

FACULDADE UNIDA DE VITÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DAS RELIGIÕES

ANTONIO JUNIO ALVES DE SOUSA



Certificado pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Unida de Vitória - 29/06/2017.

Vitória
2017

ANTONIO JUNIO ALVES DE SOUSA

Certificado pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Unida de Vitória - 29/06/2017.



MÍDIA E RELIGIÃO: O USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA IGREJA
ADVENTISTA DO SÉTIMO DIA

Trabalho Final de Mestrado Profissional
para obtenção do grau de Mestre em Ciências
das Religiões.
Faculdade Unida de Vitória.
Programa de Pós-Graduação.
Linha de Pesquisa: Religião e Esfera Pública

Orientadora: Dra. Claudete Beise Ulrich.

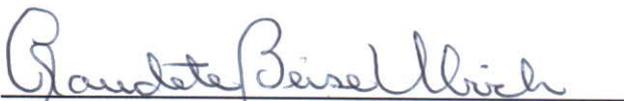
Vitória
2017

ANTONIO JUNIO ALVES DE SOUSA

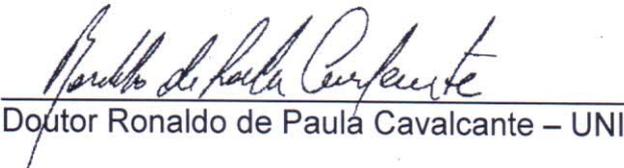
MÍDIA E RELIGIÃO: O USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA IGREJA
ADVENTISTA DO SÉTIMO DIA

PPGR
Faculdade Unida de Vitória

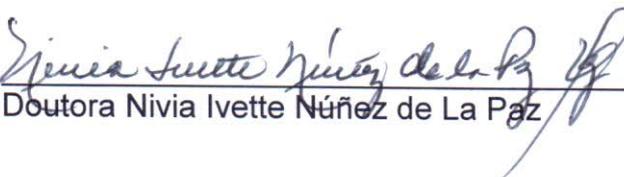
Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Ciências das Religiões no Programa de Mestrado Profissional em Ciências das Religiões da Faculdade Unida de Vitória.



Doutora Claudete Beise Ulrich – UNIDA (presidente)



Doutor Ronaldo de Paula Cavalcante – UNIDA



Doutora Nivia Ivette Núñez de La Paz

Souza, Antonio Junio Alves de

Mídia e religião / O uso dos meios de comunicação na igreja Adventista do Sétimo Dia / Antonio Junio Alves de Souza. – Vitória: UNIDA / Faculdade Unida de Vitória, 2017.

vii, 75 f. ; 31 cm.

Orientador: Claudete Beise Ulrich

Dissertação (mestrado) – UNIDA / Faculdade Unida de Vitória, 2017.

Referências bibliográficas: f. 70-75

1. Ciências das religiões. 2. Religião e esfera pública. 3. Igreja Adventista do Sétimo Dia. 4. Igreja e mídia. 5. Igreja e meios de comunicação. 6. Igreja Adventista e mídia. - Tese. I. Antonio Junio Alves de Souza. II. Faculdade Unida de Vitória, 2017. III. Título.

AGRADECIMENTOS

A Deus sobre todas as coisas, pelo dom da vida, pelo apoio, por suprir minhas necessidades nos momentos difíceis.

À minha família pelo incentivo, especialmente minha esposa Ellen, minha filha Júlia e meu filho Erick, pela compreensão e carinho.

Agradeço aos meus amigos que me incentivaram a ingressar nesta jornada.

Agradeço à minha igreja, a instituição Adventista, na pessoa de Hiram Rafael Silveira Kalbermatter, pastor geral dos Adventistas na região centro norte do Estado do Espírito Santo.

À minha orientadora Prof^a. Dr^a. Claudete Beise Ulrich, pela orientação e paciência na elaboração dessa dissertação, por sua atenção em tirar dúvidas e estar sempre disposta a ensinar, aconselhar e ser uma orientadora de fato.

A todos professores do programa de mestrado que de forma direta ou indireta colaboraram para minha formação.

Ao programa de pós-graduação da Faculdade Unida de Vitória, pelo ensino, pela oportunidade e pelo acréscimo de conhecimento me proporcionado. Muito obrigado!

RESUMO

Esta pesquisa aborda mídia e religião: o uso dos meios de comunicação na Igreja Adventista do Sétimo Dia. Apresenta um breve histórico da Igreja Adventista do Sétimo e sua inserção no Brasil, bem como o uso da mídia escrita por esta igreja. Aponta para o uso das tecnologias, sua finalidade e benefícios, bem como seus malefícios se usada de forma indiscriminada e sem equilíbrio, acarretando problemas de relacionamentos e de interação com o meio em que se vive. Considera, também, como as mídias modernas influenciaram o mundo religioso, especificamente a Igreja Adventista do Sétimo Dia. Foi observado que, atualmente, igrejas se equipam e investem muitos recursos nesses meios para alcançar novos fiéis, propagar suas crenças, bem como prestar serviços e informações à comunidade em geral. Relata a fundação da primeira rádio adventista do Sétimo Dia no Brasil e a transformação desta primeira emissora no sistema Novo Tempo de Comunicação. A pesquisa de caráter qualitativo, com questionário estruturado, realizada com estudantes de graduação em teologia da Faculdade Unida de Vitória aponta, especialmente, para a relevância e influência da Rede Novo Tempo de Comunicação, sendo ainda o Rádio o meio de comunicação mais acessado.

Palavras-chave: Igreja Adventista do Sétimo Dia, Ciências da Religião, Mídias, Meios de Comunicação.



ABSTRACT

This research addresses media and religion: the use of the media in the Seventh-day Adventist Church. It presents a brief history of the Seventh-day Adventist Church and its insertion in Brazil as well as the use of media written by this church. It points to the use of the Technologies, its purpose and benefits, as well as its harms if used indiscriminately and without balance, causing problems of relationships and interaction with the environment in which one lives. It also notes how modern media have influenced the religious world, specifically the Seventh-day Adventist Church. It has been observed that churches today equip themselves and invest many resources in these media to reach out to new believers, to propagate their beliefs as well as to provide services and information to the wider community. It reports on the foundation of the first Seventh-day Adventist radio in Brazil and the transformation of this first station in the New Communication Time system. The qualitative research, with a structured questionnaire, carried out with undergraduate students in Theology of the Faculdade Unida of Vitoria, points especially to the relevance and influence of New Communication Time system, being that radio is still the most accessed medium.

Keywords: Seventh-day Adventist Church, Science of Religion, Means of Communication, Media



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1 IGREJA ADVENTISTA DO SÉTIMO DIA: HISTÓRICO, CHEGADA NO BRASIL E SUA RELAÇÃO COM OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO.....	10
1.1 Movimento de reavivamento das profecias: breve histórico.....	11
1.2 O surgimento do Adventismo.....	13
1.3 Igreja Adventista do Sétimo dia na América do Sul e no Brasil.....	15
1.4 Publicações: uso da mídia escrita pela Igreja Adventista.....	17
1.5 Relações entre o Adventismo e as mídias.....	18
1.6 O espetáculo da religião e a sociedade.....	21
2 MÍDIA, RELIGIÃO E O ADVENTISMO.....	25
2.1 Surgimento do rádio.....	25
2.2 Televisão.....	29
2.3 A internet e a religião.....	34
2.4 Início da Rádio Novo Tempo.....	39
2.5 Início da TV Novo Tempo.....	40
3 PESQUISA COM ALUNOS E ALUNAS DA FACULDADE UNIDA DE VITÓRIA.....	44
3.1 Público escolhido para pesquisa.....	44
3.2 Perfil das estudantes e dos estudantes entrevistados.....	45
3.3 Acesso ao sistema Novo Tempo.....	49
3.4 Programas com maior número de acessos.....	50
3.5 Relevância.....	50
3.6 Percepções interessantes colhidas das entrevistas.....	52
CONCLUSÃO.....	54
APENDICE A.....	57
APENDICE B.....	65
REFERÊNCIAS.....	70

INTRODUÇÃO

No campo das Ciências das Religiões há o anseio justificável de pesquisas e análises cada vez mais técnicas da correta relação entre a religiosidade e os meios de comunicação. Justificável porque, como demonstrado por uma profusão de material científico, as instituições e seus dogmas religiosos se relacionam com seu público-alvo, os fiéis, de maneira bem previsível. As Ciências das Religiões conseguem fazer essa abordagem de um ponto de vista científico, identificando as relações entre as mídias e vice-versa.

Este trabalho de Conclusão do Mestrado Profissional pretende versar sobre essa temática, também levando em conta os estudos anteriormente feitos sobre essas relações entre religiosidade e a comunicação social de massas. A pesquisa se valerá de material bibliográfico e entrevistas estruturadas como metodologia para avaliação de uma peculiaridade pujante da religiosidade brasileira das últimas décadas: o uso massivo da mídia como instrumento institucional religioso para promoção, captação de novos fiéis e mudanças paradigmáticas em suas próprias estruturas religiosas.

Como o assunto é bem amplo no que diz respeito à influência da mídia na religião e religiosidade atuais, bem como são inúmeros os estudos que traçam este paralelo, optou-se nesse trabalho por analisar mais especificamente esta relação dentro do âmbito da tradição e religiosidade da Igreja Adventista do Sétimo Dia. Assim, pergunta-se: Como a Igreja Adventista do Sétimo Dia tem usado e se beneficiado do uso da mídia? Qual a abrangência do uso da mídia por esta mesma instituição?

O objetivo principal deste trabalho é analisar, através de referencial bibliográfico e de entrevistas estruturadas, a relação entre as mídias atuais e a religiosidade brasileira contemporânea, principalmente seu reflexo na Igreja Adventista do Sétimo Dia. Objetivos secundários podem ser descritos como: fazer um levantamento bibliográfico sobre a influência da mídia na religião brasileira contemporânea; levantar dados que traçam aspectos em relação ao uso da mídia pela Igreja Adventista do Sétimo Dia.

A metodologia que se usa nesse trabalho é a análise bibliográfica, artigos e livros, de história e sociologia que versam sobre as relações entre mídia e religião. Especificamente, se analisa as mídias: Internet, TV e Rádio do Sistema Novo Tempo de Comunicação visto que a delimitação deste trabalho se dá na religião Adventista do Sétimo Dia no Estado do Espírito Santo. Há também a análise dos dados provenientes da pesquisa qualitativa, dos questionários estruturados. Esta pesquisa foi realizada com estudantes de Teologia no 1º primeiro de 2017, com as turmas do 1º e 3º período (matutino e noturno) da Faculdade de Teologia, Vitória, ES.

Objetivou-se verificar como estudantes de Teologia (nenhum participante da Igreja Adventista) se relacionam com as mensagens transmitidas pelas mídias (Internet, Rádio Novo Tempo e TV Novo Tempo).

O primeiro capítulo apresenta um breve histórico sobre o movimento reavivalista no estudos das profecias, o surgimento do Adventismo, a Igreja Adventista na América do Sul e no Brasil, Publicações uso da mídia escrita, pela igreja. Aponta então para as relações entre o Adventismo e as mídias, percebendo a relação entre o espetáculo e a sociedade.

No segundo capítulo aprofunda-se o tema da influência da mídia na religião, especificando as mídias como Internet, Televisão e Rádio, apontando para o Rádio e TV Novo Tempo. Este capítulo pretende mostrar como a Igreja Adventista do Sétimo Dia faz uso das mídias, com a criação da Rádio Novo Tempo, Televisão Novo Tempo. É uma igreja atenta aos novos meios de comunicação. Ela também tem feito uso da Internet para levar a sua mensagem até o público.

O terceiro capítulo apresenta a pesquisa realizada com estudantes do primeiro e do terceiro período de graduação em Teologia da Faculdade Unida. O objetivo da pesquisa foi de verificar como estudantes universitários de teologia, na sua grande maioria, não adventistas, fazem uso ou não das mídias da Igreja Adventista do Sétimo Dia. Percebe-se com a pesquisa o alcance ou não das mídias utilizadas pela igreja pesquisada.

1 IGREJA ADVENTISTA DO SÉTIMO DIA: HISTÓRICO, CHEGADA NO BRASIL E SUA RELAÇÃO COM OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

As grandes descobertas tecnológicas da humanidade entre meados do século 18 até a primeira metade do século 19 levaram o mundo a passar por um turbulento processo histórico econômico e social. A revolução tecnológica que o mundo vivenciou recentemente, começou na Inglaterra, se espalhou pela Europa e Estados Unidos e resultou na instalação do sistema fabril e na difusão do modo de produção capitalista.

Sua abrangência alcançou o restante do mundo e é possível observar que, em todo o mundo, há mesmo uma alteração nas relações sociais por conta dela. Essas mudanças permitiram “o abastecimento dos crescentes contingentes urbanos” ao redor do mundo. Muitas pessoas que moravam nos interiores e trabalhavam com agricultura, agora viam seu futuro nas cidades e também se viam trabalhando em melhores condições. Com a tecnologia, houve uma melhora significativa na qualidade de vida das pessoas, tanto na alimentação quanto nas condições sanitárias e de saúde. Isso fez com que houvesse um robusto “crescimento demográfico” das cidades.¹

Nas cidades, a revolução tecnológica gerou muitos frutos, como as mídias contemporâneas, que servem para encurtar distâncias e promover de forma abrangente e pública informações de interesse social. A religião também soube fazer uso dessas mudanças e passou também a utilizar as mídias como meios de divulgação em massa, tanto para captação de novos membros quanto para promoção de suas doutrinas. Isto também se mostra no decorrer da história da Igreja Adventista do Sétimo Dia. A fundação desta Igreja remonta aos movimentos de reavivamento, que tem grande expressão no século XIX, especialmente, nos Estados Unidos. O movimento de reavivamento está intrinsecamente ligado com as mudanças que estavam ocorrendo na sociedade, naquele momento histórico.

Este capítulo aborda primeiramente um pouco da história do movimento do reavivamento, Igreja Adventista do Sétimo Dia, origem, fundação e a chegada da mesma no Brasil. Aponta, então, para as relações entre religiões e a mídias, apontando para o espetáculo da mídia.

1.1 Movimento de reavivamento das profecias: breve histórico

¹ Verbete “Revolução Industrial” in: SANDRONI, Paulo (Org.). *Novíssimo dicionário de economia*. São Paulo: Best Seller, 1999. p. 528-529.

