

DOI:10.4025/5cih.pphuem.2001

## **Deus na Capa: Uma Análise de imagens midiáticas**

Marina Fazani Manduchi

Resumo: O presente artigo aborda a utilização de imagens midiáticas relacionadas ao fenômeno religioso brasileiro. As imagens midiáticas selecionadas fazem parte de periódicos, especificamente, das capas; por serem produzidas para chamar a atenção do leitor, as capas de revistas de grande circulação nacional podem ser consumidas por um assíduo leitor ou pelo simples olhar de um transeunte. O objetivo deste trabalho é analisar algumas capas que abordam o tema religioso, principalmente as que se referem aos pentecostais, mostrando alguns aspectos verbais e não-verbais que constroem as capas e de que maneira são produzidas para atrair olhares e despertar interesses. Para tal, torna-se fundamental situar brevemente o campo religioso brasileiro para uma melhor compreensão das imagens midiáticas analisadas e o contexto em que estão inseridas, e também uma breve história da Igreja Universal do Reino de Deus. A Igreja que ao longo de seus 34 anos de existência tem despertado interesse e protagonizado escândalos. Devido sua expansão meteórica, tornou-se a principal denominação neopentecostal, estando presente em diversos países; adepta da Teologia da Prosperidade, a Igreja Universal do Reino de Deus arrecada milhões de reais doados por seus fiéis. Sua rápida expansão gerou desconfianças, principalmente depois da compra da Rede Record, o que instigou autoridades nacionais a investigar as contas e vidas dos líderes da Universal. Protagonizou diversos escândalos, como o “chute na santa”, os confrontos com as religiões afro-brasileiras, a prisão de Edir Macedo, e muitos outros. Recentemente a Universal ocupou o cenário brasileiro devido a acusações feitas pelo Ministério Público de São Paulo, foi destaque na mídia e travou um particular embate com sua principal rival, Rede Globo. Diante desse breve cenário religioso brasileiro e tendo como base alguns dados estatísticos, podemos observar de que maneira esse crescimento dos pentecostais e seu envolvimento cada vez maior nas esferas política, econômica e midiática, gera polêmicas e ocupa as capas de revistas de circulação nacional, e é este meio midiático que o artigo pretende analisar, a forma como a mídia trata essas questões religiosas e produz suas capas de revistas.

Palavras-chave: Religião; Pentecostalismo; Capas de revistas; Mídia.

## 1. Introdução

No quadro contemporâneo em que nos encontramos não é preciso ter formação acadêmica para observar a que ponto somos rodeados e bombardeados pelos meios midiáticos. Vivemos em uma sociedade em que mídia e consumo se imbricam. Para qualquer lugar que nosso olhar se mova captura uma imagem midiática e, dessa forma, em um simples, porém, atento passeio pelas ruas, percebemos essa poluição visual. Enquanto estamos dirigindo, podemos ver um *outdoor* e capturarmos sua imagem. Se estamos na fila do supermercado, ou até da farmácia, são as revistas que nos chamam atenção, com suas capas produzidas especialmente para esse fim, pois, os editores têm consciência de que, muitas vezes, é pela capa que decidimos levá-las. Como diz Ana Cristina Teodoro da Silva:

A capa é a “cara da revista”, é diferente de matérias assinadas, é editorial evidente, que utiliza todos os recursos possíveis de criatividade, explora o retângulo da revista; é a associação do estampado em capa com a própria revista, é aparência, imagem de capa e imagem da revista confundem-se. [...]¹

É especificamente este meio de comunicação que pretendo abordar. Procuo investigar de que forma as capas de revistas são construídas para prender a atenção do leitor ou despertar a curiosidade de um simples transeunte.

