentos no contexto midiático

religioso, através do livro *A Explosão Gospel: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil* (2007), de Magali do Nascimento Cunha.

De modo linear, poderemos explorar a história da igreja cristã e a constante busca pela propagação da religião. Isso resultou em várias transformações ao decorrer dos tempos. A ideia de propaganda surgiu no Vaticano no século XVII, por meio da Igreja Católica, para difundir a fé cristã. A instituição Católica, desde tempos antigos, detém de grande poder religioso e político. Antigamente a propagação do evangelho se dava exclusivamente pela fala. O surgimento da imprensa de *Gutenberg* possibilitou a entrada da Reforma Protestante, e a partir disso as pessoas poderiam ter em mãos a própria palavra de Deus.

A partir das reflexões de Walter Benjamin (2012), a arte nos promove uma experiência transcendental, tendo em si uma aura que consiste em valor de tradição e culto. No templo, assim como a arte, há uma aura sagrada. Independentemente de seguir a religião cristã ou não, ao entrar no templo percebemos que é um local diferente, um lugar celestial ou santo. Para Eliade (1992), a construção de templos representa a edificação de um lugar consagrado ao transcendente, a manifestação do próprio Deus. Como descreve a Bíblia “Então disse Davi: Este é o lugar para o templo de Deus, o Senhor, e do altar de holocaustos para Israel” (BÍBLIA SAGRADA, 1 Crônicas 22.1). O templo é lugar de tradição e culto a Deus, no qual o fiel busca crescimento espiritual e comunhão entre os irmãos de fé.

As transformações no sentido político, econômico, tecnológico e social, possibilitaram o surgimento dos meios de comunicação, o que resultou, por sua vez, na sociedade imersa ao consumo e submetida à indústria cultural. A publicidade e propaganda tem como objetivo divulgar ideias sobre a tal marca ou produto, a fim de seduzir o público ao consumo. O público está cada vez mais segmentado, a ideia de atingir a massa com a propaganda torna-se menos eficaz, convivemos com diversos tipos de pessoas, diferentes em questões culturais, valores e crenças. Contudo, não se obtinha uma teoria precisa que revelasse o efeito com que público seria atingido pela mensagem.

Em 1950, a escola de Frankfurt reuniu um grupo de investigadores, entre eles, Adorno e Horkheimer que desenvolveram a teoria crítica sobre a indústria cultural. “O consumidor não é soberano, como a indústria cultural queria fazer crer, não é o seu sujeito, mas o seu objeto” (ADORNO, 1967, p. 6). No produto reproduzível massivo encontra-se uma grande perda do conteúdo da obra original.

A Igreja Cristã aos poucos tornou-se um novo ator dos meios de comunicação, e essa relação trouxe a várias igrejas a posse de emissoras, reproduzindo cultos ao vivo, shows e outras programações. No entanto, poderíamos cogitar que, ao ser reproduzido, o culto poderia perder o seu valor? O lugar sagrado poderia ter o mesmo efeito do reproduzido ou não, já que é um fenômeno único? Constatamos que a midiática da igreja cristã ocasiona a destruição da aura do templo e promove a descentralização do espaço de tradição, que resultam transformações no estilo de vida dos fiéis na sociedade. O templo representa a casa de Deus, o espaço de adoração e comunhão entre os fiéis, em que o fiel poderá estar a serviço da obra de Deus na igreja.

O fiel torna-se telespectador, a expansão do consumo midiático resulta na difusão mercadológica cristã. A lógica do consumo do fiel estará pautada na crença religiosa, sendo assim, como descreve Cunha (2007), o cristão é um cidadão do Reino de Deus, por isso consome os produtos religiosos. No entanto, os programas midiáticos da igreja não substituem o templo, trata-se de um novo hábito que foi adquirido pelo fiel.

Diante disso, introduzimos esse percurso, a partir do conceito de aura mediante as reflexões Benjamin (2012). Logo após, discorremos sobre a indústria cultural que promoveu a reprodutibilidade técnica e a destruição da aura. Com base no objeto de estudo, situaremos o templo, na visão de Eliade (1992) que concebe o templo como espaço sagrado. Por fim, exploramos o problema de pesquisa, mediante a visão de Cunha (2007), o processo de midiática das igrejas cristãs e o que isso refletiu na vida do fiel e na sociedade.

A AURA

A *mimise*³⁷ acompanha a humanidade desde o homem primordial. As ilustrações retratadas nas paredes das cavernas são expressões artísticas, cada bisão desenhado possui traços autorais de quem o pintou, a arte é o ato de *mimise*, cada bisão possui autenticidade.

Segundo Benjamin (2012), a obra de arte passa por dois polos, o valor de culto e valor de exposição e a mudança entre os polos pode ser qualitativa, assim como ocorreu na pré-história. Por exemplo, no valor de culto das ilustrações nas cavernas, poderemos estabelecer a relação divina e o povo da época. Já no valor de exposição podemos observar a própria história e tradição. Apenas com traços dos desenhos, conseguimos transcender o objeto, permitindo a experiência aurática de reconhecer o *Ser* da ilustração.

A arte possui aura que permite transcender a materialidade. Na Grécia antiga, Platão acreditava que a beleza é sinal de outra ordem superior, a experiência com a beleza nós aproxima com o divino. As obras de arte mais antigas surgiram de rituais, a princípio mágico, depois religioso. Neste caso, a obra apresenta-se inserida ao contexto de tradição e culto:

O valor único da obra de arte *autêntica* tem sempre um fundamento teológico, por mais mediatizado que seja: ele pode ser reconhecido, como ritual secularizado, mesmo as formas mais profanas do culto do belo. (BENJAMIN, 2012, p. 185).

Na arquitetura, o templo possui *imago mundi*³⁸, que permite a experiência de culto. O templo é lugar santo por excelência, que resantifica continuamente o mundo, uma vez que representa e o contém ao mesmo tempo. No valor de exposição, nos vitrais, por exemplo, dos templos católicos da Idade Média, predominava a estética arquitetônica gótica e românica. No período da Renascença, a Capela Sistina foi construída inspirada no templo de Salomão e no interior da Capela, pintado por

³⁷ O termo *mimise* vem do grego, abordado na *Poética* de Aristóteles, presente no processo estético que excede ao ato de cópia tendo a potencialidade de criar novos significados.