No início do século 19 os cristãos da grande maioria das igrejas da América do Norte estavam vivendo uma euforia religiosa. Acreditavam que aquela geração estava no limiar do Reino de Deus. Catástrofes como terremotos, guerras como a Revolução Francesa, revoltas sociais e políticas que estavam acontecendo os remetiam às descrições bíblicas do tempo do fim. Os livros de Daniel e Apocalipse, considerados como escritos proféticos, estavam sendo estudados para se desvendar a escatologia bíblica. Assim, para milhares de pessoas cristãs, o reino de Deus estava chegando e Jesus voltaria ao mundo em breve.²

Um dos fundadores do reavivamento das profecias foi Guilherme Miller. Ele nasceu em Pittsfield, no estado do Massachussetts, Estados Unidos, no dia 15 de fevereiro 1782, era de uma família simples. Casou-se aos 21 anos e foi morar em Poultney, Estado do Vermont. Miller era um homem culto e dedicado à justiça. Desempenhou a função de juiz e de xerife na cidade em que morava. Ele compartilhava ideias deístas, mas os horrores da guerra vivida entre 1812 a 1814, contra os ingleses, afetaram-no profundamente.³

Mudou-se para Low Hampton, no estado de Nova Iorque, para cuidar dos bens do pai e de sua mãe. Começou neste tempo a frequentar a igreja do tio que era pastor Batista. Um certo dia, foi convidado a ler a pregação em substituição do diácono de serviço. O texto escolhido foi o de Isaías 53 e, este, lhe chamou a atenção.⁴

Após sua participação no culto da igreja Batista, Guilherme Miller, decidiu mudar seus pensamentos deístas e se tornar um fiel membro da igreja que sempre desprezara. Miller começou, então, a estudar a Bíblia, em particular as profecias, pois, acreditava que elas teriam um significado especial para o momento que estava vivendo.⁵

Ao estudar Daniel 8:14, juntamente com Daniel 9, adaptando ao princípio de interpretação que reconhece que, em profecia, um dia profético simboliza um ano literal, ao ler na versão King James e, usando uma Concordância Cruden, Miller concluiu, então, que ao final das “2300 tardes e manhãs”, da descrição do texto bíblico, o santuário a ser purificado no fim do determinado período profético, seria a Terra.⁶

Primeiramente ele concluiu que o tão almejado retorno de Jesus deveria acontecer entre 21 de março de 1843 e 21 de março de 1844. Enquanto isso, o pastor congregacionista

² KNIGHT, George R. *Adventismos: origem e impacto no movimento milenarista*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2015. p. 15-16.

³ SCHWARZ, Richard W.; GREENLEAF, Floyd. *Portadores de Luz: história da igreja adventista do sétimo dia*. Engenheiro Coelho: Unaspres, 2009. p. 30.

⁴ SCHWARZ; GREENLEAF, 2009, p. 30.

⁵ DICK, Everett. *Fundadores da mensagem*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 1995. p. 17-19.

⁶ SCHWARZ; GREENLEAF, 2009, p. 31-32.

chamado Carlos Fitch incentivava a retirada dos membros da Igreja Católica e igrejas evangélicas, entendidas por ele como o Anticristo, por ser a Babilônia de Apocalipse 18. Assim, muitos pregadores adventistas das mais diversas denominações foram excluídos dos membros. Deve ser lembrado que contrariamente à expectativa dos evangélicos e protestantes à época, que acreditam que Jesus voltaria a Terra apenas depois do Milênio, os adventistas portavam uma mensagem imediata. Isso causou disputas teológicas acirradas e mesmo brigas dentro e fora das igrejas.⁷

A data da volta de Jesus indicada por Miller chegou e o esperado evento simplesmente não aconteceu. Depois de esperarem, sem sucesso, descrito como “primeiro desapontamento”, um pregador chamado Samuel Snow calculou uma nova data, considerada mais precisa sobre a vinda de Jesus. Segundo ele, a data deveria ser analisada com fundamentação do calendário judaico coraíta. O dia 22 de outubro de 1844 seria a próxima data aceita e a data que também mais houve adeptos, a maior mobilização para a volta de Jesus no movimento adventista.⁸

O dia 22 de outubro também chegou e havia muita euforia por parte de muitos cristãos Americanos e, especialmente, na região de Nova Iorque onde moravam os maiores propagadores dessa mensagem do segundo retorno de Jesus e que, enfim, a terra seria purificada de toda maldade. O dia findou e nada de especial aconteceu. Esse segundo desapontamento foi considerado como o “grande desapontamento” para Miller, sua família, os estudiosos desse movimento, para os próprios adventistas à época e todos os que saíram das igrejas.⁹

Guilherme Miller não foi o único nem o primeiro a chegar a estas conclusões. Sem saber, Miller desenvolveu as ideias do jesuíta Manuel Lacunza. H. Heintzpetter, guardião do museu da Holanda, escreveu vários folhetos entre 1830 e 1842. Robert Winter foi para Inglaterra ensinar sobre a volta de Jesus. Louis Gaussen, que desenvolveu um método de ensinar as crianças e, assim, chamar atenção dos adultos. Henry Drummond, banqueiro Inglês e membro do parlamento, organizou conferências proféticas. O missionário inglês Joseph Wolff viajou para África, Síria, Pérsia, Índia e Estados Unidos pregando a escatologia bíblica. Francisco Ramos Mejica e muitos outros também são considerados nesse período.¹⁰

Ministros de muitas denominações se envolveram com o movimento milerita. Líderes experientes também se uniram a Miller, como Josias Litch, membro metodista que era

⁷ KNIGHT, G. *Uma igreja mundial: breve história dos adventistas do sétimo dia*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2000. p. 16-19.

⁸ KNIGHT, 2000, p. 19-23.

⁹ DICK, 1995, p. 39-41.

¹⁰ DIVISÃO SUL-AMERICANA. *Nossa herança: história da igreja adventista do sétimo dia*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2013. p. 25-28.

conhecido por suas interpretações de profecias. Carlos Fitch um pastor congregacional de Boston também se uniu a eles. Tiago White que, como Josué Himes era ministro da Conexão Cristã, juntamente com José Bates um leigo que também era considerado ministro dessa denominação. Estimam que o movimento milerita tinha em torno de 700 mil a dois milhões de seguidores e cerca de 174 ministros evangélicos conhecidos. A metade deles eram metodistas, um quarto eram batistas e os demais eram congregacionais, presbiterianos, episcopais, luteranos, reformadores holandeses e vários outros.¹¹

Com o desapontamento de 22 de outubro de 1844, pois, Jesus não voltou e o Santuário (que era a Terra) não tinha sido purificado, muitos mileritas abandonaram a fé em um segundo advento literal, enquanto outros continuavam a estudar a Bíblia. Dentre esses podemos destacar Tiago White, Ellen Harmon, José Bates, J. N Loughbourng e Urias Smith. Depois de algum tempo, esse grupo em Battle Creek no ano de 1863, no Estado de Michigan, nos Estados Unidos, organizaram a Igreja Adventista do Sétimo Dia.¹²

Nesta análise de literatura que trate do assunto, foi observado uma ausência de sofisticação na pregação da mensagem, ou seja, não usaram de tecnologia disponível à época. Por conta de serem pregadores de um “fim do mundo”, a sua técnica era mesmo de pregação nas ruas, com as pessoas que encontravam, e em igrejas que os recebiam. Se bem que não existiam as mídias desenvolvidas como internet e televisão, e o rádio estava apenas começando a funcionar no final do século 19, era bem precária o método de comunicação de massa dos adventistas nesse período. Os únicos meios considerados mais eficazes à época do advento foi, de fato, a literatura. Como se verá adiante, esses pregadores utilizaram-se de apenas panfletos e livros de escatologia, e de pregação pessoal nas ruas e nas igrejas. A obra de publicação dos adventistas foi a primeira coisa que se desenvolveu institucionalmente.

1.2 O Surgimento do Adventismo

No início do século 19 a maior parte do mundo ocidental estava preocupada com as atividades de Napoleão Bonaparte que influenciava toda Europa. Depois de uma década e meia de guerra a Europa tentou se reorganizar e reconstruir sua sociedade quase destruída pela Revolução Francesa. Esta revolução intimidou os objetivos religiosos, especialmente, da Igreja Católica que teve o papa Pio VI destituído e preso pelo coronel-general Louis Berth em 1798.

¹¹ MAXWELL, C. Mervyn. *História do Adventismo*. Santo André: Casa Publicadora Brasileira, 1982. p. 16.

¹² MAXWELL, 1982, p. 157.

Superada essa crise, despertou novamente o interesse pelo estudo da Bíblia, das profecias e, especialmente, dos livros de Daniel e Apocalipse, ao mesmo tempo em que acontecia uma diversificação religiosa.¹³

O protestantismo estava experimentando um renascimento principalmente na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos, onde a metodologia de Wesley estava crescendo rapidamente e conquistando mais adeptos que se esperava. Os Congregacionalistas e Presbiterianos cresciam e alcançavam seu espaço na sociedade religiosa. No final do século 18 e início do século 19 houve crescimento de muitos novos movimentos religiosos, bem como um fortalecimento de igrejas já solidificadas tanto na Europa como nos Estados Unidos. Novas lideranças surgiram, mais carismáticas, mais focadas nas classes sociais iletradas e nas comunidades abastadas dos centros urbanos.¹⁴

Em 1793 começou o movimento missionário com Guilherme Carey nas Índias. Logo foi fundada a sociedade missionária de Londres e, alguns anos mais tarde, se estabeleceu também em Nova Iorque. Anos depois, Robert Morrison foi enviado missionário para China, Henry Martin foi para o Oriente Médio, na Birmânia, Robert Moffat para África do Sul. Entre os anos 1804 e 1840 surgiram sociedades bíblicas na Europa, Ásia e América. Essa ênfase em missão e traduções de Bíblias em vários idiomas fez crescer o interesse de seu estudo mais profundo bem como surgimento de denominações novas e oriundas de outras já existentes.¹⁵

Segundo o escritor Raimundo de Oliveira até o início do século 19 pouca ênfase era dada aos estudos sobre o tema da segunda vinda de Cristo: “No início do século XIX, quando pouca ênfase era dada à segunda vinda de Cristo, Guilherme Miller, pastor batista do estado de Nova Iorque, nos Estados Unidos, dedicou-se ao estudo e a pregação deste assunto”.¹⁶

Segundo Alberto R. Timm,¹⁷ pode se dividir o desenvolvimento eclesiológico Adventista do Sétimo Dia da seguinte forma: Em 1851 os Adventistas escolheram a primeira ‘comissão’ de sete pessoas para ajudar nas necessidades dos pobres; em 1853, apareceu a primeira referência a diáconos. No ano seguinte, a ideia de se ter anciãos foi motivada; em 1859 os tesoureiros foram nomeados; em maio de 1860 a primeira igreja foi organizada em Parkville, Michigan com o nome “Igreja de Parkville do Segundo Advento de Cristo” (foi um nome provisório). Em outubro do ano seguinte, também por ocasião da primeira Associação ter início,

¹³ SCHWARZ; GREENLEAF, 2009, p. 13.

¹⁴ SCHWARZ; GREENLEAF, 2009, p. 14.

¹⁵ SCHWARZ; GREENLEAF, 2009, p. 19.

¹⁶ OLIVEIRA, Raimundo de. *Seitas e heresias*. Rio de Janeiro: CPAD, 2002. p. 65-66.

¹⁷ TIMM, Albert R. *História da Igreja Adventista do Sétimo Dia*. 4. ed. revista e atualizada. Engenheiro Coelho: Seminário Adventista Latino-Americano de Teologia, 2003, p. 33-41.

escolheram o nome Igreja Adventista do Sétimo Dia. Em 1863 a primeira Associação Geral, com John Byington presidente.¹⁸

1.3 Igreja Adventista do Sétimo Dia na América do Sul e no Brasil

No final do século 19 os primeiros países da América do Sul a receber mensagens Adventistas foram Chile, Argentina e o Brasil. Os colportores¹⁹ adventistas acharam entre os imigrantes europeus um campo missionário favorável para a propagação da fé e o crescimento da igreja. Pioneiros como Westphal, Spies, Lipke, Stein e Ehlers, Kriehoff, Kalbermatter e Thomann.²⁰

A colônia alemã de Brusque, em Santa Catarina, viu o primeiro converso ao adventismo. Missionários alemães adventistas estavam em um barco no qual havia um jovem alemão que imigrara para o Brasil e estava voltando para a Alemanha. Os missionários adventistas pegaram o nome do padrasto deste jovem para enviar literatura gratuitamente. Assim, Carlos Dreefke recebeu uma encomenda contendo 10 revistas escritas em sua capa: *Stimme Der Wahrheit* (“A Voz da Verdade”).²¹

O princípio da mensagem adventista no Brasil foi intrigante, pois, Dreefke estava em um bar, e distribuiu a literatura para alguns amigos. Várias famílias continuaram a pedir a encomenda, utilizando-se do nome de Dreefke, que acabou cancelando o pedido de revista com medo de possíveis cobranças. Cancelando o pedido das revistas, as famílias ficaram bastante descontentes.²²

Um alemão que houvera imigrado para o Brasil, Frederich Dressler, se interessou pelas revistas também. Porém, Dressler era alcoólatra e gastava todo seu dinheiro com bebida. Depois do cancelamento das encomendas de revistas que Dreefke fizera, Dressler fez novas encomendas pensando que, por conta do interesse das famílias, poderia vender as revistas para pagar seu vício. Inicialmente, ele vendia para bares e mercados para que essas revistas pudessem servir de embalagem de compras.²³

¹⁸ TIMM, 2003, p. 33-41.

¹⁹ COLPORTOR. *Significado de colportor*. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/colportor/>>. Acesso em: 20 mar. 2017 Pessoa que colporta, que faz distribuição de literatura, geralmente religiosa de porta em porta. Vendedor de livros.

²⁰ SCHWARZ; GREENLEAF, 2009, p. 285-286.

²¹ BORGES, Michelson. *A chegada do adventismo no Brasil*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2000, p. 37-56.

²² BORGES, 2000, p. 54-57.

²³ BORGES, 2000, p. 54-57.