Diante deste assunto, é necessário fazer um recorte temático e temporal, pois, são inúmeras as revistas de grande tiragem que circulam nacionalmente. A temática que selecionei gera bastante polêmica e costuma atrair os olhares de todos, pois diz respeito à grande maioria das pessoas que consome informações sobre o fenômeno religioso. Ao abordar as capas de revistas que tratam sobre questões religiosas, especialmente sobre os pentecostais, entramos em um terreno de certa forma tenso. Algumas revistas, ao retratarem os pentecostais, já trazem estampadas nas capas sua posição e seus interesses. Essa demonstração de interesses nos revela a posição empresarial da revista, quais os leitores que são visados, como atingir novos leitores no mercado e conciliar a opinião da revista com a dos consumidores que esperam obter a “verdade” sobre os fatos. Em relação a essa questão seria oportuno destacar o que diz Miriam Bauab Puzzo acerca das revistas e sua relação como produto empresarial:

[...] Assim, as revistas informativas, como toda a produção midiática, cujo objetivo primordial é a informação, acompanham as novas tendências expressivas. Como não poderia deixar de ser, as capas de revistas também sofrem modificações a cada dia, explorando a criatividade e a persuasão. Perdem por conta desse aspecto seu caráter de fidelidade com a informação factual, impregnando-a de valores de natureza ideológico-empresarial. [...]²

Relacionado ao tema escolhido, uma das denominações religiosas que de tempos em tempos explode nos meios midiáticos é a IURD³, que ao longo de somente trinta e quatro anos se expandiu meteoricamente, tendo como seu líder máximo e polêmico, o denominado bispo Edir Macedo. É especialmente sobre essa denominação pentecostal que pretendo analisar algumas capas de revistas semanais de grande circulação em nosso país.

## 2. Desenvolvimento

Creio ser fundamental antes de analisar o meio comunicacional selecionado, introduzir e mostrar brevemente a situação do campo religioso brasileiro utilizando pesquisas e dados estatísticos. As transformações no campo religioso brasileiro são evidentes para observadores mais atentos, como é o caso da proliferação de igrejas chamadas evangélicas e a conseqüente perda no número de católicos que vêm ocorrendo nas últimas décadas. As igrejas pentecostais estão em solo brasileiro há um século, mas somente há três décadas é que apresentam

crescimento mais significativo. Segundo dados do IBGE de 2000, os evangélicos<sup>4</sup> correspondem a cerca de 15,5% da população brasileira, sendo que dentre estes, os pentecostais<sup>5</sup> são 77,86%; importante destacar que o censo completa uma década, apresentando portanto, números um pouco desatualizados, para isso são consultadas outras pesquisas.

Outras pesquisas foram realizadas, como a pesquisa DataFolha em 2007, e a da Fundação Getúlio Vargas em 2003, que trazem dados mais próximos do campo religioso nos dias atuais. Há também a pesquisa realizada pelo *The Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life* que faz pesquisas relacionadas à religião e a assuntos polêmicos como pena de morte, casamento gay, etc. nos Estados Unidos e ao redor do mundo. A pesquisa foi divulgada em outubro de 2006<sup>6</sup>, sendo assim apresenta dados recentes acerca do pentecostalismo no Brasil. Sobre os dados estatísticos do campo religioso brasileiro há o recente e interessante artigo de Leonildo Silveira Campos, “Os Mapas, Atores e Números da Diversidade Religiosa Cristã Brasileira: Católicos e Evangélicos entre 1940 e 2007”<sup>7</sup>, em que o autor a partir dos dados de censos do IBGE de 1940 a 2000 juntamente com outras pesquisas, mostra o aumento do número de evangélicos, dos sem religião, os de outras religiões e o decréscimo no número de católicos, como podemos observar na tabela a seguir:

**Tabela 1 - Religiões no Brasil – 1940-2000**

ANO	Católicos	Evangélicos	outras religiões	sem religião
1940	95.2	2.6	1,9	0,2
1950	93.7	3.4	2,4	0,3
1960	93.1	4.3	2,4	----
1970	91.8	5.2	2,3	0,8
1980	89.0	6.6	2,5	1,6
1991	83.3	9.0	2,9	4,7
2000	73.9	15.6	3,5	7,4

**Fonte:** IBGE – Censos demográficos. (quadro comparativo por % da população do país)

Para concluir seu artigo Campos elabora uma tabela<sup>8</sup> contendo números divulgados por todas as pesquisas utilizadas. É interessante destacar que, para a realização de tais pesquisas, foram utilizadas metodologias distintas, portanto podemos, baseados nos dados, esclarecer e reafirmar o decréscimo dos católicos e aumento dos protestantes, em especial os neopentecostais.