³⁸ Em latim *imago mundi*, ou seja, imagem do mundo. Segundo Eliade (1992), o mundo é obra dos deuses. Na teologia cristã, a Bíblia Sagrada, em Gêneses, cap. 1, descreve Deus criando o mundo.

Michelangelo, os afrescos representavam passagens do velho e Novo Testamentos bíblicos.

No decorrer dos anos, a arte aperfeiçoou-se como técnica manual. Principalmente no período Renascentista, surgiram grandes artistas, pintores, arquitetos, escultores, etc.; cada qual com características específicas e carregadas de contexto histórico, obras que possuem em si a essência atemporal. “A autenticidade de uma coisa é a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico.” (BENJAMIN, 2012, p. 182).

A aura procede do fenômeno único vinculado à tradição de culto, que se compõe na transcendência da materialidade: “Mesmo na reprodução mais perfeita, um elemento está ausente: o aqui e agora da obra de arte, sua existência única, no lugar em que ela se encontra.” (BENJAMIN, 2012, p. 181). Gradualmente a humanidade almeja capturar o fenômeno único, esta captura representa o registro do acontecimento que proporciona o rompimento do aqui e agora, sendo subsequente a aparição devido à reprodutibilidade, no entanto não significa que seja semelhante ao fenômeno original, promovendo a destruição da aura do fenômeno de algum acontecimento originário. A estátua de Davi, do artista Michelangelo, cuja obra original feita no período da Renascença foi alvo de incontroláveis reproduções. No entanto, a reprodutibilidade técnica da obra promove a perda de autenticidade, retira seu valor de culto e funda-se no valor capital do consumo desencadeado pela indústria cultural.

A INDÚSTRIA CULTURAL

No século XIX, a Revolução Industrial desencadeou a série de produtos industriais, sem aura, apenas reproduzidas para a utilidade e consumo. Surge o termo indústria cultural, conhecido anteriormente como cultura de massa, que se trata de uma cultura que nasce espontaneamente das massas, uma forma contemporânea de arte popular, apropriando-se de obras intelectuais submetidas a demagogia da

facilidade³⁹. Neste contexto, surge a arte moderna que se apropria da indústria cultural que resulta na difusão mercadológica.

A expansão midiática impulsionou as vendas dos produtos desaturizados da produção industrial, e o resultado foi muita oferta para pouca demanda. No século XIX, na era industrial, a publicidade começa a ser veiculada nas rádios e emissoras de TV. As propagandas produzem significados do produto ou marca anunciada que se comunica com a sociedade, valores de grupos sociais que seduzem a posse de algo que o telespectador não tenha ainda, para despertar o desejo de possuí-lo.

Os meios de comunicação em massa contribuíram para a construção de valores universais da sociedade. Em princípio, contudo, não se obtinha uma teoria precisa que desvendaria o efeito com que público seria atingido pela mensagem transmitida. Wolf descreve, segundo a teoria hipodérmica: “[...] cada indivíduo é um átomo isolado que reage sozinho às ordens e as sugestões dos meios de comunicação de massa monopolizados.” (WOLF, 2008, p. 8).

A teoria hipodérmica foi conduzida pelo behaviorismo⁴⁰, no entanto tal paradigma foi rompido pela teoria da persuasão, que defendia a relação de causa e efeito mediada por processos psicológicos do indivíduo. A mensagem enviada ao receptor submete-se à motivação, interesse e percepção.

A teoria dos efeitos limitados exerce um filtro de opinião pública sobre os assuntos apresentados pela mídia. Normalmente dirigido por um líder, que detém alguma admiração ou autoridade sobre o grupo primário (família, igreja, grupos sociais, amigos, políticos e outros), que se torna responsável pela influência de opinião.

³⁹ A demagogia da facilidade corrobora a interpretação popular de fragmentos de algum conteúdo sólido. Por exemplo, ler a peça *Hamlet* de Shakespeare, requer concentração para compreendê-lo, já assistir ao filme com referência à peça promove uma interpretação popular.

⁴⁰ Behaviorismo, o termo *behavior* do inglês significa comportamento. Watson o pioneiro da psicologia behaviorista, diz que o comportamento representa a adaptação do organismo ao ambiente situado. Os comportamentos são manifestados pelo homem (possíveis de observação científica) o qual permitiu a decompor seguintes unidades: o estímulo (seria o impacto do ambiente sobre o indivíduo), a resposta (a reação ao ambiente) e o reforço (os efeitos da ação condicionada a modificar as reações ao ambiente).

Os livros e o cinema são satisfatórios para as necessidades de autorrealização e autogratificação, ajudando o indivíduo a entrar em contato consigo mesmo; jornais, rádio e televisão servem, por sua vez, para reforçar vínculo entre o indivíduo e a sociedade. (WOLF, 2008, p. 65).

Os indivíduos e grupos sociais constroem identidades, partilham expectativas de vida. Enquanto que, por outro lado, encontra-se a indústria midiática com o objetivo de obter lucro por meio dos produtos midiáticos que são oferecidos para o público como mercadoria, em troca da audiência de programas e consumo de produtos anunciados.

A audiência promovida pelo consumo midiático pode ser caracterizada pelo uso e gratificações, como uma fuga da vida monótona, companhia e entretenimento. O indivíduo possui capacidade de escolher os programas devido à preferência.

Em 1950, a escola de Frankfurt reuniu um grupo de investigadores, com tentativa de fundir o comportamento crítico no confronto com a ciência e a indústria cultural. Adorno e Horkheimer (1967) desenvolveram a teoria crítica sobre a indústria cultural, segundo a qual “o consumidor não é soberano, como a indústria cultural queria fazer crer, não é o seu sujeito, mas o seu objeto” (ADORNO, 1967, p. 6). Para outros, poderia ser comparado como difusão intelectual, semelhante aos ideais iluministas. No entanto, encontra-se no produto reproduzível massivo uma grande perda do conteúdo da obra original. Segundo Benjamin (2012), que também contribuiu nos estudos da escola de Frankfurt, a reprodutibilidade técnica propicia a destruição da aura, ao momento que possibilita a crescente difusão e intensidade dos movimentos de massas. A partir da arte são reproduzidas réplicas, isso retira a tradição do objeto reproduzido, resultando na liquidação do valor tradicional do patrimônio da cultura. Com isso, subtrai a função social fundamentada no ritual e funda-se na práxis da política. A reprodução artística influenciada pelo capitalismo resultou em objetos industrializados, expostos nas prateleiras para despertar o consumo. Não há relação de contemplação, apenas uma relação de posse do objeto.