Guilherme Belz, também imigrante alemão, que morava na região de Gaspar Alto, a 18 quilômetros de Brusque, onde as revistas chegavam e eram distribuídas, recebeu embrulhadas em compras algumas folhas de revistas, folheto e livro. Posteriormente, descobriu que seu irmão houvera comprado de Dressler um livro intitulado *Gedanken Über Das Buch Daniel* (“Comentários sobre o livro de Daniel”), escrito pelo pastor adventista americano Uriah Smith e que fora traduzido para o Alemão. Assim, pela sua conversão às mensagens das revistas, folhetos e livros, Belz e sua família começaram a guardar o sábado.²⁴

Depois disso, um missionário, pastor adventista, chamado Westphal que viera para o Brasil em missão de estabelecimento de novas igrejas e pregação da mensagem adventista encontrou Belz e o batizou juntamente com toda a sua família no dia 11 de outubro de 1895. Em 23 de março de 1896 foi organizada a primeira igreja adventista do Brasil, localizada em Gaspar Alto.²⁵

Um pouco antes disso, em 1894 colportores chegaram a Santa Catarina no porto de Itajaí e o objetivo era a cidade de Brusque, principalmente trabalhar com as comunidades alemãs, as quais como já se sabia haver um interesse na mensagem adventista. No mês de maio de 1893, o primeiro missionário adventista a chegar foi Alberto B. Stauffer, que introduziu formalmente as primeiras mensagens para população. Depois da congregação de Gaspar Alto, vieram também as congregações no Rio de Janeiro e em Santa Maria do Jetibá, no Espírito Santo, todas no mesmo ano.²⁶

Em 1894, o referido primeiro pastor Adventista chegou à América do Sul, Francis H. Westphal, e fixou residência na Argentina. Em 1895, o pastor Westphal chega ao Brasil e realiza em 1896 os primeiros batismos de adventistas no Brasil, em São Paulo, e Santa Catarina. No mesmo ano o pastor Huldreich J. batiza as primeiras pessoas no Estado do Espírito Santo.²⁷

Também em 1896 foi estabelecida a Igreja Adventista do Sétimo Dia em Santa Maria do Jequitibá com as famílias Storch, Guilherme Denz, Germano Radünz, Grünewel, Westphal, Völz e outras. Em seguida, em 1897 numa região próxima, em Serra Pelada foi fundada mais uma igreja no Espírito Santo, mais uma vez a comunidade Alemã é predominante para o crescimento da mensagem adventista.²⁸

²⁴ BORGES, 2000, p. 59-61.

²⁵ BORGES, 2000, p. 61, 88, 94.

²⁶ SCHUNEMANN, Haller Elinar Stach. A inserção do Adventismo no Brasil através da comunidade alemã. *Revista de Estudos da Religião REVER*. n. 1, p. 32, 2003. Disponível em: <http://www.pucsp.br/rever/rv1_2003/p_schune.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2017.

²⁷ LÜDTKE, Mizael. *Origem e desenvolvimento da Igreja Adventista no estado do Espírito Santo*. São Paulo: Instituto Adventista de Ensino, 1989. p. 173.

²⁸ OLIVEIRA, Isaf Segóvia. Documentação da Memória do Adventismo na América do Sul no Brasil no Estado do Espírito Santo e em sua capital Vitória. Vitória: Sete, 2011. p. 110.

Como se vê, o início da Igreja Adventista do Sétimo Dia está diretamente relacionado com a obra de publicações. A mídia que a Igreja quase sempre usou em sua história foi mesmo a literatura denominacional. Sendo assim, a igreja se desenvolveu e cresceu consideravelmente nestes últimos mais de 120 anos. Estabeleceu grandemente desde o final do século 19 na América do Sul, se estabelecendo como uma denominação organizada e mantida ainda por líderes mundiais. Atualmente, a igreja se faz presente na maioria dos municípios brasileiros e em todos municípios do Estado do Espírito Santo. De acordo com dados da instituição, a referida igreja nas duas sedes capixabas, possui mais de 600 igrejas e também mais de 53 mil seguidores em 2017.²⁹

1.4 Publicações: uso da mídia escrita

Começou com um panfleto de Ellen White, intitulado “To the Remnant Scattered Abroad” em 1846.³⁰ No ano de 1847 houve também um importante panfleto intitulado “A Word to The Little Flock” escrito por Ellen White, José Bates e Tiago White.³¹ A história da mensagem do anúncio do advento, não poderia estar separada da obra de publicações escritas. Com poucos anos de reunião, esses primeiros adventistas, pioneiros em 1849, escreveram o primeiro periódico, “The Present Truth”, que foi lançado juntamente com o primeiro Hinário e o primeiro Testemunho.³²

Percebe-se que a obra de publicação, pelo caráter da pregação escatológica à época, foi o primeiro setor a crescer dentro da igreja adventista do sétimo dia. Se bem que não usassem tecnologia para a pregação do “fim do mundo”, as publicações foram o principal meio de propagar informação e de suas crenças. Foi a “mídia” que usaram com muita frequência e que mais conseguiram adeptos. Foi o início da obra de publicações, tanto que na década de 1880 e 1890 a igreja já tinha duas grandes editoras de livros. A comunicação de massas na igreja adventista inicialmente se deu por conta de literatura.³³

²⁹ Pesquisa feita nas secretarias da Igreja Adventista do Sétimo dia em Vitória e Cariacica (ES) no dia 26/05/2017. Avenida Carlos Moreira Lima 1110, Bento Ferreira, Vitória e Rua Jaime P. machado 155, Bairro Alto Dom Augusta, Cariacica.

³⁰ COOPER, Emma Howell. *The great advent movement*. Takoma Park: Review And Herald Association, 1935. p. 66.

³¹ TIMM, 2003, p. 37.

³² COOPER, 1935, p. 66-71.

³³ TIMM, 2003, p. 38-39.

Observa-se também que embora tendo sido a colportagem³⁴ o primeiro movimento organizado a chegar à América do Sul e no Brasil especificamente, foi através da obra de publicação que o Brasil conheceu primeiramente a mensagem dos adventistas do sétimo dia, como se verá mais adiante.

Em 1869, a primeira ‘Sociedade Missionária’ da Igreja em South Lancaster, Massachusetts, conhecida por ‘Sociedade Missionária Vigilante’, é aberta. Os membros eram dez mulheres que faziam o trabalho missionário de visitar a vizinhança, distribuir literatura e conversar com as pessoas. Até o ano de 1882, Sociedade Missionária esteve avançando lentamente, mas a partir deste ano, houve uma significativa mudança devido ao envio de literatura sobre os oceanos, atingido assim, uma esfera internacional. Passou a se chamar “Tract Society”. Muito se deve a S. N. Haskell sobre a obra missiológica da Igreja Adventista do Sétimo Dia.³⁵

Em 1888, o departamento de publicações já havia aberto um espaço entre os países cristãos. Foi nesse momento em que as publicações começaram a ser enviadas indiscriminadamente para fora da América do Norte. Nessa ocasião, adventistas mandaram revistas, folhetos e livros para toda parte do mundo.³⁶

1.5 Relação entre religiões e mídias

Como se percebeu, a Igreja Adventista do Sétimo desde o início fez uso de publicações para divulgar a sua mensagem junto às pessoas. Importante lembrar que apesar de todas as mudanças que a tecnologia trouxe para a humanidade e também contradizendo as mais assertivas previsões de que haveria um declínio da religião. Embora havendo um avanço na ciência, bem como uma secularização das instituições e mentalidade social, ainda assim as instituições eclesiásticas continuam a crescer e influenciar a vida das pessoas.³⁷ Também a

³⁴ COLPORTAGEM EUCREIO. Disponível em: <http://www.adventistas.org/pt/publicacoes/projeto/colportagemucreiro-2/>. Acesso em 20 mar. 2017. Colportagem é um ministério desenvolvido pela Igreja Adventista desde 1881. É uma atividade de distribuição de publicações, como livros e revistas, com conteúdos que beneficiam a sociedade. Esse material chega às pessoas por meio de visitas feitas pelos colportores em casas, igrejas evangélicas, instituições e empresas. A colportagem é uma profissão e um ministério ao mesmo tempo. Cerca de quatro mil pessoas em toda América do Sul se dedicam exclusivamente a esta atividade. Durante os períodos de férias, que ocorrem nos meses de julho, dezembro e janeiro cerca de 10 mil estudantes somam a esse grupo para distribuir livros e revistas e conseguir os recursos necessários para continuidade dos estudos.

³⁵ COOPER, 1935, p. 72-75.

³⁶ TIMM, 2003, p. 43-44.

³⁷ PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. Mídia sacralizada e religião secularizada: a aliança entre a religião e a mídia, *Koinonia*, ano 4, n. 15. Abr. 2009a. Disponível em:

Igreja Adventista do Sétimo Dia encontra-se neste processo. Ela tem procurado se revitalizar para encontrar novas formas para transmitir a sua mensagem.

De acordo com Karla Patriota, um dos aspectos evidentes dessa notável revitalização religiosa, ou mesmo uma “volta ao sagrado”, é a ênfase na mídia brasileira, impressa e televisiva, principalmente no final da década de 90, quando se procedeu a uma ampla cobertura acerca dos números divulgados pelo censo do IBGE que apontavam para o surpreendente crescimento neopentecostal de 300% nos últimos trinta anos.³⁸

Pode-se traçar uma relação entre o avanço numérico dos “crentes” e as inúmeras formas de propagação midiático-religiosas que invadem o cotidiano moderno na mesma medida em que intensifica a forma-espetáculo da cultura da mídia. Assim, as estatísticas sobre esse avanço religioso são estudadas a partir de veículos de informação e mídia.³⁹ Karla Patriota comenta ainda que:

[...] vemos o despontar da vida religiosa também ser cada vez mais moldada pelo espetáculo. São incontáveis horas de conteúdo religioso presente nas diversas modalidades de telas, que apresentam não apenas os grandes momentos da vida comum recheados de representação, mas, proporcionam também, material farto para as fantasias e sonhos, modelando o pensamento, o comportamento, as identidades e a própria religiosidade.⁴⁰

É possível que uma das razões para esse aumento está no uso intensivo das mídias audiovisuais, impressas e, por último, e quase mais importante, as mídias digitais.⁴¹ A mídia na religião começou tímida para promoção de pequenos eventos e, no decorrer do tempo e na análise do sucesso, ela se tornou uma ferramenta eficaz abrindo o caminho para a inevitável influência na quebra de paradigmas religiosos. A cada dia, mais e mais pessoas estão se envolvendo tanto na criação, na adaptação e na reelaboração de símbolos e valores religiosos, isto é, a simbologia religiosa ganhou nova roupagem.⁴²

<http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod_artigo=302&cod_boletim=16&tipo=Artigo>. Acesso em: 20 abr. 2017.

³⁸ PATRIOTA, 2009a.

³⁹ PATRIOTA, 2009a.

⁴⁰ PATRIOTA, 2009a, s/p.

⁴¹ GASPARETTO, Paulo Roque. *Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova. Tese Doutorado em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos: São Leopoldo, 2009. p. 125-127; p. 417-418. Disponível em:*

<<http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/2529/PauloGasparettoComunicacao.pdf?sequence=1>>. Acesso em 20 maio 2017.

⁴² TURNER, Steve. *Engolidos pela cultura pop: arte, mídia e consumo: uma abordagem cristã. Belo Horizonte: Ultimato, 2014. p. 17.*

Hoje é imperativo que uma igreja possa se promover através da força da mídia. Uma igreja tradicional pode partilhar desse mesmo esquema de marketing. Embora tenha seus “prós”, pode ser igualmente difícil enfrentar seus próprios desafios de controlar as formas pelas quais seus programas e mensagens são distribuídos e consumidos pelos fiéis ou interessados. É nesse contexto que as igrejas precisam repensar seus papéis de autoridade, dentro de uma sociedade de mercado midiática e religiosa cada vez mais exigente.⁴³

Faz parte da dinâmica eclesial, principalmente de seus líderes e fundadores, entenderem que a ciência e a tecnologia moderna evoluíram de tal forma que se tornou parte da cultura popular imergir nela e que tornaram parte essencial do cotidiano da maioria da sociedade, onde “essa tendência continuará evoluindo a qualquer custo atropelando toda forma de resistência”.⁴⁴

Por isso, há também uma relação, não somente com a religiosidade das pessoas, mas também com a espiritualidade delas, de maneira que as mídias estão se tornando o centro da religião e da espiritualidade contemporânea.⁴⁵ Por décadas, elas puderam contribuir para a promoção da compreensão popular sobre religião, mas uma religião não necessariamente originária, mas midiática. Assim, as religiões institucionais estão tendo dificuldade para se adaptarem a essa nova situação.

Um dos desafios mais profundos que a religião enfrenta é o problema de se adequar às mídias de acordo com suas tradições dogmáticas, posto o receio de secularizar sua adoração e liturgia pode cair no desgosto dos mais antigos, os ortodoxos e conservadores. Assim, é possível que os cultos e celebrações midiáticos estejam se tornando uma extensão dos rituais dos templos. Isso pode ser negativo e caracteriza-se com a perda de identidade, porém, há uma possibilidade de renovação da membresia, bem como a inovação da própria forma de religiosidade.

No Brasil, diversas igrejas contam com redes de TV e Rádio porque as mensagens religiosas veiculadas nos meios de comunicação têm, além de captação de fiéis, um instrumento

⁴³ TURNER, 2014, p. 17

⁴⁴ TURNER, 2014, p. 17.