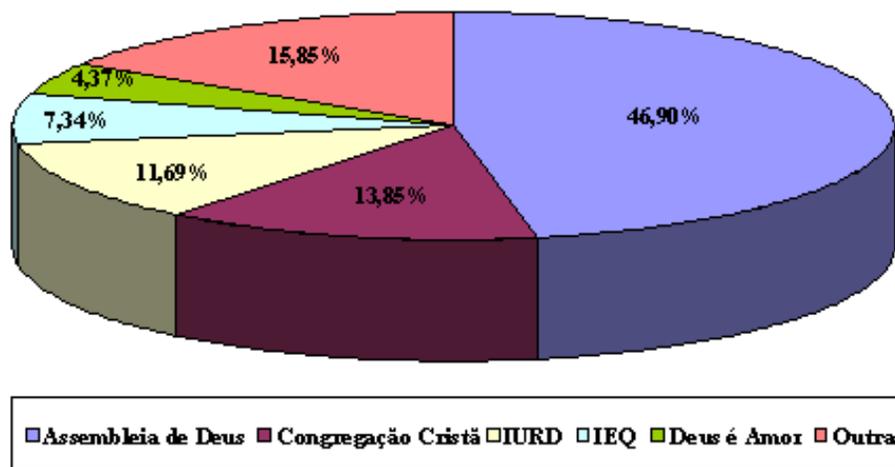
**Tabela 13 – Composição do campo religioso brasileiro (em %)**

	IBGE - 2000	FGV - 2003	DataFolha - 2007	Pew Forum - 2006
Católicos	73,9	73,7	64,0	57,0
Protestantes	15,6	17,9	22,0	21,0
Outras religiões	3,5	3,3	6,0	5,0
Sem religião	7,4	5,1	7,0	13,0

Após observar as tabelas acima, paira no ar uma questão importante: diante desse crescimento pentecostal, dentre tantas denominações, quais delas apresentam o maior rebanho de fiéis? Para responder tal indagação, de maneira mais específica, baseado no censo de 2000,

Campos nos mostra no gráfico<sup>9</sup> abaixo a porcentagem das principais denominações pentecostais.

**Gráfico - 12 – Principais igrejas pentecostais**



Fonte: IBGE – 2000

Através da observação dos dados estatísticos mostrados por Campos, podemos ter uma noção do espaço que os pentecostais vêm ocupando ao longo dos anos no Brasil e também a dimensão que a IURD tem tomado diante das outras igrejas pentecostais, ocupando o terceiro lugar com 11,69% dos fiéis pentecostais, ficando atrás das denominações da primeira onda<sup>10</sup> que foram instaladas no Brasil há um século.

Podemos concluir nossas considerações sobre o campo religioso brasileiro com a citação do autor:

[...] Todavia, foi graças aos números dos censos do IBGE de 1940 e 2000 que se pode perceber a queda na porcentagem de católicos de 95,2% da população para 73,9%; enquanto os evangélicos, que eram 2,6%, subiram para 15,6%; os sem religião saíram de uma pouca perceptível marca de 0,2% para atingir a dos 7,4%; enquanto os pertencentes a outras religiões, que eram 1,9%, se tornaram 3,5%, nesse mesmo período. [...]<sup>11</sup>

Agora nos resta esperar pelos resultados do censo realizado em 2010 que pode nos trazer melhores respostas sobre esse avanço pentecostal e nos dizer quais mudanças se operaram no campo religioso ao longo de uma década. Esse crescimento pentecostal exerce influência em vários campos: político, social, econômico, midiático etc. Por fim, é relacionado a este último campo que pretendo discorrer, analisando de que forma são veiculadas as notícias sobre os pentecostais.

Ao trabalhar com fontes imagéticas torna-se imprescindível adotar alguns critérios de análise. Para tal, diversos textos e autores foram consultados a fim de elaborar formas de desconstruir e analisar as imagens das capas, estas que em sua composição trazem elementos linguísticos verbais e não-verbais.