O objeto a ser vendido não apresenta, portanto, em seu ponto de origem (a fábrica) como um “produto acabado” em torno do qual o publicitário teria apenas de desenhar uma aura significativa: o objeto, no início, aparece mais

como embrião que cada um dos especialistas da cadeia do trabalho publicitário poderá modificar ao sabor de estratégias de marketing e de publicidade privilegiadas. (BRETON; PROULX, 2006, p. 108)

Portanto, o objeto da reprodutibilidade técnica é um produto, que foi criado para ser reproduzível e possuído pelo consumidor, e para atraí-los as propagandas utilizam a retórica, sendo o publicitário percussor da “auratização” do produto.

Voltando nossa atenção a nosso objeto de estudo e transpondo a ele a teoria vista até aqui, enxergamos que o templo, assim como a arte, possui uma aura sagrada e tradição de culto. Entendemos que, ao ser reproduzido, transforma-se em um produto midiático, no entanto, poderíamos cogitar que o culto poderia perder o seu valor ao ser reproduzível? Esse é nosso problema de pesquisa, que exploramos mais de perto a partir de agora, aproximando-nos do contexto dos templos e do conceito de midiatização.

O TEMPLO CRISTÃO

A palavra templo vem do latim *templum*. O templo é construído para propiciar a relação entre o Homem e o divino, ou seja, terra e céu. Normalmente, a arquitetura dos templos direciona para um ponto central, isso simboliza o *axis mundi*, uma forma de ligar-se ao mundo celestial. No cristianismo, o templo é o espaço sagrado de encontro e adoração a Deus e a visita ao templo é algo sagrado. Neste âmbito a vida espiritual e comunhão com o próximo são fortalecidas por meio do culto prestado a Deus. “Então disse Davi: Este é o lugar para o templo de Deus, o Senhor, e do altar de holocaustos para Israel” (BÍBLIA SAGRADA, 1 Crônicas 22.1). O templo permite ao fiel e não fiel uma experiência transcendental, por representar um lugar separado, ou seja, santificado.

Comunidades antigas construíram os templos, deixando não apenas marcas da religião predominante, mas também da própria cultura do povo. Na Bíblia Sagrada temos esse exemplo do povo de Israel, escolhido por Deus. Salomão filho de rei Davi, ergueu o templo que, conforme dito por Davi nas Escrituras Sagradas, será o santuário de Deus:

Agora consagram o coração e a alma para buscarem o Senhor, o seu Deus. Comecem a construir o santuário de Deus, o Senhor, para que vocês possam trazer a arca da aliança do Senhor e os utensílios sagrados que pertencem a Deus para dentro do templo que será construído em honra do nome do Senhor. (BÍBLIA SAGRADA, 1 Crônicas 22.19)

Segundo Eliade (1992), o homem religioso é dotado de um desejo de viver no sagrado. Isso é uma busca da realidade objetiva, da sua existência, movendo-se para um lugar santificado, que poderia ser chamado de “espaço sagrado” ou “mundo sagrado”. O fiel busca, através da santidade, a verdadeira adoração. “Deus é espírito, e é necessário que os seus adoradores o adorem em espírito e em verdade” (BÍBLIA SAGRADA, João 4.24). Deus criou o homem à Sua imagem e semelhança, o corpo do homem foi criado para adorar a Deus, que o criou. A adoração do fiel exige reverência e submissão a Deus para o fortalecimento da vida espiritual.

O cristianismo é uma religião monoteísta que acredita na vinda do Messias (Jesus Cristo), o filho de Deus, o próprio Deus que se fez homem para redimir a humanidade do pecado. A doutrina cristã está fundamentada na trindade de Deus: Pai, Filho e Espírito Santo; aquele que é onipresente, onipotente, onisciente.

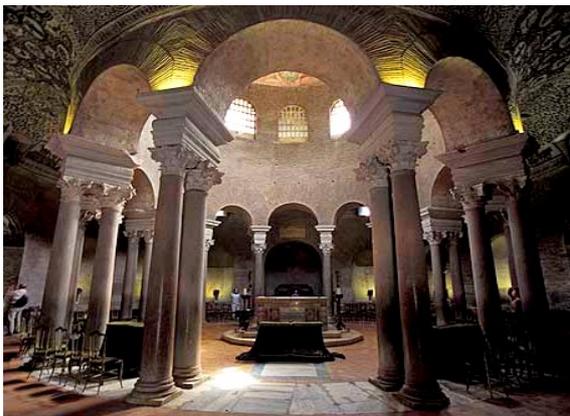
No princípio era o Verbo, e o Verbo estava com Deus, o o Verbo era Deus. Ele estava no princípio com Deus. [...] E o Verbo se fez carne, e habitou entre nós, e vimos a sua glória, como a glória do unigênito do Pai, cheio de graça e de verdade. (BÍBLIA SAGRADA, JOÃO 1. 1,2 e 14)

Na visão sociológica, a igreja é uma instituição social fundamentada em princípios dogmáticos. A palavra igreja vem do latim *ecclesia* e, para teologia cristã, simboliza a noiva de Cristo, como profecia de que ele voltará para buscá-la. “Regozijemo-nos! Vamos alegrar-nos e dar-lhe glória! Pois chegou a hora do casamento do Cordeiro, e a sua noiva já se aprontou” (BÍBLIA SAGRADA, Apocalipse 19.7). O fiel pertence à igreja de Cristo, logo, o fiel é a igreja. Paulo diz: “Acaso não sabem que o corpo de vocês é santuário do Espírito Santo que habita em vocês, e que vocês não são de vocês mesmos?” (BÍBLIA SAGRADA, 1 Coríntios 6.19). O corpo e a alma do fiel são consagrados a Deus, o corpo simboliza o templo do Espírito Santo.