⁴⁵ PINTO, Ênio Brito. Espiritualidade e Religiosidade: Articulações. *REVER: Revista de Estudos da Religião*, ano 09, p. 68-83, dez. 2009. Disponível em: <http://www.pucsp.br/rever/rv4_2009/t_brito.htm>. Acesso em: 13 de set. 2011. Neste trabalho, adotam-se os conceitos de espiritualidade e religiosidade a seguir: 1) A espiritualidade é a estrutura da personalidade humana baseada na experiência com o “sagrado”, isto é, as concepções psicológicas que decorrem dessa relação e que, de certa maneira, ajudam a construir a personalidade humana; 2) por outro lado, a religiosidade é o processo em que isso acontece, isto é, o meio em que a religião (que pretende fazer essa ligação com o “sagrado”) apresenta uma forma de ser. Deve ser considerado que a espiritualidade pode ser inerente ao ser humano e não necessariamente tem a ver com a religião em si, enquanto que a religiosidade pode ser aprendida dependendo do meio em que se vive socialmente. Assim, espiritualidade é a estrutura da personalidade, e a religiosidade é o processo em que isso pode ocorrer.

eficaz de captar recursos financeiros, de maneira que as igrejas que utilizaram esses recursos nos últimos anos pudessem ver um crescimento de 100 por cento no número de fiéis.⁴⁶

De acordo com Karla Patriota, decorre daí dois “fenômenos híbridos”. O primeiro pode ser considerado como a “contaminação” da mídia pelo universo religioso, com os abundantes conteúdos religiosos veiculados nela e por ela. O segundo é o “consumo” e a “experiência de absorver uma religiosidade midiática” que se constrói a partir de um discurso que ressalta o tempo todo a sua função como tal, mas que se orienta esteticamente pela cultura de massa religiosa, provendo conteúdo capaz de disputar audiência com programas de televisão e rádio secular.⁴⁷

Existe mesmo grandes expectativas de desafios e oportunidades sobre o futuro da relação entre a religião e mídia. As religiões, de uma maneira ou de outra, devem repensar seus papéis de autoridade eclesial e devem se acostumar a fazer parte direta ou indiretamente de um tipo de mercado onde o produto é a escolha da religiosidade. Mas, jamais podem conter o avanço e influência da tecnologia e mídia. Todos podem ser, alguma maneira partícipes de um determinado seguimento religioso, para o bem ou para o mal.

Para o professor de Estudos de Mídia da Universidade do Colorado, Stewart Hoover, as religiões “não podem mais controlar as formas e os lugares em que as pessoas experimentam a religião, celebram a fé e exploram a espiritualidade. Ao mesmo tempo, as religiões tradicionais têm grandes oportunidades, porque elas são as “marcas” que os indivíduos ainda reconhecem como próximas do núcleo do autenticamente religioso”.⁴⁸

1.6 O espetáculo da religião e a sociedade

Este século de profundas transformações na sociedade, obrigou diversas instituições, religiosas ou não, a repensarem sua relação com o público ao qual se dirigem. Como já mencionado, sobre o uso não moderado das mídias pelas religiões, como um meio de comunicação para aproximação dos fiéis, este procedimento ajuda a difundir ensinamentos,

⁴⁶ PATRIOTA, Karla Regina Macêna Pereira. “Um show destinado às massas: uma reflexão sobre o entretenimento religioso na esfera midiática”. *Tomo – Revista do Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais da Universidade Federal do Sergipe*, n. 14. Jan./Jun. 2009b, p. 181-202. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/tomo/article/viewFile/503/419>>. Acesso 20 de mar 2017.

⁴⁷ PATRIOTA, 2009a.

⁴⁸ SBARDELOTTO, Moisés. “Para existirem hoje, as religiões devem existir na mídia”. Entrevista especial com Stewart Hoover. *Revista do Instituto Humanitas Unisinos*. Edição 383, 05 dezembro de 2011. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4255&secao=383>. Acesso em: 19 de Out. 2016.

reforçar e abrir novas perspectivas dogmáticas e, principalmente, é um instrumento de nova membresia. O que se pode dizer de novo é que este cenário provocou nos pesquisadores do campo da Comunicação Social, de acordo com Francisco de Assis, certa inquietação no sentido de pesquisarem o limite que a mídia pode ser utilizada como ferramenta estratégica pelas comunidades eclesiais.⁴⁹

Fazendo uma atualização do conceito de “sociedade do espetáculo”, abordado no livro de Guy Deboard, Assis afirma que é possível chegar à interpretação de que a aparência, e mesmo os shows da televisão religiosa atual, são o que realmente causam efeito, o que atrai e impacta a presente sociedade telespectadora. É uma mudança drástica de paradigma, na qual “se observado pelo viés religioso, se deslocam os conceitos de santidade e divindade dos altares para o cotidiano das pessoas, transformando-os, muitas vezes, em bens de consumo (simbólicos ou, até mesmo, materiais)”.⁵⁰

Quando o filósofo Guy Debord teorizou, há 50 anos, a respeito da sociedade do espetáculo,⁵¹ suas 221 teses pareciam descortinar um futuro meio ilusório e também bastante distante da realidade. Mas, nas décadas posteriores a sociedade pós-moderna demonstrou que se tornaram não somente possíveis, mas previsíveis. Apesar das teses visionárias e futuristas, segundo Ana Claudia Braun Endo, ele antecipou realidades dos tempos atuais em termos de economia, sociedade, política e até mesmo essas relações midiáticas e religiosas.⁵² Assim, de acordo Endo coloca:

[...] a mídia como representante de uma realidade, torna-se espetáculo todos os dias, nas notícias de jornais, nos apelos comerciais, nas matérias jornalísticas transmitidas cotidianamente para o outro lado da lente a milhares de ouvintes, leitores e telespectadores. Por sua vez a religião segue além dos muros eclesiais, passando a expressar-se pelo espelho mediático e projetando-se à luz do espetáculo. Espetacularizados, ambos se nutrem de suas realidades e confundem-se na realidade do outro.⁵³

⁴⁹ ASSIS, Francisco de. “A religião na mídia (e vice-versa)”, *Comunicação e Sociedade*, v. 29, n. 49 p. 201, 2008. Resenha do livro MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; ENDO, Ana Claudia Braun. (orgs.). *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://bit.ly/2lk9s1j>>. Acesso em: 03 de Jan. 2017.

⁵⁰ ASSIS, 2008, p. 203.

⁵¹ Cf. DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. São Paulo: Contraponto, 1997. p. 13-141.

⁵² ENDO, Ana Claudia Braun. Vivendo na sociedade do espetáculo. In: MELO, José Marques; GOBBI, Maria Cristina; ENDO, Ana Claudia Braun (Orgs.). *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2007. p. 13.

⁵³ ENDO, 2007, p. 13.

Debord diz que o espetáculo envolve toda a sociedade e em seus diversos aspectos. Ele diz que a vida das sociedades é uma imensa acumulação de espetáculos e a vivência real e “prática” se tornou uma grande representação.⁵⁴

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação. As imagens fluem desligadas de cada aspecto da vida e fundem-se num curso comum, de forma que a unidade da vida não mais pode ser restabelecida. A realidade considerada *parcialmente* reflete em sua própria unidade geral um pseudo mundo *à parte*, objeto de pura contemplação. A especialização das imagens do mundo acaba numa imagem autonomizada, onde o mentiroso mente a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo. O espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade e como *instrumento de unificação*. Como parte da sociedade, ele é expressamente o setor que concentra todo olhar e toda consciência. Pelo fato de esse setor estar separado, ele é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza é tão somente a linguagem oficial da separação generalizada. O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. O espetáculo não pode ser compreendido como abuso do mundo da visão ou produto de técnicas de difusão massiva de imagens. Ele é uma *Weltanschauung* que se tornou efetiva, materialmente traduzida. É uma visão de mundo que se objetivou. Considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao tempo resultado e o projeto do modo de produção existente. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob toda as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos -, o espetáculo constitui o *modelo* atual da vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e o consumo que decorre desta escolha. Forma e conteúdo do espetáculo são, de modo idêntico, a justificativa total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a *presença permanente* desta justificação, como ocupação da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna.⁵⁵

A mediatização da sociedade está ainda em processo e vem cada vez mais trazendo uma nova maneira de pensar, uma nova forma de estruturação das práticas sociais. Embora alguns possam entender que Debord não se destina a fazer pura e simplesmente uma análise dos meios de comunicação,⁵⁶ de maneira geral podemos entender que a sociedade, e mesmo a própria mídia, tem se tornado elas mesmas espetáculo. Isto leva a outra racionalidade e outra disposição de interações humanas e religiosas, uma verdadeira tecno-interação. Igualmente é interessante observar que da mídia provém os símbolos de desejo e de busca de cada indivíduo e, por isso, também nela se impõe uma ordem de determinações sociais, análogo à forma de mercadoria, que Debord menciona:

O princípio do fetichismo da mercadoria, a dominação da sociedade por ‘coisas suprassensíveis embora sensíveis’, se realiza completamente no espetáculo, no qual o

⁵⁴ DEBORD, 1997, p. 13.

⁵⁵ DEBORD, 1997, p. 13-15.

⁵⁶ VIANA, Nildo. “Debord: espetáculo, fetichismo e abstratificação”. *Revista Panorama*, ed. online, n. 1, Puc-Goiás, Agosto 2011, p. 5-13. Veja nota de rodapé n. 3. Disponível em: <<http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/1601/1008>>. Acesso em 20 abr. 2017.

mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, e que ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência.⁵⁷

Como consequência direta dessas relações, das tecnologias da informação, ou a organização automática de acomodação por trás delas, construíram um novo regime espaço-temporal da coexistência e da coabitação, onde a imposição do imediato e a aceleração do saber se transforma em uma categoria mais valorativa.⁵⁸ Uma das religiões que procuraram usar de maneira abrangente as mídias para promoção de suas crenças e estilo de vida foram os Adventistas do Sétimo Dia, desde o seu início, como se percebeu com a literatura escrita. Como se percebeu deste a sua fundação, utilizaram-se de panfletos, da mídia escrita. As mídias são produtos da revolução tecnológica dos últimos dois séculos, e sabe-se também que, desde muito tempo, no Estado do Espírito Santo a IASD tem usado as mídias em profusão. É importante estabelecer a origem das mídias como Rádio e televisão e suas relações com a denominação em estudo. Assim, no próximo capítulo reflete-se sobre o surgimento do rádio, da televisão, da internet e como a Igreja Adventista se apropriou destes meios de comunicação para a divulgação do seu trabalho.



⁵⁷ DEBORD, 1997, p. 28.

⁵⁸ BASSO, Nadia Garcia. *Simulacro no Reino de Deus: o uso da mídia televisiva no espaço religioso da Igreja Universal do Reino de Deus como reflexo da condição pós-moderna*. Mestrado em Ciências da Religião. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2011. p. 151. Disponível em: <<https://sapiencia.pucsp.br/handle/handle/1804>>. Acesso em: 20 mar 2017.

2 MÍDIAS, RELIGIÃO E O ADVENTISMO

Este capítulo dissertará sobre a mídia moderna e o adventismo, ou no plural “mídias”, termo usado para designar alguns meios que determinam sistemas de comunicação que envolvem a sociedade. Analisaremos sobre a midiatização durante a história, sua influência na sociedade e, principalmente, na religião. Dentre essas mídias podemos ressaltar jornais, revistas, livros e também o rádio, televisão e a internet.

De acordo com Luís Mauro Sá Martino, o termo “midiatização” vem sendo usado, estudado com temas referentes à comunicação desde os anos 1970. Esta palavra pode ter diversos significados, porém, o significado mais marcante é sua capacidade de se estabelecer como parte inerente na sociedade e os efeitos transformadores provocados por ela.⁵⁹

No mundo religioso do século XXI as igrejas buscam potencializar a possibilidade de falar ao seu grupo e cativar aqueles que ainda não são. Através das mídias modernas as igrejas buscam manter o clima religioso em qualquer hora e em qualquer lugar. Todos podem ter acesso aos programas de rádio, TV e internet, podem acompanhar as transmissões em tempo real. Com esse tipo de mídia o templo, o lar e a pessoa se tornam mais “religiosos”. Um pastor, um padre ou locutor talentoso é audiência garantida. Essas novas possibilidades não vieram para esvaziar os templos religiosos mas, ao contrário, vieram para manter e enchê-los.⁶⁰

A religião sempre teve importância na vida das pessoas e na sua cultura. Com o surgimento da tecnologia e, com ela, os avanços dos meios de comunicação, o uso do rádio no início do século XX e, principalmente, o aparecimento dos “televangelistas” realizando programas religiosos na TV, foi que a academia se interessou em estudar essas relações. Hoje, há mesmo numerosos estudos acadêmicos sobre a mídia religiosa, no campo da sociologia da religião.⁶¹

2.1 Surgimento do rádio

O rádio surgiu no mundo como uma consequência do avanço e crescimento da tecnologia que estava “contaminando” o mundo todo. Era apenas uma questão de dias para que esse recurso chegasse também ao Brasil.⁶²

⁵⁹ MARTINO, Luís Mauro Sá. *Mídia, religião e a sociedade*. São Paulo: Paulus, 2016. p. 34-35.

⁶⁰ LIBANIO, João Batista. *Religião no início do milênio*. São Paulo: Loyola, 2002. p. 20-30.

⁶¹ MARTINO, 2016, p. 19-20.

⁶² CALABRE, Lia. *A era do rádio*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 2002. p. 9.

O rádio começou em 1920, primeiramente nos Estados Unidos da América e sua primeira emissora foi a KDKA, que obteve assim o pioneirismo em transmissão radiofônica. Na Inglaterra e na França as primeiras emissoras e transmissões só foram acontecer em torno de 1922.⁶³ Segundo Lia Calabre, em seu livro a *Era do Rádio*, o rádio teve uma grande aceitação na sociedade americana, algo jamais esperado. De fato, seu aparecimento foi um dos pontos principais da revolução tecnológica.

Nos Estados Unidos, o sucesso do rádio foi imediato. Produzindo uma verdadeira explosão no setor. Em outubro de 1921 foram registradas 12 novas emissoras; em novembro mais 9; em dezembro, outras 9. Em janeiro de 1922, 29 emissoras entravam no ar. Ao final de 1924 os Estados Unidos já contavam 530 emissoras de rádio em funcionamento! As empresas norte-americanas de equipamentos e de rádios logo iniciaram o processo de expansão para outros países, mas em nenhum outro lugar foi registrado índice de crescimento do setor similares ao dos Estados Unidos. Na década de 1930 o rádio já trazia o mundo para dentro de casa.⁶⁴

Ainda de acordo com Lia Calabre, a primeira transmissão feita no Brasil foi em 1922 no estado do Rio de Janeiro em festividade e comemoração aos cem anos da independência do Brasil, com a presença do presidente da república Epitácio Pessoa. Foi tocado também trechos da opera *O Guarany*, de Carlos Gomes, que estava sendo apresentada no teatro municipal. Embora com um pouco de ruídos o som alcançou uma impressão poderosa gerando também o crescimento no Rio de Janeiro e restante do país.⁶⁵

O século XX, aponta o rádio como uma poderosa ferramenta de comunicação e integração entre os indivíduos. O rádio foi o primeiro meio de comunicação a falar individualmente diretamente com as pessoas, cada ouvinte era tocado de maneira particular por mensagens que eram recebidas simultaneamente por milhões de pessoas. O novo meio revolucionou a relação cotidiana do indivíduo com a notícia, imprimindo uma nova velocidade e significação aos acontecimentos. Ao participarem da mesma fonte de notícias as pessoas sentiam mais integradas, possuíam um repertório de questões comuns a serem discutidas. No plano específico da cultura o rádio inovou, ao mesmo tempo em que absorveu e adaptou outras formas de arte já existente.⁶⁶

O crescimento das emissoras no Brasil foi razoável, mas, ao contrário de outros países, logo se estagnou em grande parte por falta de recursos, motivos técnicos e também políticos. Logo nas primeiras décadas de seu aparecimento no Brasil, os trabalhos radiofônicos brasileiros tiveram interjeições. Por questões políticas, em torno 1930 quando se instalou o estado de sítio, pelo medo da revolta comunista, o rádio foi censurado, pois este poderia se tornar uma

⁶³ CALABRE, 2002, p. 9.