Dentre diversos autores, podemos citar Ana Cristina Teodoro da Silva, que trabalha com a interpretação de capas de revistas como a *Manchete*; em um dos seus textos que consultei<sup>12</sup> podemos extrair diversas metodologias como: seriação, periodicidade, justaposição de linguagens, recepção e figuras de linguagem.

Sobre uma abordagem mais ampla relacionada às revistas, Márcia Elisa Teté Ramos coloca em sua tese de doutorado em que analisa a revista *Nova Escola* o seguinte:

Existem características que pontuam o gênero revista, em resumo são elas: a constituição de textos que viabilizem uma leitura leve e ligeira; conteúdo para entretenimento, informação e ensino; e, sob propósito político e/ou pedagógico, orientação para se formar o indivíduo moderno, em condições de

modernizar a sociedade. Mantendo essa tipificação, mudanças substanciais vão presidir a editoração e a leitura de uma “revista de banca” como Nova Escola. [...] <sup>13</sup>

Dessa maneira, as revistas fazem parte de um gênero único, que tem por objetivo informar brevemente o leitor, e são as capas que se constituem como primeira noção ao leitor daquilo que se pretende informar. Indicada a importância das capas, podemos utilizar os passos metodológicos propostos por Silva, como a seriação, em que a autora sugere a comparação de capas em série como um bom resultado para analisar as capas observando de que forma elas se repetem, com temas, clichês e posturas.

Outra metodologia sugerida é relacionada à periodização da revista, pois a grande maioria delas é feita para retratar o assunto em destaque da semana e é construída pelos editores em um curto tempo, além do que, muitas vezes, vê-se um assunto desenrolar-se por várias semanas estampando várias capas. Portanto, diferente das repetições da seriação, é possível acompanhar uma sucessão de acontecimentos.

Ainda utilizando metodologias propostas por Silva, a justaposição de linguagens nos diz respeito ao preenchimento do espaço da capa, de que forma são colocadas imagens e textos que ocupam o mesmo espaço e enfatizam uma imagem central com uma legenda que já mostra o posicionamento da revista. Além da matéria central, outras chamadas são colocadas ao lado, nos cantos, com imagens e textos em menor destaque, e também há o logo da revista que se mantém. A autora destaca que, diante da capa temos de observar o tipo de letra utilizado, de que forma foi posicionado, o brilho, o contraste das cores, a cor de fundo da capa, do nome da revista, enfim, diversos fatores que precisam ser analisados em conjunto ao olhar uma capa. Na sociedade em que a relação espaço-tempo foi encurtada, as pessoas somente “passam” os olhos despreziosamente sobre os meios midiáticos, não havendo uma análise do que está sendo lançado aos nossos olhos.

A questão da recepção também é abordada. Segundo a autora, há muito mais leitores de capa do que da revista em si, pois, ao passarmos os olhos sobre uma determinada revista esta pode nos despertar diversas sensações, curiosidades, desejos de consumo, desinteresses etc. Muitas vezes nós olhamos para elas, mesmo sem intenção de comprá-las ou assiná-las. A recepção do público é considerada pelos editores ao formularem suas revistas, algumas questões são colocadas como: A quem se destinam? Que tipo de leitores pretende atingir? E, de fato quais leitores são atingidos?

Segundo Silva:

[...] Talvez uma das mais interessantes características para se pensar a recepção das capas de revistas da grande imprensa seja interrogá-las como instrumento de autopromoção, como embalagem de um produto, peças que usam da persuasão para vender um produto, para convencer sobre determinado ponto de vista. [...] <sup>14</sup>

E por fim, é possível observar o emprego das figuras de linguagem, que podem ser usadas nas imagens, nos textos ou em ambos. Assim, vemos estampadas metáforas, hipérboles, eufemismos, ironias, etc., sendo esta última a utilizada com maior frequência.

Diante de tais metodologias, podemos analisar algumas capas de revistas enfatizando alguns aspectos e percebendo de que maneira o nosso olhar está condicionado a observá-las de uma forma que naturalizamos determinadas questões e imagens. É relacionado a essa naturalização do olhar que pretendo abordar as capas, objetivando o desconstruir desse modo de observar, mesmo que de relance, determinados meios midiáticos que trazem consigo diversos discursos. Tais discursos embutidos passam muitas vezes despercebidos, e é somente numa análise mais cautelosa que podemos percebê-los.