No mesmo sentido, o culto é um cerimonial prestado a Deus, no qual se reúnem fiéis que compartilham da mesma crença e dogmas da igreja. Cada igreja possui um ritual para o acontecimento do culto. As igrejas cristãs se dividem em: Igreja Ortodoxa do Império Bizantino, Igreja Apostólica Católica Romana e Protestante.

A estrutura do templo persistia na consciência da cristandade, por exemplo, na igreja bizantina. “As quatro partes do interior da igreja simbolizam as quatro direções do mundo” (ELIADE, 1992, p. 35). Segundo Eliade, o interior da igreja é o Universo. O altar é o paraíso, que foi transferido para o oriente. A porta imperial do altar denomina-se também porta do paraíso. Como imagem do mundo, a igreja bizantina encarnava e santificava o mundo. A seguir, as figuras 1 e 2 apresentam o templo de Santa *Constanza*.

Figura 1: Interior da Santa *Constanza*



Fonte: GUIA DA ROMA, 2017.

Figura 2: Cúpula da Santa *Constanza*



Fonte: WIKIMEDIA, 2017.

A arquitetura da igreja de Santa *Constanza* possui abóbadas, padrões geométricos e mosaicos. A arte bizantina utiliza principalmente cenas do Novo Testamento. A cúpula do templo possui pinturas de cenas bíblicas, as janelas ao redor da cúpula possibilitam a entrada de luz no altar do templo, como se a presença de Deus iluminasse o altar.

Na Idade Média, a Igreja Apostólica Católica Romana era detentora de poder religioso e político, a predominância imagética e a oralidade auxiliavam a propagação da religião, devido ao analfabetismo da época. Nesse contexto histórico, o fiel obtinha

uma relação intrínseca com a igreja, pois era o único lugar que poderia ouvir da palavra de Deus.

A arte cristã foi marcada pela presença dos primeiros símbolos: crucifixo, as imagens de santos, da Virgem Maria e do Menino Jesus. A história cristã é retratada pela arte por passagens bíblicas, sendo uma arte eclesiástica que servia a igreja, portanto, havia exigências e regras que o artista deveria cumprir por ordem do clero.

No século IV, época do Império de Constantino em Roma, de acordo com a tradição católica, o apóstolo São Pedro foi condenado pelo Imperador Nero à morte de cruz. São Pedro não se considerava digno a morrer igual a Cristo, por isso, a pedido dele, morreu crucificado de cabeça para baixo. Posteriormente, no século XVI, no local em que São Pedro foi morto e sepultado, ergueu-se a Basílica. A arquitetura apresenta estátuas de apóstolos e anjos, além disso, em seu interior, há pinturas que representam cenas bíblicas. A seguir, as figuras 3 e 4 apresentam o templo da Basílica de São Pedro.

Figura 3: Basílica de São Pedro



Fonte: WIKIMEDIA, 2017.

Figura 4: Teto da Basílica



Fonte: TOURISTICO, 2017.

A Igreja Católica Apostólica Romana apresenta a figura icônica papal como moderador religioso para os féis. Para o católico, o papa representa um homem santo e escolhido por Deus para guiar a humanidade. Após a reforma protestante, foram rompidos paradigmas dogmáticos da Igreja Católica, momento em que surgem novas

igrejas e dogmas. A principal diferença está na extinção do culto imagético aos santos, além de não reconhecerem a figura papal como o supremo líder mundial.

A Reforma Protestante⁴¹ do século XVI possibilitou o surgimento de igrejas Luteranas, Anglicanas e Calvinistas. Caracterizado pelo processo de fluxo de migração protestante, que resultou posteriormente na proliferação de diversas igrejas, as tradicionais: Congregacional, Presbiteriana, Metodista e Batista; as pentecostais de doutrina do Espírito Santo⁴²: Assembleia de Deus, Congregação Cristã do Brasil e Evangelho Quadrangular; as neopentecostais de Teologia da Prosperidade⁴³ e da Guerra Espiritual⁴⁴: Deus é Amor, Brasil para Cristo, Casa de Bênção e Universal do Reino de Deus; as que abrangem o público-alvo jovem e classe média, são pentecostais renovadas: Renascer em Cristo, Sara Nossa Terra, Bola de Neve, etc.

No Brasil, algumas Igrejas Católicas apresentam o estilo neogótico na arquitetura, como a Catedral da Sé, construída em 1967. Projetada pelo arquiteto alemão Maximilian Emil Hehl, as abóbodas do templo possuem partes pontiagudas, que marcam o estilo gótico na arquitetura – conforme ilustram as figuras 5 e 6.

Figura 5: Catedral da Sé



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

Figura 6: Cúpula da Catedral da Sé



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

⁴¹ A Reforma Protestante do século XVI surgiu com o questionamento de Lutero sobre os dogmas da Igreja Católica Apostólica Romana. Lutero lançou as 95 teses e foi excomungado pela igreja. Com o apoio da nobreza alemã, Lutero traduziu a bíblia em latim para o alemão. A reforma expandiu-se por outros países e ganhou características sociais, que resultou na reforma: anglicana e calvinista.

⁴² Doutrina do Espírito Santo é caracterizada pelo segundo batismo. Denominado de batismo do Espírito Santo, possibilita ao fiel falar línguas estranhas, ao qual se denomina glossolalia.

⁴³ Teologia da Prosperidade é caracterizada pela busca de bênção de riquezas materiais e espirituais.

⁴⁴ Guerra Espiritual consiste na prática de exorcismo e curas milagrosas.

Os vitrais do templo são divididos em quadrados, cada qual representando cenas bíblicas (figura 8). No interior da cúpula pode-se perceber o encontro das abóbodas em um ponto central, como representado na figura 7.

Figura 7: Interior da Cúpula da Catedral



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

Figura 8: Vitral da Catedral da Sé



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

A iluminação do templo possui uma aura transcendental, a luz reflete nos vitrais e adentra no templo. Há estátuas de anjos e santos em várias partes no interior do templo. A Catedral da Sé possui um órgão construído em Milão (1954), que possui cerca de 12 mil tubos sonoros e é considerado o maior órgão do Brasil e da América Latina. A seguir, as figuras 9 e 10 apresentam o interior do templo.