⁶⁴ CALABRE, 2002, p. 9.

⁶⁵ CALABRE, 2002, p. 10.

⁶⁶ HOBBSAWN, E. *apud* CALABRE, 2002, p. 9.

ferramenta de comunicação nas mãos dos “inimigos” do Estado.⁶⁷ Assim, à época o governo limitou os tipos de programas oferecidos diariamente. A grade era formada de programas educativos, com cunho na área da ciência e apresentação artrítica, todas as notícias eram vistoriadas pelo governo.⁶⁸

É interessante saber que mesmo na Era da Internet e da Televisão, o rádio ainda pode ser considerado um grande instrumento de comunicação de massas. Ele sempre teve e sempre terá um papel singular de importância na vida da sociedade, como diz Edigar Roquette Pinto:

No começo dos anos vinte, do século passado, e persiste como uma espécie de mandamento para os jornalistas de hoje que passam pelos bancos de faculdade antes de irem para as redações: ‘O rádio é o jornal dos que não sabem ler, é o mestre de quem não pode ir à escola, é o divertimento gratuito do pobre’. A afirmação do educador apaixonado pelo rádio continua atual porque, oito décadas depois e após impensáveis inovações tecnológicas acumuladas, o único meio de informação que continua gratuito, fácil e portátil ainda é o rádio. Para se ter acesso à televisão aberta é necessário adquirir um aparelho a preço ainda não acessível à parcela considerável de brasileiros, ter sinal (antena ou cabo), dispor de energia elétrica (as TVs movidas a baterias ou pilhas são em número insignificante) e exercer o ato de assentar-se diante do aparelho. Um radinho à pilha comprado por dez reais pode ser o companheiro para quem se ajeita no sofá para ouvi-lo, mas também é apropriado para o operário que constrói uma casa e para o trabalhador que roça a lavoura, ou para a costureira, a cozinheira, o motorista. Enfim, o rádio informa, educa e diverte sem exigir exclusividade de atenção ou pagamento mensal.⁶⁹

O sistema de rádio cresceu e logo apareceu a exploração comercial. A integração dos programas e a publicidade se tornou necessária. Para ter mais audiência era preciso fazer novos programas e que fosse viável ao gosto dos ouvintes. As rádios então precisavam ser viáveis comercialmente.⁷⁰

Segundo o educador, intelectual e filósofo e teórico da comunicação canadense, Herbert Marshall McLuhan, o rádio foi o primeiro veículo comunicador a proporcionar a primeira experiência eletrônica maciça e, sem dúvidas, deu um novo sentido à vida da população mundial.⁷¹

O rádio é um veículo diferente de qualquer outro. Ele fala a milhões de pessoas de qualquer lugar e, ao mesmo tempo, fala a cada um individualmente. Ele provoca interação, seja por meio de telefone, cartas, *e-mail*, *facebook*, *whatsApp*. Atinge, pessoas de todas culturas e

⁶⁷ FONSECA, Alexandre Brasil. *Evangélicos e mídia no Brasil*. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2003. p. 62-63.

⁶⁸ CALABRE, 2002, p. 16.

⁶⁹ PINTO, E. R. apud PRATA, Nair (Org.). *O rádio entre as montanhas: histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira*. Belo Horizonte: Fundac, 2010. p. 22.

⁷⁰ ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio*. São Paulo: Summus, 1985. p. 54.

⁷¹ MCLUHAN, Herbert Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964. p. 337.

níveis sociais, ele acelera as informações em um curto espaço de tempo. Ele é muito simples, não precisa de câmara, luzes, ou grandes recursos. O rádio é um bem portátil e barato. Atua como excelente meio de informação coletiva, funciona como ferramenta de utilidade pública e comunitária. O rádio é um sistema midiático capaz de influenciar universalmente.⁷² De acordo com Mcleish, as funções sociais do rádio são:

[...] informações sobre empregos, produtos, serviços, ajudando a criar mercados. Atua como um vigilante sobre os que detém poder, proporcionando o contato entre eles e o público. Ajuda a desenvolver objetivos comuns e opções políticas, possibilitando o debate social e político expondo temas e soluções práticas. Contribui para a cultura artística e intelectual, dando oportunidades para artistas novos e consagrado de todos os gêneros; divulgam ideias que podem ser radicais e que levam a novas crenças e valores; facilita o diálogo entre indivíduo e grupos, promovendo a noção de comunidade; mobiliza recursos públicos e privados para fins pessoais ou comunitários, especialmente numa emergência.⁷³

Como o rádio tornou-se um comunicador de massas com tantas qualidades, abrangência e influência, logo o meio evangélico fez uso deste canal midiático.⁷⁴ No dia 23 de setembro, de 1943, surgiu um dos primeiros programas gospel de rádio no Brasil. O programa “A Voz da Profecia” da Igreja Adventista do Sétimo e foi transmitido em 17 emissoras em todo país. O locutor foi o pastor adventista Roberto Rabello.⁷⁵

No dia 1º de agosto de 1960, McAlister começou seu programa na rádio Copacabana no Rio de Janeiro, A Voz da Nova Vida, que foi sucesso de audiência. Com programas de rádio, McAlister, evangelizou curiosamente a família do líder religioso pentecostal Edir Macedo. Entre 1965 a 1967 McAlister realizava seus programas também na TV Tupi.⁷⁶

Alguns grupos religiosos investiram grandes somas de dinheiro nos programas evangélicos nas rádios. Dentre eles, a Igreja Brasil para Cristo, Deus é Amor, Universal do Reino de Deus. Estas inicialmente transmitiam seus programas via AM por atingir um número maior de pessoas. Outras igrejas evangélicas começaram a usar esta mídia para suas

⁷² SEPAC. Pastoral da Comunicação. *Rádio, a arte de falar e ouvir*. São Paulo: Paulinas, 2012. p. 28.

⁷³ MCLEISH, Robert. *Produções de rádio: um guia abrangente de produções radiofônicas*. São Paulo: Summus, 2007. p. 20-21.

⁷⁴ GOMES, Ana Maria Suman. *As ondas do evangelho: introdução à história do rádio evangélico no brasil*. Dissertação Mestrado em Teologia. Rio de Janeiro: Seminário Teológico Batista do Sul do Brasil, 2003. p. 4-33. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/321021165/As-Ondas-Do-Evangelho-Introducao-a-Historia-Do-Radio-Evangelico-No-Brasil>>. Acesso em: 20 mar 2017.

⁷⁵ NASCIMENTO, Amanda. “Uma viagem ao túnel do tempo com os 70 anos de A voz da Profecia”. *Super Gospel*. 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/2lapqg8>>. Acesso em: 25 de Jan. 2017.

⁷⁶ DE SANTI, A.; BRUM, Mauricio Marques. “Um novo sermão no ar”. Dossiê Superinteressante - Brasil evangélico: o guia definitivo da religião que mais cresce no país. 1. ed. v. 1. p. 43-44, São Paulo: Abril, novembro de 2016.

programações, A Igreja Deus é Amor, em 1980, possuía cerca de 800 emissoras e, já no ano 2000, possuía cerca de 8 mil rádios próprias.⁷⁷

Hoje, com sua enorme audiência, como meio de comunicação o rádio marcou sua importância na história, seu valor é imensurável e indiscutível, ele influencia hábitos e costumes de seus ouvintes. O rádio tornou-se um meio midiático que constrói, afeta e também destrói comportamento moral e religioso da pessoa.⁷⁸

Pode se considerar que o rádio é como uma “janela” aberta para o mundo. Ele mexe com o cotidiano das pessoas, com a participação na vida social e também religiosa. Personalidades de todos os tipos são encontrados neste canal, pessoas públicas, artistas, esportistas, educadores, médicos, cientistas. Líderes religiosos como, pastores e pastoras, padres, bispos fazem deste canal o meio para expressar suas mensagens de fé para fiéis e, também, conquistar novos adeptos.⁷⁹

Igrejas como a Universal do Reino de Deus entra para história como uma das que mais investiram em mídia e tecnologia para alcançar seus resultados. Os números impressionam e muito. Em 2006, com 29 anos de existência, estava presente em todos estados brasileiros e em 80 países do mundo. A igreja possui mais de 100 emissoras de TV, uma enorme rede de rádio AM e FM. Essa igreja, que tem um lucro anual de quase 1 bilhão de reais por ano, usa todas as formas de mídias para conquistar mais “almas para Jesus”.⁸⁰

2.2 Televisão

Em 1876, o físico britânico Wilham Crookes, cria o tubo de raios catódicos, essencial para TV analógica, o cientista diz que seria possível emitir imagens a partir da incidência dos raios em uma superfície revestida de fósforo. Em 1880, um engenheiro alemão chamado Paul Nipkow, desenvolve um disco capaz de gerar imagens em uma célula de selênio. Em 1900, o termo “televisão” é registrado pela primeira vez em uma revista científica, mas as primeiras imagens eram de péssima qualidade.⁸¹

⁷⁷ CUNHA, Magali do Nascimento. *Explosão gospel*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. p. 60.

⁷⁸ ALVES, Julia Falivene. *A invasão cultural norte-americana*. São Paulo: Moderna, 1993. p. 68.

⁷⁹ BLÁZQUEZ, Niceto. *Ética e meios de comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1999. p. 409.

⁸⁰ LIMA, Cyntia R. J., REFKALEFSKY, Eduardo. Posicionamento e marketing religioso iuridiano: uma liturgia semi-importada da umbanda. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina, ENDO, Ana Claudia Braun. *Mídia e religião: na sociedade do espetáculo*. São Paulo: Universidade Metodista. 2007. p. 50.

⁸¹ VASCONCELOS, Ana *Guia a história: televisão*. São Paulo: On Line, 2016. p. 12.

Alguns estudiosos, como Mario Ferraz Sampaio, dizem que o surgimento da televisão ocorreu em meados de 1911 quando o escocês Campbel Swinton, em Londres, mostrou alguns detalhes de um equipamento televisivo, mas não podemos pensar em TV com a qualidade que temos hoje.⁸² Em 1926, John Logie Baird, expôs um método novo que convertia as imagens em sinais elétricos usando um processo eletromagnético. A partir deste momento o aparelho ficou mais moderno e atraindo mais a atenção das pessoas. Então, foi possível ver e identificar figuras humanas.⁸³ Em maio de 1932, começava nos Estados Unidos da América, o início da fabricação e industrialização de aparelho receptores de televisão.⁸⁴

Segundo Ciro Marcondes Filho, a televisão foi criada em 1936, com qualidade melhorada e, em 1945, transmitido em massa. Em três de abril de 1950 aconteceu uma pré-estreia da televisão brasileira, foi uma apresentação do frei José Mojica, as cenas foram assistidas em um ambiente com poucas pessoas e, finalmente, no dia 18 de setembro, a TV Tupi de São Paulo foi inaugurada e começa a transmitir para todo estado. Geralmente o programa era transmitido das 18 às 23 horas.⁸⁵

A televisão, com mais qualidade, passou a ser um desejo de todos, embora sendo acessível a apenas uma parcela pequena da sociedade. Ela passou a ser o aparelho mais importante na revolução virtual, por proporcionar a imagem que o rádio não tinha, e também por fixar hábitos rotineiros na vida das pessoas. Amigos e vizinhos sentavam-se ao redor dela como muitos antigamente faziam à beira das fogueiras.⁸⁶ Na verdade, logo a televisão se tornou um meio de ostentação e luxo, ela surgiu como um modo próprio de retratar o cotidiano, enquadrar a realidade ao redor de seus caprichos. As mídias anteriores precisaram se adaptar a essa nova tecnologia.⁸⁷

A televisão começou a influenciar os costumes, moda, estilos, hábitos, ela passou a pautar as conversas na hora de dormir e dentre muitas outras coisas. O aparelho de televisão encanta, mas também assusta, pois, sua influência chegou a todos os setores da sociedade, tornou-se inerente na cultura no mundo todo. Seus sinais influencia tanto a audição como a visão, desde o momento que ela se tonou mídia visual esteve em evidência. Segundo Ellis

⁸² SAMPAIO, Mário Ferraz. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo*. Rio de Janeiro. Achiamé, 1984. p. 189-190.

⁸³ CIVITA, Victor *Pequena história das invenções*. São Paulo: Abril, 1974. p. 174.

⁸⁴ SAMPAIO, 1984, p. 189-190.

⁸⁵ MARCONDE FILHO, Ciro. *Televisão a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988. p. 17.

⁸⁶ PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. *A vida com a TV*. São Paulo: Senac, 2002. p. 13.

⁸⁷ PEREIRA JUNIOR, 2002. p. 133.