Sobre essa questão da recepção podemos destacar um grande teórico da comunicação, Patrick Charaudeau. Baseado na leitura do artigo de Dayana de Melo, esta se refere ao teórico acima citado:

O teórico analisa o processo de construção de sentido do discurso midiático a partir de três lugares de pertinência: lugar das condições de produção, lugar das condições de recepção e lugar das restrições de construção do produto - analisando processos técnicos, socioeconômicos, a co-intencionalidade entre produtores e receptores, os efeitos visados pela mídia e os efeitos produzidos seguindo as condições de interpretação dos receptores. [...] <sup>15</sup>

Portanto, a recepção dos produtos midiáticos é importante e amplamente tratada nas teorias da comunicação, pois, um produto midiático qualquer que seja, uma revista, um *outdoor*, uma propaganda, traz uma carga ideológica que recebemos e percebemos de maneiras diferentes.

Ao analisar capas de revistas, alguns procedimentos metodológicos são essenciais, utilizando algumas metodologias propostas por Ana Cristina Teodoro da Silva, que analisou diversas capas da revista *Manchete*, podemos esboçar alguns aspectos de determinadas capas relacionadas à religião.

Relacionado ao gênero das capas de revista, podemos citar Miriam Bauab Puzzo:

No caso das capas de revista informativa, o tema é a informação, ou melhor, o anúncio da informação. A forma composicional é constituída pelos diversos elementos que compõem a capa e que permitem o reconhecimento imediato do gênero: a assinatura, a data, a edição, o número, a editora, as chamadas, as imagens (fotos e desenhos). E o estilo é o modo de organização desses elementos, comuns às revistas informativas, embora cada uma delas apresente um estilo diferenciado que permite o seu reconhecimento imediato. É o que se observa nas capas da revista *Veja*. Elas apresentam um modo peculiar de elaboração que representa o seu estilo, desde a sua assinatura até os elementos de composição: fotos, tipos de letra, diagramação e cores predominantes em função dos assuntos anunciados. <sup>16</sup>

Analisando propriamente as capas, podemos começar com as duas edições da revista *Veja*, a revista de maior circulação nacional, que abordam a IURD.



A primeira capa traz um assunto ligado indiretamente a IURD, que é a rivalidade entre a Rede Globo e a Rede Record, cujo proprietário é o líder máximo da IURD, Edir Macedo. Analisando a imagem, o logo está posicionado em sua forma padrão com uma cor diferente, a logomarca da editora Abril, número de edição, ano, endereço do site da revista, as demais notícias estão na parte superior da capa, dando destaque ao tema central. A imagem traz a sensação de um bombardeio no espaço, o fundo da capa é a imagem do espaço com estrelas, onde o símbolo da rede Globo grande ao centro está sendo atacado por câmeras que trazem o símbolo da Rede Record e apenas uma traz o símbolo do SBT. Uma delas, da Record, em especial no canto inferior direito está filmando toda esta batalha interestelar. É uma analogia da batalha espacial entre grandes estrelas, percebe-se que a câmera com o logo do SBT não atira diretamente no símbolo da Globo, enquanto que os da Record atiram diretamente. A

legenda deixa bem claro o que será abordado, a guerra entre a Rede Record e Rede Globo, na tela e nos bastidores, mostrando que por trás de uma simples disputa de emissoras, existe um interesse relacionado à questões religiosas.

A segunda capa refere-se diretamente à IURD, trabalhando com uma imagem e cores fortes, esta capa chama a atenção. Com o logo padronizado em sua forma, com a mesma cor do saco, com as faíscas da bomba sobrepondo-o, e as notícias na parte superior, pode-se comparar com a primeira capa na organização espacial. Porém a imagem é de certa forma mais chocante, primeiramente o fundo vermelho da capa, uma cor forte que costuma estar relacionada ao amor e ao sangue, contrasta bastante com o saco azul, que é de fato, o saco onde é recolhido o dinheiro dos fiéis da IURD. Na frente do saco, há um desenho de uma pomba, que faz parte do logo da Universal, mostrando já na capa que se trata de uma igreja específica. O que mais chama atenção é a imagem da bomba dentro do saco que é usado para arrecadar dinheiro, mostrando que esse tipo de ação da IURD está prestes a explodir a qualquer momento. E por fim, a legenda que explicita a posição da revista, “Fé e dinheiro, uma combinação explosiva”, já traz o julgamento da revista sobre a forma que a Universal arrecada dinheiro dos fiéis.