Figura 9: Interior da Catedral da Sé

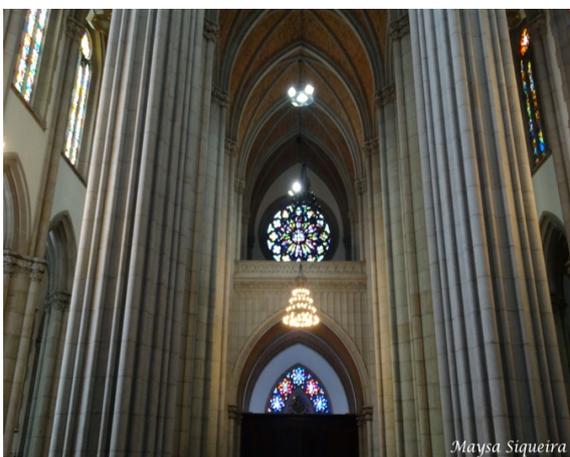


Figura 10: Interior da Catedral da Sé



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

Também na capital paulista, a Igreja Santa Ifigênia foi construída em 1912, projetada pelo arquiteto austríaco Johann Lorenz Madein. A arquitetura apresenta o estilo neorromânico devido as abóbodas arredondadas e pinturas no teto. Contudo, apresenta detalhes neogóticos nos vitrais (figuras 13 e 14) e algumas abóbodas pontiagudas. Portanto, há uma mistura de estilos arquitetônicos inspirados na Europa medieval – figuras 11 e 12.

Figura 11: Igreja Santa Ifigênia



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

Figura 12: Interior da Igreja Santa Ifigênia



Fonte: MAYSA SIQUEIRA,

Figura 13: Vitrais da Igreja Santa Ifigênia

Figura 14: Interior da Igreja Santa Ifigênia



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

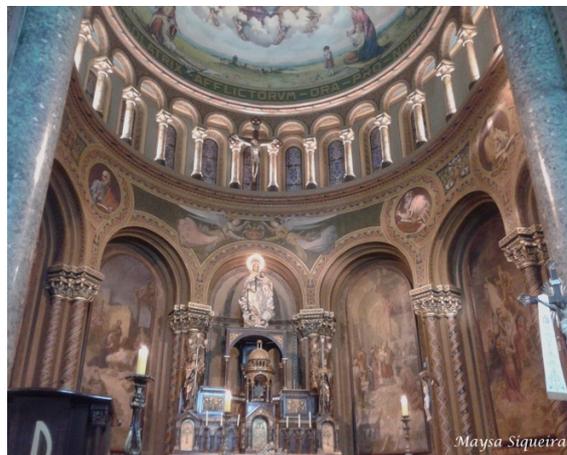
A Igreja da Consolação, ainda em São Paulo, capital, foi construída em 1909, projetada pelo arquiteto alemão Maximilian Emil Hehl. A arquitetura do templo apresenta uma torre com relógio. O estilo predominante é o neorromânico, porém há detalhes do neogótico. No interior, há pinturas bíblicas, estátuas de santos e anjos – figuras 15 e 16.

Figura 15: Igreja da Consolação



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

Figura 16: Interior da Igreja da Consolação



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

O Mosteiro de São Bento, no centro de São Paulo, foi construído em 1922, projetado pelo arquiteto alemão Richard Berndt. A arquitetura possui o estilo neorromânico, com grande característica do período medieval europeu. Há estátuas de personagens bíblicos ou santos, cada qual olha para uma direção do templo. Há pinturas no teto do templo e frases em latim, como *Adorate dominum in aula sancta eius* (Adore o Senhor, em Sua Santa corte), *Christus regnat in aeternum* (Cristo reina para sempre) – figuras 17 e 18.

Figura 17: Mosteiro de São Bento



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

Figura 18: Interior do Mosteiro de São Bento



Fonte: WIKIMEDIA, 2017.

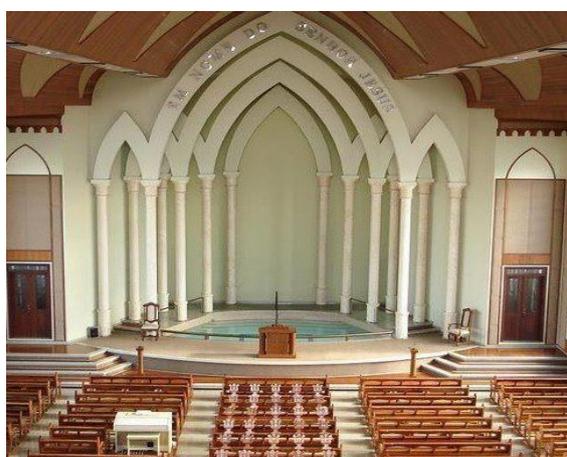
Por sua vez, os templos das igrejas Protestantes tradicionais também possuem apreço pela arquitetura, algumas Pentecostais também. Por exemplo, a Congregação Cristã no Brasil tem um padrão na arquitetura dos templos. A seguir, as figuras 19 e 20 apresentam a arquitetura da Congregação Cristã do Brasil.

Figura 19: Congregação Cristã do Brasil



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

Figura 20: Interior da Congregação Cristã



Fonte: PINTEREST, 2017.

A arquitetura da Congregação Cristã no Brasil possui a padronização de alguns elementos: as cores, a fachada externa (na qual é colocado o nome da igreja), o espaço para a jardinagem, duas entradas (a entrada da direita para as mulheres e a entrada da esquerda para os homens), o altar possui uma fachada escrita “Em nome do Senhor Jesus”. Isso possibilita identificá-la em qualquer região.

Devido à Reforma, nas igrejas protestantes há extinção de imagens de santos, diferente da doutrina da igreja Católica. Indo em outra direção, no contexto contemporâneo, a maioria das igrejas Pentecostais e Neopentecostais romperam com a apreciação pela construção arquitetônica sagrada do templo, na qual galpões alugados transformam-se em um ambiente para adorar a Deus.

Igualmente, a Igreja Universal não possui uma padronização arquitetônica, pois normalmente ocupam-se de galpões alugados. No entanto, em 2014 foi construído o Templo do Salomão, em São Paulo, baseado no templo construído por

Salomão, descrito no livro de Reis, do Antigo Testamento bíblico. Ali, no altar do templo, há uma réplica da arca da aliança. Na parede do altar está escrito: “Santuário de Deus”, com réplicas das tábuas das leis na frente do púlpito. As tábuas representam os dez mandamentos ditos por Deus a Moisés. Nas laterais há castiçais que dão alusão de estarem acesos, porém são luzes de LED – figuras 21 e 22.