Cashmore, em 1986 os americanos demonstravam ter mais prazer com a televisão do que passear, religião, viajar, comer, beber, dinheiro e até o sexo.⁸⁸

Nos anos 80 um cidadão norte americano assistia nada mais, nada menos, que 7 horas de programa televisivos por dia, quase o mesmo tempo normal de uma jornada de trabalho. Crianças assistem de 25 a 30 horas por semana. A televisão “educa tanto como a escola”. Em 1994, a televisão tinha chegado ao número alarmante de 1,5 bilhão de equipamentos ao redor do mundo. Pesquisas apontam, de acordo com Leandro Dalla, que em 2009 a abrangência da televisão havia chegado a 96% dos lares dos brasileiros.⁸⁹

A despeito de toda essa abrangência da televisão, os problemas existenciais são ainda fontes de discussão. Quando se analisa o livro *Modernidade Líquida*, do sociólogo Zygmund Bauman, é possível perceber que é provável mesmo que nenhuma pessoa consegue ficar sozinha, mesmo que assim o queira. Mesmo em casa aparentemente isolada, ela é afetada pelos fios e ondas aéreas, ou seja, uma pessoa solitária de presença continua tendo a companhia da mídia. As pessoas se tornaram “controladas remotamente”, e dificilmente há como fugir da influência da televisão.⁹⁰ De acordo com Bauman,

a liderança foi substituída pelo espetáculo: ai daqueles que lhes negar entrada. O acesso à ‘informação’ (em sua maioria eletrônica) se tornou direito humano mais zelosamente defendido e o aumento do bem-estar da população como um todo hoje é medido, entre outras coisas, pelo número de domicílios equipados com (invadidos por?) aparelhos de televisão. E aquilo sobre o que a informação mais informa é a fluidez do mundo habitado e a flexibilidade dos habitantes.⁹¹

Na verdade, não podemos ignorar, nem mudar o teor das informações vinculadas diariamente, mas as pessoas podem filtrar e permitir ou, não permitir, suas influências na vida diária. A televisão pode causar perda do interesse por leituras, perda de concentração, diminuição de capacidade criativa, desenvolvimento de sedentarismo, relacionamento com outras pessoas superficial, desenvolvimento de agressividade, diz o cientista em comunicação Randall P. Harrison: “se você acredita que existe relação entre o fumo e o câncer, então provavelmente acreditará que haja também um vínculo entre a televisão na violência e a agressão humana”.⁹²

De fato, o sistema televisivo influencia com a mente humana de maneira extraordinária. Segundo o sociólogo alemão Dieter Prokop, ela tende a manipular as exigências

⁸⁸ CASHMORE, Ellis. ... e a televisão se faz. São Paulo: Summus, 1998. p. 10.

⁸⁹ DALLA, Leandro. *Televisão, cinema e cristianismo*. Joinville: Clube de Autores, 2008. p. 10-11.

⁹⁰ BAUMAN, Zygmund. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. p. 187.

⁹¹ BAUMAN, 2003, p. 187.

⁹² HARRISON, R. apud DALLA, 2008, p. 5.

psíquicas do telespectador. Ela influencia suas relações com amigos, família, trabalho, lazer, descanso e sono.⁹³

A televisão é um dos meios de consumação mais modernos. Assim, culpa-la pela violência e pela imoralidade de seus programas não seria talvez uma saída mais eficaz. O telespectador poderá reagir ao conteúdo que o desagrada e interagir com aqueles que lhe agrada, aliás tutores também podem controlar o conteúdo.⁹⁴

Ainda segundo Bauman a sociedade moderna tornou-se líquida e, com isso, deixou de questionar, se sentem absolvidos de questionar se essa ou aquela alternativa é melhor para si. Às vezes chama essa ação de uma ação de pessoas totalmente livres. Na realidade a sociedade, a pesar dos tempos mais modernos possíveis, não poderá abrir mão da sua crítica ao produto que tem sido oferecido. Podemos hoje exercer o poder de escolher o que realmente é bom e rejeitar o que não é viável.⁹⁵

Podemos dizer que as relações entre mídias e religião tiveram início em torno dos anos de 1940 nos Estados Unidos da América quando sacerdotes católicos e protestantes começaram a usar os meios eletrônicos da época, rádio, cinema e imprensa para enviarem mensagens evangélicas adaptadas para o meio. Um dos exemplos foi o Bispo Fulton Sheen e o pastor protestante Billy Graham. Eles possivelmente foram os primeiros a adaptarem suas mensagens de maneira adequada para meio televisivo.⁹⁶

As igrejas evangélicas começaram a usar a TV para os programas evangélicos em torno de 1970. O primeiro programa na TV, assim como no rádio, foi apresentado pela igreja adventista do sétimo dia no ano de 1962, na cidade do Rio de Janeiro. O programa se chamava *Fé Para Hoje*, e foi apresentado por Alcides Campolongo, antigo pastor adventista. No dia 25 de novembro de 1962 na TV Tupi, em São Paulo, foi transmitido o primeiro programa “Fé para Hoje”, da Igreja Adventista do Sétimo Dia. Já em 1981 foi transmitido pela TV Manchete o primeiro programa em rede nacional chamado “Encontro com a Vida” era um programa diário com 5 minutos de duração. Com o crescimento foi inaugurado em Curitiba em 1987 um dos primeiros estúdios de TV Adventista no Brasil. Os adventistas passaram a produzir seu conteúdo, mas lhes faltava o veículo para propagar seus programas de maneira autônoma.⁹⁷

⁹³ MARCONDE FILHO, p. 23.

⁹⁴ MARCONDE FILHO, p. 109-110.

⁹⁵ BAUMAN, 2003, p. 31-32.

⁹⁶ MARTINO, 2016, p. 40.

⁹⁷ STINA DE PAULA, Ana Bárbara Foffa. “A história da TV Novo Tempo”. Novo Tempo. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/2kNnBIS>>. Acesso em: 01 de Fev. 2017.

A igreja Internacional da Graça de Deus, Universal, a igreja Batista, igreja Nova Vida, Assembleia de Deus Renascer Para Cristo e várias outras igrejas. O objetivo destas igrejas era, e ainda é, levar a igreja para dentro dos lares com programas variados e com qualidade afim de competir com a TVs seculares.⁹⁸

Muitas outras igrejas também abriram os olhos para essa nova modalidade de pregar sua mensagem e fazer proselitismos. Investiram mais recursos de comunicação, pois também queriam fazer parte desta nova onda que alcançava grandes resultados em curto espaço de tempo: igrejas como Renascer para Cristo, Mundial do Poder de Deus, Bola de Neve, Congregação Cristã no Brasil, O Brasil para Cristo, Igreja do Evangelho do Evangelho Quadrangular fizeram parte dos movimentos a usarem o ambiente midiático, mas com menos presença.⁹⁹

As estratégias mudam de movimento religioso para outro, mas no centro de cada uma delas está relacionada diretamente com mídias. Grandes programas evangélicos eram importados e alguns pastores pregadores ficaram conhecidos no Brasil como: Jimmy Swaggat, Rex Humbard e Billy Graham. Foi quando as pessoas começaram a participar de cultos religiosos mesmo sem sair de dentro de suas casas. Mas a igreja Universal do Reino de Deus, usava e usa suas mídias e, em principal a TV, para levar pessoas aos seus templos. Uma pesquisa realizada garante que 80% das pessoas que visitam a Igreja Universal foram depois de assistirem um programa de televisão, de acordo com os autores Lima e Refkalefsky.¹⁰⁰

Religiões que não se adaptam a essa nova forma de viver a “religião moderna”, inseridas nos modelos eletrônicos e tecnologias a serviço do sagrado, vivem seus templos cada vez mais vazios e não conseguem conquistar o número de fiéis para se manterem funcionando. Existe mesmo uma batalha por pessoas dentre diversas denominações e os canais midiáticos é a grande arma usada.¹⁰¹ Segundo o Censo 2000, existiam aproximadamente 150 mil igrejas evangélicas de todos os tipos, semelhantes a um “mercado” religioso. Segundo a pesquisa, há uma relação direta entre crescimento religioso e uso de mídias. O crescimento se dá justamente pela capacidade em captar e manter membros através dos meios de comunicação. O pluralismo religioso e a grande quantidade de concorrentes no mercado sugerem também o crescimento na área de marketing, cujo grande objetivo é conquistar e manter os fiéis. Para isso, há uma

⁹⁸ CUNHA, 2017, p. 62-62.

⁹⁹ MARTINO, 2016, p. 44-45.

¹⁰⁰ LIMA; REFKALEFSKY, 2007, p. 59.

¹⁰¹ LIMA; REFKALEFSKY, 2007, p. 80.

diversidade de serviços religiosos e se utiliza a mídia como um artigo de primeira necessidade.¹⁰²

Embora o uso massivo da mídia como meio de comunicação de massas possa ser considerado como um fator negativo, essa utilização da mídia pode servir como um meio de dinamizar a “pregação do evangelho”. “O uso de meios de comunicação por uma instituição religiosa para transmitir uma mensagem, sem que nenhuma prática religiosa seja alterada para isso, não significa sua ‘mídiação’, mas sua mediação (mediation)”.¹⁰³

A mídiação acontece quando as mídias passam a fazer parte das atividades dos indivíduos e da instituição tomando um formato diferente do convencional. Quando certa igreja transmite um culto pela TV, mas sem mudanças nas formas de sua liturgia padrão chamamos de mediação do culto. Quando esse culto segue um planejamento e adaptações de cenário, figurinos, vocabulários visando cativar e influenciar seu público com essas qualidades atraentes e transmite esse conteúdo pela TV ou internet chamamos de lógica da mídiação.¹⁰⁴

Uma pesquisa realizada em 2012 constatou que em 98% dos lares brasileiros tem TV, o celular está presente em 87% deles, e o rádio 80%. Já 36% dos domicílios possui computador de mesa e 32% já estalaram sua antena parabólica. 70% dos internautas participam de redes sociais e 54% afirmaram assistirem vídeos e filmes por eles. E esses números já estão bastante desatualizados. A TV já vem sofrendo com a realidade de que a internet desponta como sendo uma das principais mídias, pois a estimativa é que em breve 70% das residências brasileiras terão banda larga.¹⁰⁵

2.3 A internet e a religião

Entre 1960 e 1970 aconteceu a consolidação da pregação religiosa pelo rádio e um crescimento da televisão. No entanto, a internet e as mídias digitais só passariam aparecer no cenário em torno de 1995. Estava ficando bem claro que esse processo seria um mercado em plena expansão e que demandava uma reorganização das estruturas religiosas para fazer parte de grupo de instituições que pretendia revolucionar a maneira de fazer e viver a religião novamente.

¹⁰² LIMA; REFKALEFSKY, 2007, p. 94.

¹⁰³ MARTINO, 2016, p. 36.

¹⁰⁴ MARTINO, 2016, p. 37.

¹⁰⁵ RIBEIRO, Ângelo Augusto. *YouTube, a nova TV corporativa*. Santa Catarina: Combook, 2013. p. 73.

A internet surgiu como uma nova mídia para disseminar a informação de forma rápida, interativa e constantemente atualizada. Esse novo formato de comunicação não substitui os formatos tradicionais, porém representam um valor diferente para o usuário. De acordo com o sociólogo Manuel Castells,

[...] as origens da Internet podem ser encontradas na Arpanet, uma rede de computadores montada pela Advanced Research Projects Agency (ARPA) em setembro de 1969. A ARPA foi formada em 1958 pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos com a missão de mobilizar recursos de pesquisa, particularmente do mundo universitário, com o objetivo de alcançar superioridade tecnológica militar em relação à União Soviética na esteira do lançamento do primeiro Sputnik em 1957. A Arpanet não passava de um pequeno programa que surgiu de um dos departamentos da ARPA, o Information Processing Techniques Office (IPTO), fundado em 1962 com base numa unidade preexistente. O objetivo desse departamento, tal como definido por seu primeiro diretor, Joseph Licklider, um psicólogo transformado em cientista da computação no Massachusetts Institute of Technology (MIT), era estimular a pesquisa em computação interativa. Como parte desse esforço, a montagem da Arpanet foi justificada como uma maneira de permitir aos vários centros de computadores e grupos de pesquisa que trabalhavam para a agência compartilhar on-line tempo de computação.¹⁰⁶

Sabemos que a internet é um conjunto de redes de computadores conectados que tem em comum um conjunto de protocolos e serviços de uma forma que os usuários interligados possam usufruir de serviços de informação e comunicação de alcance mundial. Ainda segundo Castells,

[...] a internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos.¹⁰⁷

Assim, a internet se tornou parte dos lares das pessoas do mundo todo. Estar conectado à Rede Mundial de Computadores (*www*) passou a ser uma necessidade de “extrema” importância. A internet está presente nas escolas, faculdades, empresas, igrejas e diversos locais, possibilitando acesso as informações e notícias do mundo em apenas um “click” ou “toque”. O mesmo sociólogo anteriormente citado afirma que:

[...] a Internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana.¹⁰⁸

¹⁰⁶ CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003a. p. 13-14.

¹⁰⁷ CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: MORAES, Dénis de. (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003b. p. 287.

¹⁰⁸ CASTELLS, 2003a, p. 7.

É isto que também revela pesquisas divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontadas pela Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios (Pnad), onde mostram que, mais da metade dos domicílios brasileiros passou a ter acesso à internet em 2014. Os dados referentes a 2014 mostram que 36,8 milhões de casas estavam conectadas, o que representa 54,9% do total. Em 2013, esse índice era de 48%. O IBGE indicou ainda que a quantidade de internautas chegou a 54,4% das pessoas com mais de 10 anos em 2014. São 95,4 milhões de brasileiros com acesso à internet.¹⁰⁹

Com surgimento da Internet rompeu-se as barreiras de comunicação, interação e de relacionamentos; um mundo sem muros, portas, divisas ou fronteiras. Cada dia mais a sociedade faz parte desse meio cibernético e estar fora dele é se excluir dessa nova realidade, que é vivenciada no dia-a-dia.

A cada dia um novo noticiário aparece nas mídias, como no caso do Jornal A Tribuna, de domingo, 27 de janeiro de 2017, quando noticiou que a maioria dos jovens fica cinco horas por dia em média conectados à Internet. Segundo pesquisas, realizadas pelo Estado/ES, em 25 bairros de 9 municípios, com mais de 6 mil pessoas na faixa etária de 10 e 24 anos, mostrou que 87% dos entrevistados possuem celular próprio e 74% fazem uso da internet pelo mesmo. Em relação às redes sociais e canais de vídeos, 65% dizem usarem ou terem interesse em produzirem ou editarem vídeos e áudios.¹¹⁰

Alguns autores trabalham com nomeações das diferentes gerações no decorrer da história. Ao destacar uma geração de usuários da mídia digital como a Geração Net, Bravo e Coslado relatam que:

interatividade tem na interconexão dos computadores em rede na World Wide Web sua máxima expressão. As características próprias da Geração Net derivam precisamente das propriedades que diferenciam a internet de seus antecessores tecnológicos. Os novos meios, devido a sua natureza compartilhada, interativa e de 'muitos para muitos', têm implícitos valores de caráter mais colaborador e democrático, sendo, por sua vez, estes valores que caracterizam essa nova geração. Como usuários criadores de conteúdo não somente são provedores e reeditores de informação, como também devem definir as relações e editar os canais de comunicação.¹¹¹

¹⁰⁹ IBGE. "Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD, População)". Disponível em: <<http://bit.ly/1IJLsUO>>. Acesso em: 01 de Jan. 2017.