Analisando agora uma outra revista de grande circulação nacional, que tem um público leitor um pouco mais seletivo comparado aos leitores da revista Veja, a Carta Capital é

vista como uma revista mais independente e imparcial do que a *Veja*. Creio interessante citar que em sua tese de doutorado, Márcia Elisa Teté Ramos ao entrevistar alguns professores a respeito da utilização de revistas em sala de aula, obteve algumas opiniões dos professores que ainda estão relacionadas a expressões dos parâmetros curriculares:

[...] Concepções e principalmente palavras e expressões relacionadas à história e ao ensino de história, formuladas na época de discussão curricular pós-regime militar, conservaram-se nas representações dos professores entrevistados (e que aqui foi grifado): “*Eu não uso Nova Escola... falta profundidade... Eu uso Carta Capital... revista independente, diferente de uma Veja, de uma Nova Escola. Carta Capital ajuda a formar um aluno crítico, sujeito da história...*”<sup>17</sup>

Dessa forma, a revista *Carta Capital* costuma abordar temas principalmente políticos e econômicos, às vezes abordando questões religiosas, como se pode observar nas capas acima.

Referente a todas as capas, o logo da revista permanece, sua posição e cores, seguindo um padrão. Na terceira capa, as demais notícias encontram-se na parte superior numa pequena tarja cinza, deixando em destaque a reportagem central. As cores utilizadas são claras, assim como as utilizadas nas legendas, ou seja, o que está em destaque nesta capa é a imagem central, uma pintura de Michelangelo na capela Sistina, representando Deus, em um telão composto de pequenas televisões, que relacionado com a legenda: “Um Deus cabo eleitoral: a ofensiva de evangélicos e católicos sobre os meios de comunicação a vista de 2010”, mostrando que um Deus está sendo exibido em todas as televisões e que está presente nos meios midiáticos.

Na quarta capa, diferentemente de todas as outras, a imagem central é uma foto que ocupa todo o espaço e até se sobrepõe ao logo da revista. A foto é do bispo Edir Macedo, sentado em um sofá com uma expressão séria e determinada, lembrando uma autoridade política. E sua legenda dá uma maior ênfase a essa pose, com os dizeres: “O bispo e o poder”. As cores utilizadas também enfatizam essa sobriedade, com tons de cinza, com a legenda branca em destaque e o subtítulo em amarelo.

A quinta capa um pouco mais irreverente, com o logo padrão e as demais notícias ao lado, traz uma imagem do céu e dois anjos apoiados em nuvens, os dois anjos são o bispo Edir Macedo sorrindo e o Apóstolo Valdemiro Santiago pensativo, dissidente da IURD e atual líder da Igreja Mundial do Poder de Deus. A imagem de um anjo sorrindo e o outro pensativo, preocupado, mostra uma disputa entre seres celestiais, enfatizado pela legenda em vermelho: “Guerra Santa: Formada por ex-integrantes da Universal, a Igreja Mundial arrebanha fiéis, amplia seu espaço na tevê aberta e provoca a troca de acusações e ofensas de seus seguidores com os do bispo Edir Macedo.”

Na sexta capa, de fundo branco destaca-se a imagem e a legenda, o desenho é composto pelo símbolo da Rede Globo em primeiro plano sendo furado por um tipo de garra do símbolo da Rede Record em segundo plano, e em letras garrafais a legenda: “A Record peita a Globo: com gastos milionários, a emissora da Igreja Universal avança sobre audiência e anunciantes. O SBT de **Silvio Santos** já ficou pra trás”, e mais uma vez, a rivalidade entre emissoras está relacionada a questões religiosas.



07.



08.