Figura 21: Templo do Salomão



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

Figura 22: Interior do Templo do Salomão



Fonte: WIKIOSO, 2017.

Os espaços da Igreja Mundial do Poder de Deus não têm padronização arquitetônica, consistindo normalmente em prédios ou galpões alugados. Há uma fachada com o nome da igreja e, na porta, constam os horários dos cultos, como representado na figura 23. Para cada dia da semana o culto possui um tema específico, quais sejam: domingo, aliança com Deus; segunda, clamor pelo crescimento financeiro; terça, clamor pelo milagre urgente; quarta, avivamento do Espírito Santo; quinta, clamor pela harmonia familiar; sexta, clamor pela libertação; e sábado, clamor pelas causas impossíveis.

Figura 23: Igreja Mundial do Poder de Deus Figura 24: Interior da Igreja



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.



Fonte: MAYSA SIQUEIRA, 2017.

No altar, há um painel com ovelhas no pasto, com os seguintes dizeres: "Jesus Cristo é o mesmo ontem, hoje e sempre. O bom pastor dá a vida pelas ovelhas". Na mesa ao lado do púlpito figuram um castiçal e uma bandeja com propósitos. Ou seja, o fiel realiza um voto a Deus, depois o pastor lhe entrega um pequeno pote que contém uma pequena coroa imersa em óleo ungido; isso denomina-se "propósito". Em cima da mesa consta *O Livro da Oração Incessante* e embaixo dela o *Livro de Dizimistas* – conforme ilustra a figura 24.

Houve expansão de igrejas sem templos devido à quebra de paradigma, que possibilitou aos fiéis se reunirem em galpões alugados ou realizar cultos na garagem da própria casa. Esse fato tem maior ocorrência em igrejas Pentecostais e Neopentecostais.

Em 1990, surgem novas maneiras de difusão da palavra Deus. O fiel poderia ouvir rádios, assistir a cultos e programas cristãos. Os produtos midiáticos, portanto, servindo como disseminadores da religião cristã, que resultou na mudança de hábito na vida do fiel. Sobre essa midiatização referimo-nos a partir de agora.

MIDIATIZAÇÃO

A comunicação envolve a transmissão de informação, em que temos emissor e receptor, além disso, a comunicação pode ser intencional (gestos e palavras) e não intencional (expressão corporal). A fala é a base da comunicação posterior, o

surgimento da escrita possibilita o registro de informações e rompe com o espaço e tempo. Com a escrita, temos toda a tecnologia de impressão, que vai da xilogravura à moderna tipografia.

No final do século XIV, a xilogravura foi inspirada pela estamperia de tecidos, no entanto, imagens de cenas religiosas já haviam sido xilogravadas uma geração antes da Bíblia de *Gutenberg*. Na era moderna, a Europa expandiu a impressão gráfica devido a Revolução da prensa por *Johannes Gutenberg*, nesta época a imprensa produziu cerca de 27 mil edições.

A impressão gráfica teve vários obstáculos e paulatinamente conquistou espaço. Para alguns, essa nova tecnologia era uma ameaça, como aos escribas e à igreja. Ao momento que há possibilidade das pessoas lerem e estudarem textos religiosos, por si mesmas, ao invés de procurar por autoridades, isso provoca a hierarquia da Igreja Católica.

Na Rússia e outros países de religião ortodoxa, a impressão gráfica demorou a adentrar. A partir do reinado de Czar Pedro sobre Rússia, a situação alterou-se em 1711, com a fundação da gráfica de São Petersburgo. Em seguida, com a Gráfica do Senado, em São Petersburgo, e, em Moscou, com a Gráfica da Academia Naval e com a Gráfica da Academia de Ciências.

A palavra mídia vem do latim *media*, que se refere aos meios de comunicação de massa, como jornais, revistas, televisão e rádio. De acordo com o dicionário Houaiss (2009), midiatização é o ato de midiatizar, ação de difundir por meios dos veículos de comunicação.

A partir das transformações tecnológicas do século XIX, emergiram os meios de comunicação de massa, que alcançam a população independente das diferenças sociais. A televisão e o rádio, utilizando-se de uma linguagem simples, permitem que um analfabeto acesse e compreenda o que está sendo transmitido. A televisão detém-se de forte domínio em seu público. Por exemplo, em 1982, a rede Globo dominou a audiência e promoveu os candidatos para as eleições de governadores, segundo a preferência da elite (LIMA, 2004). Assim como outras emissoras poderão influenciar

na opinião da massa, a midiaticização transcende o processo de transmissão da informação e promove uma transformação na sociedade.

No Brasil, o processo de globalização trouxe consequências significativas no setor de comunicações, como a inserção das igrejas nas mídias, principalmente na televisão e no rádio. Em 1990, a Igreja Universal do Reino de Deus na *TV Record*; em 1995, a Igreja Católica na Rede Vida de Televisão.

Nesse período, a igreja Católica e a Universal obtinham maior participação na mídia televisiva, diferente das outras igrejas que utilizavam apenas mídia impressa (revista, jornais e panfletos). A seguir, a tabela 1 expõe a presença das igrejas na radiofusão, na época de 1999.

Tabela 1: Presença das igrejas na radiofusão (1999)

Igrejas	TV	Repetidoras	Rádio
Universal	21*	47	80
Católica	4	178	190
Batista	-	-	100
Adventista do 7º Dia	1	-	21
Assembleia de Deus	4	-	12
Evangelho Quadrangular	1	-	4
Renascer em Cristo	1	-	6

(*) Inclui as redes Record, Família e Mulher.

Fonte: LIMA, p. 111, 2004.

No Brasil, as igrejas Católicas e Protestantes – principalmente a Universal –, iniciaram como novo ator midiático na época do governo de Fernando Henrique Cardoso, período marcado pela globalização que contribuiu ao setor de comunicação.