¹¹⁰ AGUIAR, Veronica. "Maioria dos jovens fica 5h por dia na internet". *Jornal A Tribuna*, Vitória, 27 jan. 2017. Cidades, Caderno 3, p. 35.

¹¹¹ BRAVO, C. B.; COSLADO, A. B. In: APARICI, Roberto. (Org.). *Conectados no ciberespaço*. São Paulo: Paulinas, 2012. p.123.

Por outro ângulo, na abordagem que se faz desse assunto, é importante saber que em toda e qualquer uso da mídia há necessidade de precaução. Segundo Armstrong e Casement, é necessário cuidar, pois, as crianças são incapazes de lidar com as informações, olham as imagens mais que os textos e aprendem muito pouco. As possibilidades de distrações são infinitas. Assim sendo, sem um direcionamento constante, as crianças são incapazes de distinguir entre o importante e o trivial.¹¹²

A tecnologia, internet, não é nada mais do que um espaço virtual livre onde as pessoas podem colocar ou buscar qualquer informação à disposição de outros usuários da rede. Nesse sentido, segundo Turner as novas tecnologias proporcionam relacionamentos que anteriormente não seriam possíveis. Sites de redes sociais facilitam o contato ilimitado com pessoas em diferentes lugares, níveis, etc.¹¹³

Com isso, barreiras que existiam anteriormente e que dificultavam as pesquisas, como troca de experiências e informações, deixaram de existir dentro do ciberespaço. Por ser um ambiente livre de controle, qualquer um pode expressar suas ideias, gravar, baixar e compartilhar.¹¹⁴ É notório o quanto a tecnologia influencia a sociedade. Porém, segundo Castells e Cardoso, é a sociedade que faz a diferença no modo como se utiliza essa tecnologia:

Nós sabemos que a tecnologia não determina a sociedade: é a sociedade. A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias. Além disso, as tecnologias de comunicação e informação são particularmente sensíveis aos efeitos dos usos sociais da própria tecnologia. A história da Internet fornece-nos amplas evidências de que os utilizadores, particularmente os primeiros milhares, foram, em grande medida, os produtores dessa tecnologia.¹¹⁵

A informação e a comunicação, nos últimos tempos, assumiram um ritmo acelerado, fazendo com que a sociedade caminhe em novas direções. Não somente no mundo tecnológico, mas em toda as dimensões da sociedade, como a economia e a política. O fenômeno da internet continua crescendo e, nesse processo de globalização, acelera o fluxo de investimentos internacionais. As pessoas vivem a maior experiência de liberdade e fluidez já experimentada pelo ser humano.

Para Bauman, a sociedade moderna vive em um mundo de incertezas, cada um por si. Relacionamentos são instáveis, pois, as relações humanas estão cada vez mais flexíveis.

¹¹² ARMSTRONG, A.; CASEMENT, C. *A criança e a máquina*. Porto Alegre: Artmed, 2001. p. 62, 127, 157-158.

¹¹³ TURNER, 2014, p. 182-183.

¹¹⁴ TURNER, 2014, p. 182-183.

¹¹⁵ CASTELLS, Manuel.; CARDOSO, Gustavo (Orgs.). *A sociedade em rede: do conhecimento à ação política*. Brasília: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2005. p. 17.

Acostumados com o mundo virtual e com a facilidade de “desconectar-se”, as pessoas não conseguem manter um relacionamento de longo prazo.¹¹⁶ O autor ainda fala sobre a sociedade na “era do software”, onde, tempo e espaço não se pode delimitar ou medir:

O tempo instantâneo e sem substância do mundo na era do software é também um tempo sem consequências. ‘Instantaneidade’ significa realização imediata, “no ato” – mas também exaustão e desaparecimento do interesse [...] A nova instantaneidade do tempo muda radicalmente a modalidade do convívio humano – e mais conspicuamente o modo como os humanos cuidam (ou não cuidam, se for o caso) de seus afazeres coletivos, ou antes o modo como transformam (ou não transformam, se for o caso) certas questões em questões coletivas.¹¹⁷

A internet possui claras vantagens, mas proporciona também muitos riscos para todos os usuários, nas diferentes faixas etárias. No entanto, escolher por onde navegar na internet é como caminhar em um parque de diversões, onde existem muitas coisas interessantes para fascinar e encantar o olhar, o ouvir, o falar e o tocar. Inegavelmente, a internet rompe os horizontes e faz com que o mundo esteja virtualmente na ponta dos dedos, com apenas um clique ou toque. Sendo assim, viver neste contexto midiático e não ser atingido por seus mecanismos é uma batalha a ser vencida a cada instante.

O fenômeno da internet cresceu sem que as grandes corporações percebessem a sua importância inicialmente. Hoje pode-se ver que os indivíduos, as grandes e pequenas corporações, de diferentes interesses, sejam políticos, educacionais, religiosos, entre outros, se apropriam dessa tecnologia. Francisco de Assis em sua resenha do livro de Melo, Gobbi e Endo *Mídia e Religião: na sociedade do espetáculo* salienta que as religiões se inserem cada vez mais no mercado midiático:

[...] os textos mostram que as religiões estão cada vez mais inseridas no mercado midiático, valendo-se de recursos, técnicas e ações intrínsecas a esse universo para se destacar entre tantas denominações religiosas. Até novas modalidades persuasivas têm despontado para atender tal demanda, como é o caso do “marketing religioso”, expressão já bastante comum.¹¹⁸

Dentre tantas instituições religiosas conectadas a esse universo digital destaca-se a Rede Novo Tempo, do qual faz parte o objeto de pesquisa desse trabalho: a Igreja Adventista do Sétimo Dia, que usa com bastante vigor as redes sociais para promoção e divulgação de seus programas e doutrinas:

¹¹⁶ BAUMAN, 2003, p. 135-136.

¹¹⁷ BAUMAN, 2003, p. 137 e 147.

¹¹⁸ ASSIS, 2007, p. 203.

Em 2008, a Rede Novo Tempo implantou o departamento de Web para ampliar a propagação da mensagem de esperança e alcançar as pessoas que não têm acesso ao sinal da TV e Rádio Novo Tempo, ou, aqueles que preferem o universo virtual. A Web é também o veículo que torna possível a interatividade on-line com quem já é telespectador e ouvinte. E para promover mais experiências com o público, a Novo Tempo está presente nas Redes Sociais e em várias plataformas (Smartphones, Tablets, Smartvts). Os perfis da Novo Tempo e seus programas nas redes sociais já alcançam mais de 560 mil seguidores no Twitter, mais de 6 milhões e 300 mil amigos nas páginas do Facebook e mais de 26 milhões de visualizações nos canais do Youtube. Além das páginas da TV, Rádio, Gravadora e programas, a página no facebook 'A Bíblia Sagrada' foi criada para incentivar momentos de meditação e reflexão na Palavra de Deus.¹¹⁹

A Igreja Adventista do Sétimo Dia esteve sempre buscando utilizar-se das mídias como ferramenta institucional para dinamizar a “pregação do evangelho”, bem como atualizar-se com a sociedade. Essa relação entre as mídias modernas e a referida instituição será analisada de maneira mais abrangente no capítulo III, na pesquisa realizada com estudantes da graduação em teologia da Faculdade Unida.

2.4 Início da Rádio Novo Tempo

No que se refere à mídia e suas tecnologias, delimitando este trabalho no Estado do Espírito Santo, sabe-se que foi a cidade de Afonso Cláudio, no interior do Espírito Santo, a primeira a receber uma emissora de rádio, chamada de Rádio Novo Tempo, ligada à Igreja Adventista do Sétimo Dia. O rádio, como se verá melhor no capítulo seguinte, é um poderoso instrumento de comunicação de massas dentro da religiosidade brasileira e capixaba. De fato, ele é um verdadeiro produto da tecnologia.

Assim, no Espírito Santo a inauguração da Rádio Novo Tempo foi realizada no dia 12 de agosto de 1989, com a presença do pastor Roberto Mendes Rabello, fundador e orador do programa radiofônico “A Voz da Profecia”, desde 1943 em outros lugares no Brasil, este programa foi um dos primeiros programas religiosos brasileiros, reconhecido como um pioneiro no ramo de comunicação religiosa.

Segundo um dos fundadores da primeira rádio Novo Tempo no Espírito Santo, o pastor Alcy Tarcísio de Almeida, o programa A Voz da Profecia era transmitido por emissoras e por altíssimo preço, sem contar que os horários disponíveis sempre eram quatro ou cinco horas da

¹¹⁹ IGREJA AVENTISTA DO SÉTIMO DIA. “Entenda a rede novo tempo de comunicação”. *Novo Tempo*. Disponível em: <<http://bit.ly/2ImEshe>>. Acesso em: 01 de Fev. 2017.

manhã, horários de pouca audiência e que tornaria ineficaz a propagação das mensagens da Bíblia.¹²⁰

Como a igreja já produzia seu próprio conteúdo para programa de rádio surge, então, a ideia de comprar uma rádio, liderada pelo líder de comunicação da Igreja Adventista do Sétimo Dia no estado do Espírito Santo, pastor Alcy, comprou os equipamentos e estabeleceu a primeira rádio Adventista do Brasil que passou a transmitir diariamente em horário nobre de audiência seu próprio conteúdo.

A primeira transmissão a ser realizada para todo estado nacional aconteceu no dia 1º de junho de 1995, ao meio-dia, da cidade de Vitória (ES). Em 1995 a sede da Rádio Novo Tempo foi transferida para cidade de Nova Friburgo, no estado do Rio de Janeiro, onde permaneceu até setembro de 2005. Atualmente, os estúdios e as transmissões via satélite acontecem na cidade de Jacareí, no Estado de São Paulo.¹²¹

Segundo Edinho Lima, locutor da rádio Novo Tempo de Vitória há 21 anos, o programa de maior audiência até hoje e, também, responsável por ajudar a colocar a rádio em primeiro lugar no ibope geral no estado do Espírito Santo por diversos anos sempre foi o seu primeiro programa, A Voz da Profecia.¹²² Para Edinho Lima, a rádio com seus programas conseguiu manter por diversos anos um relacionamento de “interação e amizade”, levando mesmo à população capixaba diariamente informação, paz, esperança, alegria, solidariedade, conteúdos religiosos, familiares e muitos outros, ou seja, contribuindo para a sociedade.

2.5 O início da TV Novo Tempo

A televisão também é um produto direta da industrialização e revolução tecnológica dos últimos dois séculos. Delimitando a análise dentro da religiosidade e mídia no Estado do Espírito Santo, sabe-se que a TV Novo Tempo também é um meio de comunicação usada abundantemente dentro da IASD. Ele um canal de televisão de propriedade da Igreja Adventista do Sétimo Dia, mas o primeiro programa na TV brasileira foi transmitido no dia 25 de novembro de 1962, na antiga TV Tupi, na cidade de São Paulo. O programa chamava-se Fé para Hoje e era transmitido só para São Paulo.

¹²⁰ Entrevista realizada com pastor Alcy Tarcísio de Almeida no dia 13/05/2017 em Vitoria (ES), às 10h.

¹²¹ HISTÓRIA DA RÁDIO. Disponível em: <<http://novotempo.com/radio/radio-novo-tempo/historia>>. Acesso em: 14 maio 2017.

¹²² Entrevista feita com Edinho Lima no dia 18/05/2017 na rádio novo tempo, em Vitória, ES, às 15h.

Somente em 1981 pela TV Manchete que foi ao ar um programa para todo país, o programa chamado Encontro com a Vida. Era um episódio diário de cinco minutos de duração. Com seu crescimento, foi inaugurado na cidade de Curitiba em 1987 o primeiro estúdio de TV da igreja no Brasil. Em 1995, a igreja fez a sua primeira transmissão ao vivo, via satélite diretamente da Holanda e, no final de 1995, surge o SISAC – Sistema Adventista de Comunicação. Todos os órgãos de comunicação da igreja deveriam estar sob o mesmo teto, criando, assim, a Rede Novo Tempo de Rádio e TV.¹²³

O Sistema Novo Tempo de Comunicação (Rádio, TV e Internet) no Brasil está presente em cerca de 735 cidades, dentre elas 19 capitais, através de canais abertos podendo alcançar cerca 74,5 milhões de telespectadores. A TV Novo Tempo está também presente em canais por assinaturas como Sky, com mais de 6 milhões de antenas e podendo alcançar cerca de 20 milhões de telespectadores em todo território brasileiro, RCA Company, Net, Oi TV, Claro, Brasilnet, Inter Cabo e outras. Tem uma audiência potencial aproximada de 180 milhões de pessoas.¹²⁴ Com frequência, internautas de mais de 172 países acessam a Rede Novo Tempo diariamente com média de 22 minutos por dia, onde podem ter à disposição uma grade de 31 programas, com 31 horas de programas inéditos por semana e 10h30 minutos de programa ao vivo. Todos eles relacionados com religião, saúde, educação, bem-estar, família, jornalismo, campanhas sociais e outros temas.¹²⁵

Segundo dados sobre a Novo Tempo, pela pesquisa Ibope MW (2016), o perfil geral de audiência mostra que 76% pertencem às classes C/D/E e 24% pertencem às classes A/B. As mulheres representam 62,47%, do público que influencia direta e indiretamente as decisões na família. A seguir temos os perfis em relação à classe social, ao sexo e à faixa etária.¹²⁶

¹²³ STINA DE PAULA, Ana Bárbara Foffa. “A história da TV Novo Tempo”. Novo Tempo. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/2kNnBIS>>. Acesso em: 01 de Fev. 2017.

¹²⁴ Ibid.

¹²⁵ Ibid.

¹²⁶ STINA DE PAULA, 2009.