Acredito importante abordar outras revistas que não são de grande circulação nacional, que tratam de temas específicos, dirigido a um público específico. Na sexta capa, a revista *Sociologia, Ciência e Vida*, traz em sua capa uma imagem que ocupa todo o espaço da revista, com mãos segurando firmemente uma cruz, como se estivesse mostrando a cruz para alguém, como é feito nos rituais de exorcismo e conversão. Destaque também para a legenda em letras vermelhas para atrair o olhar do leitor, e a palavra Pentecostal em destaque sobrepondo a imagem. Já na última capa, a revista trata especificamente de temas religiosos, estampa a capa uma imagem do censo comum sobre os evangélicos, um pastor com a bíblia em mãos apontando para o céu, detalhe para o fundo da capa que mostra uma igreja católica, como se o pregador evangélico estivesse em uma praça, em frente a uma igreja católica tentando converter os fiéis. E mais uma vez, a legenda é destacada pela palavra Evangélica que está centralizada em letras garrafais e amarelas, para chamar atenção do leitor sobre o que se tratará na reportagem.

Por fim, ao analisarmos as diversas capas, podemos observar de que forma as diferentes revistas tratam o mesmo tema, de que maneira elas transmitem seus julgamentos logo na capa e como muitas vezes deixamos passar despercebidos esses discursos. É preciso atentar o olhar para os meios midiáticos que nos rodeiam, analisar de que forma são construídos para direcionarem nosso olhar, nossas opiniões, pois, não existe imparcialidade, a partir do momento em que algo é construído por um ser humano, estão embutidos seus juízos de valor, opiniões, em suma, seu olhar sobre o mundo.

### 3. Conclusão

A religião é um tema que atinge a maioria das pessoas, há um ditado popular que diz: “religião não se discute”, porém, é a fé que não pode ser contestada, os fenômenos religiosos podem e devem ser discutidos. Dentre inúmeras formas de expressão religiosa, escolher os pentecostais, principalmente os chamados, neopentecostais, está relacionado à forma como estes apresentaram um crescimento mais significativo nas últimas décadas e como eles utilizam largamente os meios midiáticos.

Algumas questões podem ser feitas, de que maneira algumas igrejas vêm se destacando mais significativamente? Como estas têm ganhado espaço no campo econômico, político, social e midiático? E diante de um amplo uso dos meios midiáticos de que forma são retratadas? Qual a relação com os meios midiáticos laicos? São diversas as perguntas que precisam ser abordadas nesta pesquisa que está em andamento.

## Referências Bibliográficas

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. Trad. Ângela M. S. Correa. São Paulo: Contexto, 2006.

MAUAD, Ana Maria. Através da Imagem: Fotografia e História – Interfaces. *Tempo*. Rio de Janeiro, Vol. 1, nº2, 1996.

MELO, Dayana de. A lógica da visibilidade sob os signos da imagem e do discurso: um estudo sobre as formas de mercantilização dos sujeitos extraordinários na mídia. *Revista Eletrônica Temática*, Ano 06, n. 03, março de 2010.

PUZZO, Miriam Bauab. A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido. *Revista Intercâmbio*, volume XX: 125-138, 2009. São Paulo: LAEL/PUC-SP.

RAMOS, Márcia Elisa Teté. O ensino de história na revista Nova Escola (1986-2002) : cultura midiática, currículo e ação docente. tese de doutorado – Curitiba, 2009.

SILVA, A. C. T. “Imagens Ordinárias” como signos eloqüentes- sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas. *Revista Domínios da Imagem*, ano 01, n. 01, Nov. de 2007. Londrina. pp. 7-13.

VEYNE, P. *Como se escreve a história*. Trad. Alda Baltar e Maria Auxiliadora Kneipp. 3 ed., Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1995.

---

<sup>1</sup> SILVA, A. C. T. “Imagens Ordinárias” como signos eloqüentes- sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas. *Revista Domínios da Imagem*, ano 01, n. 01, Nov. de 2007. Londrina. p. 11.

<sup>2</sup> PUZZO, Miriam Bauab. A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido. *Revista Intercâmbio*, volume XX: 125-138, 2009. São Paulo: LAEL/PUC-SP. p. 2.