As transformações tecnológicas devido à transmissão via satélite, sinal digital, a TV cabo e internet, possibilitaram a difusão de emissoras cristãs. Com isso, as emissoras aperfeiçoaram os equipamentos para melhorar a qualidade de transmissão da informação ou propagação da fé, como diz o *slogan* da TV Aparecida “A fé está no ar”. Há emissoras brasileiras que abordam programação exclusivamente cristã: “Levando você mais perto de Deus”, como sugere o *slogan* da Rede Gospel. No geral, as emissoras cristãs transmitem em suas programações: cultos, momentos orações, louvores, etc., tendo variação de acordo com a doutrina cristã da igreja a qual a

emissora pertence. A seguir, a tabela 2 apresenta uma listagem das emissoras brasileiras cristãs distribuídas pelo território nacional:

Tabela 2: Emissoras brasileiras cristãs.

Origem	Emissoras	Programação	Cobertura
MG	Rede Super	Evangélica: Igreja Batista da Lagoinha	12 estados e 187 municípios do Brasil
PR	Rede Evangelizar	Católica	14 estados e 35 municípios do Brasil
SP	Rede Século 21	Católica	21 estados e +1.000 municípios do Brasil
SP	Rede Vida	Católica	27 estados e 500 municípios do Brasil
SP	TV Novo Tempo	Evangélica: Adventista do Sétimo Dia	25 estados e 315 municípios do Brasil
SP	TV Aparecida	Católica	22 estados e 311 municípios do Brasil
SP	Canção Nova	Católica	20 estados e 113 municípios do Brasil
MS	TV Imaculada Conceição	Católica	Campo Grande, Mato Grosso do Sul.
RJ	Rede Boas Novas	Evangélica: Assembleia de Deus	23 estados e 121 municípios do Brasil
SP	TV Universal	Evangélica: Igreja Universal do Reino de Deus	São Paulo
SP	TV IMPD	Evangélica: Igreja Mundial do Poder de Deus	São Paulo e mais 44 municípios do Brasil
RJ	RIT	Evangélica: Igreja Internacional do Reino da Graça	24 estados e 126 municípios do Brasil
PA	TV Nazaré	Católica	Amazônia Legal*
DF	TV Gênese	Evangélica: Sara Nossa Terra	21 estados e 99 municípios do Brasil
SP	Rede Gospel	Evangélica: Renascer em Cristo	São Paulo e Rio de Janeiro

(*) Amazônia Legal corresponde aos estados do Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins e parte dos estados Mato Grosso, Maranhão e Goiás.

Fonte: Dados obtidos pelos sites das emissoras em janeiro de 2017.

As emissoras cristãs se dirigem ao público de fiéis, no entanto, nada impede alguém que não seja cristão de assistir também. A igreja midiaticizada tem como objetivo a evangelização da palavra de Deus, além de estar a serviço da sociedade, como diz o discurso de Pe. Eduardo:

Agora ampliamos o alcance da Rede Século 21. Toda essa obra de educação e evangelização, que é do Senhor Jesus, está a serviço da Igreja, da sociedade. Por meio da televisão, da revista Brasil Cristão, dos cursos da educação a distância e da internet, nós vamos levar conteúdo de valor duradouro para muitas outras famílias, porque o conteúdo é Rei! (PE. EDUARDO, 2017).

A emissora *Record* pertence à Igreja Universal, porém tem a programação variada, isto é, não exclusivamente religiosa. Na programação há períodos de oração, em que o bispo pede ao telespectador para colocar uma garrafa de água perto da televisão para, em seguida, realizar uma oração para ungir a água. Esse processo da água ungida é semelhante ao costume católico com a água benta. A execução desse ritual dependerá da fé do telespectador.

A ceia é realizada na igreja evangélica e católica (denominada eucaristia). É um memorial que consiste na consagração do sacrifício realizado por Jesus Cristo na cruz. A seguir, o texto da Bíblia Sagrada, do evangelho de Mateus, descreve a última ceia que Jesus realizou com os discípulos.

Enquanto comiam, Jesus tomou o pão, deu graças, partiu-o e o deu aos discípulos, dizendo: “Tomem e comam; isto é meu corpo”. Em seguida tomou o cálice, deu graças e o ofereceu aos discípulos, dizendo: “Bebam dele todos vocês”. Isto é o meu sangue da aliança, que é derramado em favor de muitos para perdão de pecados. (BÍBLIA SAGRADA, Mateus 26.26-28)

Por isso, ambas as igrejas utilizam-se do pão (denominada de hóstia, na igreja católica), que representa a carne, ou seja, o corpo de Cristo e do vinho (nas igrejas evangélicas, normalmente utilizam-se suco de uva), que representa o sangue de Cristo. Esse ritual é realizado em todas as igrejas em períodos diferentes. Por exemplo, a católica é realizada em toda missa; na igreja Assembleia de Deus, é uma vez ao mês. Contudo, essa prática é realizada somente no templo; ao ser transmitido

para a televisão, o fiel não estará participando do ritual da ceia, apenas assistindo como telespectador.

A igreja representa o corpo de Cristo: “Ora, vocês são corpo de Cristo, e cada um de vocês, individualmente, é membro desse corpo.” (BÍBLIA SAGRADA, 1 Coríntios 12.27). No templo, o fiel tem comunhão com os irmãos de fé, onde cada qual tem sua função para realizar a obra de Deus.

Assim como cada um de nós tem um corpo com muitos membros e esses membros não exercem todos a mesma função, assim também em Cristo nós, que somos muitos, formamos um corpo, e cada membro está ligado a todos os outros. (BÍBLIA SAGRADA, Romanos 12.4-5)

Em cada igreja há um grupo ou ministério responsável por alguma atividade, como, por exemplo, na igreja Batista, há o ministério de louvor, do qual os membros que cantam ou tocam algum instrumento podem participar. Sendo Jesus a cabeça e fiéis os membros – “E ele é a cabeça do corpo, da igreja; é o princípio e o primogênito dentre os mortos, para que em tudo tenha a preeminência.” (BÍBLIA SAGRADA, Colossense 1.18) –, o fiel, ao frequentar a igreja, poderá exercer talentos e dons para serviço da igreja.

Ao assistir alguma programação cristã, o fiel participa apenas como telespectador do produto midiático e funda-se na *práxis* do consumo. Na citação abaixo, Cunha descreve a lógica do consumo cristão.