<sup>3</sup> Igreja Universal do Reino de Deus.

<sup>4</sup> O termo evangélico, usado popularmente pra designar os protestantes, designa neste texto os protestantes e o subgrupo dos pentecostais.

<sup>5</sup> O sociólogo Paul Freston dividiu o pentecostalismo brasileiro em três ondas segundo a implantação das igrejas e a dinâmica do pentecostalismo. A primeira onda data da década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e Assembléia de Deus (1911), já a segunda onda diz respeito a igrejas fundadas nas décadas de 50 e 60, como a Igreja do Evangelho Quadrangular (1951), Brasil para Cristo (1955) e Deus é Amor (1962), e, por fim, a terceira onda que se inicia no final da década de 70 e engloba principalmente a Igreja Universal do Reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980), Renascer em Cristo (1986).

<sup>6</sup> Spirit and Power - A 10 Country Survey of Pentecostals. Pesquisa completa disponível em: <<http://pewforum.org/surveys/pentecostal/>>. Acesso em: 15 ago. 2009.

<sup>7</sup> CAMPOS, L. S. Os Mapas, Atores e Números da Diversidade Religiosa Cristã Brasileira: Católicos e Evangélicos entre 1940 e 2007, *Rever – Revista de Estudos de Religião*, n. 8, dezembro, p. 9-47, 2008. Disponível em: <[http://www4.pucsp.br/rever/rv4\\_2008/t\\_campos.htm](http://www4.pucsp.br/rever/rv4_2008/t_campos.htm)>. Acesso em: 18 ago. 2009

<sup>8</sup> Tabela elaborada por Leonildo Silveira Campos no citado artigo. p. 44.

<sup>9</sup> Ibid. p. 31.

<sup>10</sup> Paul Freston dividiu o pentecostalismo brasileiro em três ondas segundo a implantação das igrejas e a dinâmica do pentecostalismo. A primeira onda data da década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e Assembléia de Deus (1911), já a segunda onda diz respeito a igrejas fundadas nas décadas de 50 e 60, como a Igreja do Evangelho Quadrangular (1951), Brasil para Cristo (1955) e Deus é Amor (1962), e, por fim, a

terceira onda que se inicia no final da década de 70 e engloba principalmente a Igreja Universal do Reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980), Renascer em Cristo (1986).

<sup>11</sup> CAMPOS, L. S. *Evangélicos e Mídia no Brasil: Uma História de Acertos e Desacertos*, Rever – Revista de Estudos de Religião, 2008, n. 8, pp. 1-26. Disponível em: <[http://www.pucsp.br/rever/rv4\\_2008/t\\_campos.pdf](http://www.pucsp.br/rever/rv4_2008/t_campos.pdf)>. Acesso em: 20 ago. 2009. p. 5.

<sup>12</sup> SILVA, A. C. T. “Imagens Ordinárias” como signos eloqüentes- sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas. *Revista Domínios da Imagem*, ano 1, n. 1, Nov. de 2007. Londrina. pp. 7-13.

<sup>13</sup> RAMOS, Márcia Elisa Teté. O ensino de história na revista Nova Escola (1986-2002) : cultura midiática, currículo e ação docente. tese de doutorado – Curitiba, 2009. p. 44.

<sup>14</sup> SILVA, A. C. T. “Imagens Ordinárias” como signos eloqüentes- sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas. *Revista Domínios da Imagem*, ano 01, n. 01, Nov. de 2007. Londrina. p. 12.

<sup>15</sup> MELO, Dayana de. A lógica da visibilidade sob os signos da imagem e do discurso: um estudo sobre as formas de mercantilização dos sujeitos extraordinários na mídia. *Revista Eletrônica Temática*, Ano 06, n. 03, março de 2010. p.5.

<sup>16</sup> PUZZO, Miriam Bauab. A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido. *Revista Intercâmbio*, volume XX: 125-138, 2009. São Paulo: LAEL/PUC-SP.

<sup>17</sup> RAMOS, Márcia Elisa Teté. O ensino de história na revista Nova Escola (1986-2002) : cultura midiática, currículo e ação docente. tese de doutorado – Curitiba, 2009.