Na lógica da cultura do mercado, consumir bens e serviços é ser cidadão; na lógica da cultura gospel, consumir bens e serviços religiosos é ser cidadão do Reino de Deus. Nesse caso, o consumo não é apenas uma ação que responde à lógica do mercado, mas constitui elementos produtor de valores e sentidos religiosos. (CUNHA, 2007, p.138)

Os programas midiáticos da igreja não substituem o templo, trata-se de um novo hábito que foi adquirido pelo fiel. Isso resultou na audiência dos meios de comunicação, sobretudo da televisão e do rádio, o que propiciou a expansão mercadológica do consumo religioso cristão.

RESULTADOS OBTIDOS

A pesquisa mostrou que a midiaticização da igreja cristã ocasiona a destruição da aura do templo e promove a descentralização do espaço de tradição, que resultam em transformações no estilo de vida dos fiéis na sociedade. Ao assistir o culto em casa, o fiel quebra o paradigma de tradição do culto, que seria realizado no templo. Há rompimento de tempo e espaço.

O processo que desencadeou os meios de comunicação proporcionou o consumo midiático. No momento que a igreja conquista espaço na mídia, poderá influenciar nos hábitos e valores da sociedade. Logo, a mídia proporciona propagação religiosa e a difusão do mercado religioso. Já, o templo representa a casa de Deus, o espaço de adoração e comunhão entre os fiéis, em que o fiel poderá estar a serviço da obra de Deus na igreja.

Poderemos analisar futuramente o mercado religioso cristão no Brasil. Por exemplo, a telenovela *Os Dez Mandamentos* da *TV Record* envolveu várias ações de publicidade e propaganda, além disso, teve o filme que repercutiu significativamente entre os cristãos, principalmente os pentecostais e neopentecostais. Isso poderia ser outro tema a ser analisado que daria continuidade a esta pesquisa realizada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ELIADE, Mircea. *O Sagrado e o Profano*, tradução Rogério Fernandes, São Paulo, Martins Fontes, 1992.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*; tradução Sérgio Paulo Rouanet; 3º Ed. Revista, São Paulo, Brasiliense, 2012.

ZILLES, Urbano. *Antropologia teológica*, São Paulo, Editora Paulus, 2011.

CUNHA, Magali. *A Explosão Gospel: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil*. Rio de Janeiro, Editora Mauad, 2007.

LIMA, Venício. *Mídia: Teoria e Política*; 2º Edição. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

WOLF, Mauro. *Teoria das comunicações de massa*; 2º Edição. São Paulo, Martins Fontes, 2008.

BÍBLIA SAGRADA. A Bíblia Sagrada, tradução João Ferreira de Almeida, São Paulo, Sociedade Bíblica Trinitariana do Brasil, Editora Mundial, 2011.

ECCLESIA. Igreja Ortodoxa. Disponível em:
<https://www.ecclesia.com.br/biblioteca/igreja_ortodoxa/a_igreja_ortodoxa_historia1.html>. Acesso em 20 julho de 2016.

GUIA DA ROMA. Igreja Santa *Constanza*. Disponível em:
<http://www.guidaroma.info/wp-content/uploads/2011/04/S_Costanza711.jpg>. Acesso em 15 de novembro de 2016.

WIKIMEDIA. Igreja Santa *Constanza* Interior. Disponível em:
<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/0b/Santa_Costanza_Interior1.jpg>. Acesso em 15 de novembro de 2016.

TOURISTICO. Basílica de São Pedro. Disponível em:
<<http://www.touristico.it/blog/wp-content/uploads/2015/09/basilica-san-pietro1.jpg>>. Acesso em 15 de novembro de 2016.

WIKIMEDIA. Basílica de São Pedro. Disponível em:
<<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/82/S%C3%A3opedro1.jpg>>. Acesso em 15 de novembro de 2016.

WIKIMEDIA. Mosteiro de São Bento. Disponível em:
<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/74/Monasterio_de_S%C3%A3o_

Bento_Interior%2C_S%C3%A3o_Paulo%2C_Brazil.jpg>. Acesso em 15 de novembro de 2016.

PINTEREST. Congregação Cristã do Brasil. Disponível em: <<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/08/4b/c0/084bc0ff03dccb4994f27b55abb841a0.jpg>>. Acesso em 15 de novembro de 2016.

PORTAL BSD. Disponível em: <http://www.portalbsd.com.br/satellite_canais.php?sat=SC2&id=212>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

REDE SUPER. Disponível em: <<http://redesuper.com.br/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

SÉCULO 21. Disponível em: <<https://www.rs21.com.br/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

TV EVANGELIZAR. Disponível em: <https://www.padrereqinaldomanzotti.org.br/tv_evangelizar>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

NOVO TEMPO. Disponível em: <<http://novotempo.com/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

TV APARECIDA. Disponível em: <<http://www.a12.com/tv-aparecida/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

CANÇÃO NOVA. Disponível em: <<http://tv.cancaonova.com/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

REDE VIDA. Disponível em: <<http://www.redevida.com.br/cobertura/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

TV IMACULADA. Disponível em: <<http://www.miliciadaimaculada.org.br/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

BOAS NOVAS. Disponível em: <<http://boasnovas.tv/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

RIT. Disponível em: <<http://www.rittv.com.br/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

TV GÊNISIS. Disponível em: <<http://redegensis.tv.br/>>. Acesso em 16 de janeiro de 2017.

MOSTEIRO DE SÃO BENTO. Disponível em: <<http://mosteiro.org.br/>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2017.

CATEDRAL DA SÉ. Disponível em: <<http://www.catedraldase.org.br/>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2017.

TEMPLO DE SALOMÃO. Disponível em:
<<http://sites.universal.org/templodesalomao/>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2017.

REVISTA VIRTUAL PARTES. Igreja Santa Ifigênia. Disponível em:
<<http://www.partes.com.br/igrejas/igreja15.html>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2017.

REVISTA VIRTUAL PARTES. Paróquia Nossa Senhora da Consolação. Disponível em: <<http://www.partes.com.br/igrejas/igreja05.html>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2017.

PARÓQUIA. Paróquia Nossa Senhora da Consolação. Disponível em:
<<http://www.iparoquia.com/paroquia/historia.php?id=2kTM>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2017.