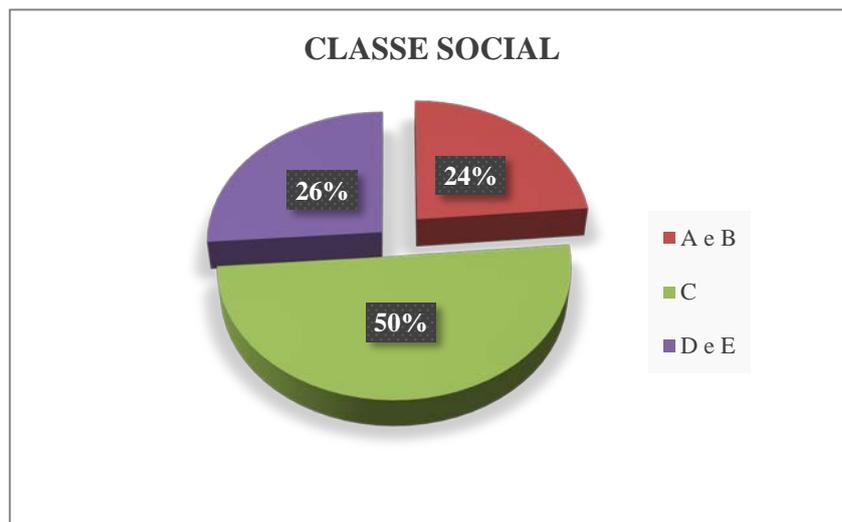


Gráfico 1. Classe social.

Em relação à Classe Social da audiência da Rede Novo Tempo de Comunicação, há um grande número de pessoas das classes sociais A e B interagindo, porém, cerca de 75% da audiência está nas classes sociais C, D e E. Ou seja, pessoas em classes sociais mais baixas que interagem com a Novo Tempo.

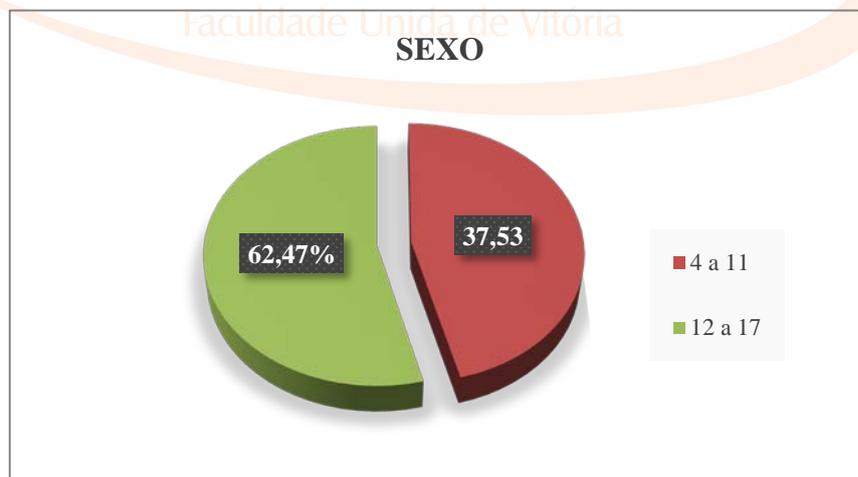


Gráfico 2. Sexo.

Quanto ao sexo, ambos os sexos interagem com a Novo Tempo, porém, as mulheres representam a maioria do público que fazem uso diariamente dos programas. Quase dois terços da audiência é feminina:

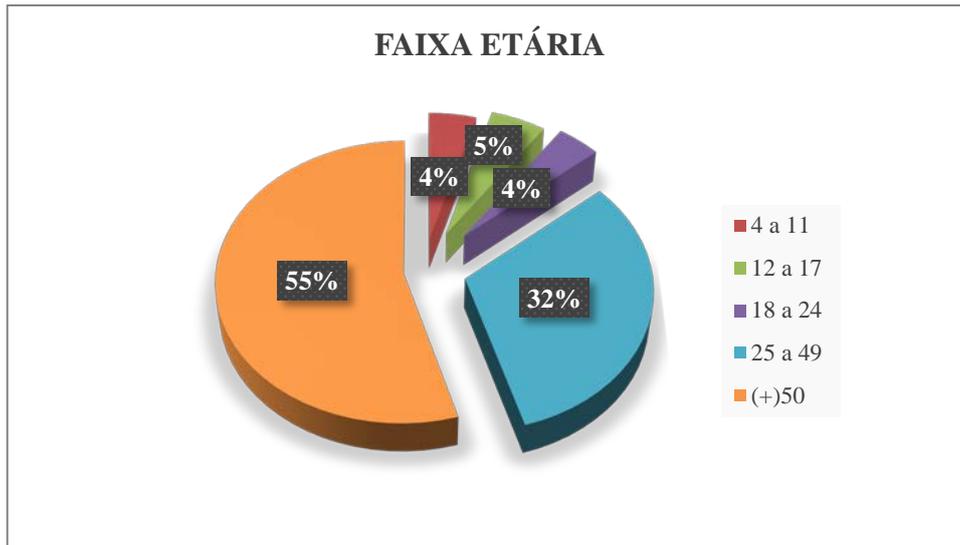


Gráfico 3. Faixa Etária

A pesquisa mostra também uma heterogeneidade na faixa etária, tanto por conta dos horários dos programas, quanto por conta do tipo da programação. Porém, se observa que mais da metade da audiência é de pessoas acima de 50 anos de idade.

No terceiro capítulo apresenta-se a pesquisa que foi realizada com quatro turmas de estudantes da Faculdade Unida, buscando perceber como estes estudantes de diferentes denominações religiosas interagem ou não com os meios de comunicação da Igreja Adventista do Sétimo Dia.

3 PESQUISA COM ALUNOS DA FACULDADE UNIDA DE VITÓRIA

O presente capítulo reflete sobre a pesquisa de campo realizada com estudantes de graduação de teologia do primeiro e terceiro período vespertino e noturno. Objetivou-se verificar como estudantes de teologia de outras denominações religiosas interagem com a Rede Novo da IASD. O método de abordagem adotado foi o qualitativo buscando responder às questões que trabalha com significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, corresponde a espaço profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não são reduzidos à variáveis.¹²⁷ Se bem que, este método, considera a qualidade da amostra das coletas de dados ao invés da quantidade de pessoas entrevistadas, é necessário lembrar que, mesmo assim, demonstra a fidedignidade da pesquisa, por possuir rigor acadêmico.

Assim, aplicou-se um questionário estruturado, com questões abertas. Os questionários se caracterizam por um número mais ou menos elevado de questões por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento, de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas.¹²⁸ No caso específico, sobre a Rede Novo Tempo e como a pessoa pesquisado(a) (estudante de graduação em teologia) se relaciona ou não com estes meios de comunicação.

O questionário composto de 10 questões relacionadas com o conhecimento, vivência e influência da Rede Novo Tempo sobre o entrevistado (que consta no Anexo I) foi distribuído aos alunos e alunas do primeiro e terceiro ano do curso de Teologia (matutino e noturno) da faculdade UNIDA de Vitória. A partir das respostas recebidas dos alunos e das alunas, foram realizadas análises críticas. Os dados coletados na abordagem, via questionários estruturados, foram tabulados em planilhas e tratados para possibilitar um entendimento sobre a influência e relevância da mídia (neste caso, específica o sistema Novo Tempo) na vida ou no parecer das pessoas pesquisadas.

3.1 Público escolhido para pesquisa

Optou-se em fazer a pesquisa com um grupo de universitários que não pertencem à comunidade de Adventistas do Sétimo Dia. O objetivo em questão foi coletar dados que não sofressem nenhuma influência interna do apreço dos fiéis adventistas pela sua própria rede de

¹²⁷ MINAYO, Maria Cecília de Souza. (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2004. p. 24.

¹²⁸ GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 26

rádio e televisão. Assim, foram coletadas opiniões com objetivo de uma maior isenção possível em relação à IADS. Os alunos e as alunas do primeiro e terceiro período da graduação em teologia da Faculdade Unida do anos de 2017 foram entendidos como pessoas que poderiam dar sua resposta baseada exclusivamente no conteúdo dos programas do Sistema Novo Tempo, bem como perceber que influências os programas ouvidos exerciam sobre os mesmos.

Verificou-se que, o grupo de alunos e alunas do curso de Teologia da faculdade Unida de Vitória, era bastante eclético, representando uma grande área geográfica da região da grande Vitória e outros estados do Brasil, sendo assim, ideal para a proposta de pesquisa deste trabalho de dissertação. Das turmas do primeiro período de um total 63 estudantes, no entanto, somente 30 responderam a entrevista (16 estudantes do turno noturno e 14 do turno matutino). Já as turmas do 3º ano de um universo de 51 estudantes, somente 13 devolveram a entrevista respondida (10 do turno noturno e 3 do turno matutino). Portanto, de 103 estudantes, somente 43 responderam à pesquisa, um total de 41, 74%, dando já um quadro de que muitos estudantes não estão ligados ao Sistema Novo Tempo ou não tiveram interesse em responder a pesquisa.

3.2 Perfil das estudantes e dos estudantes entrevistados

Verificou-se que às turmas do primeiro e do terceiro período da graduação em Teologia da Faculdade do 1º Semestre de 2017 apresentam o seguinte perfil. As estudantes e os estudantes do primeiro período que responderam as questões em relação ao sexo apresentam o seguinte perfil: 11 são do sexo feminino e 19 do sexo masculino. Já os entrevistados e entrevistadas do terceiro período 3 estudantes mulheres e 10 estudantes homens responderam as questões.

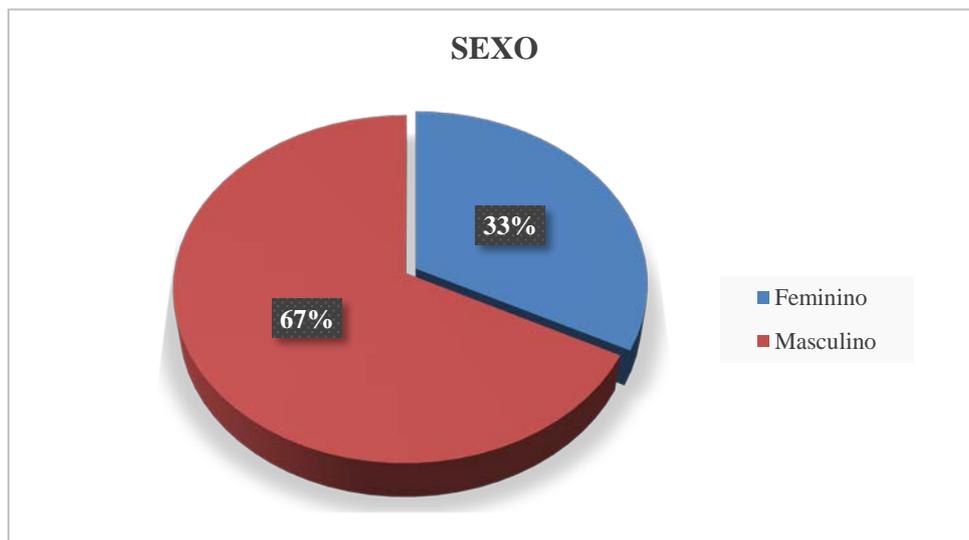


Gráfico 4. Sexo.

A maioria dos estudantes de Teologia na Faculdade Unida entrevistados é do sexo masculino, somando 67% e 33% são do sexo feminino. A maioria dos estudantes que responderam o questionário são do sexo masculino.

Perguntados em relação à cor da pele a maioria se declarou de cor parda. Dos terceiros períodos 7 se declararam brancos e 6 se declararam pardos. As turmas do primeiro se declararam da seguinte forma: 2 brancos, 6 negros, 20 pardos, 1 amarela e 1 não declarou a cor.

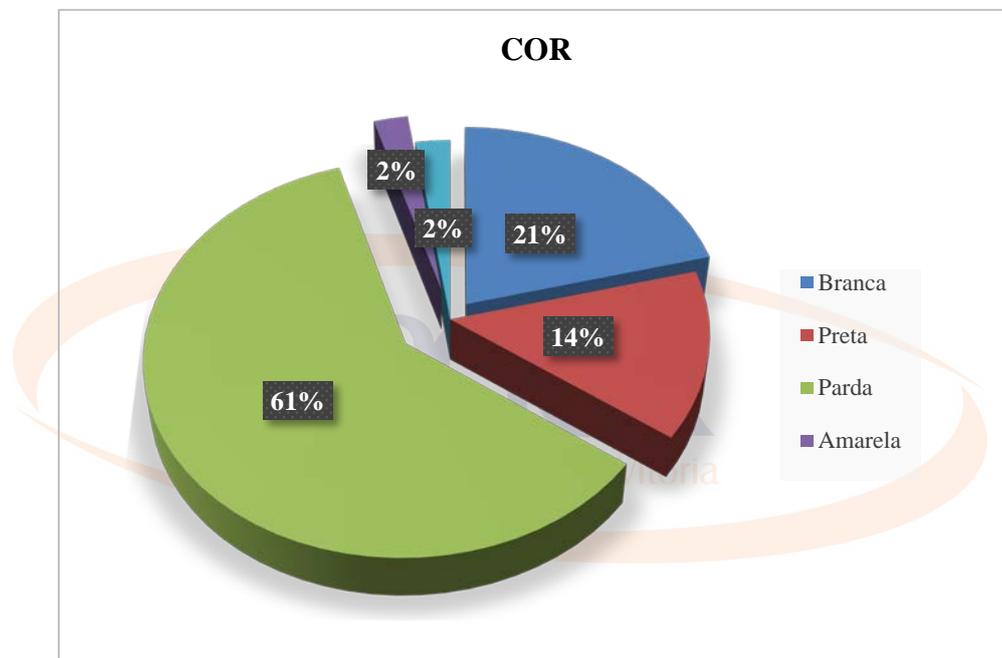


Gráfico 5. Cor.

Dos estudantes entrevistados 61% se dizem pardos, 21% brancos, 14% pretos, 2% amarelos e 2% das pessoas pesquisadas não informaram. Interessante observar que a maioria se declarou de cor parda.

Em relação ao grau de instrução, 19% dos alunos já possuem uma graduação e 14% já realizaram uma pós-graduação (especialização), demonstrando um alto nível de escolaridade:

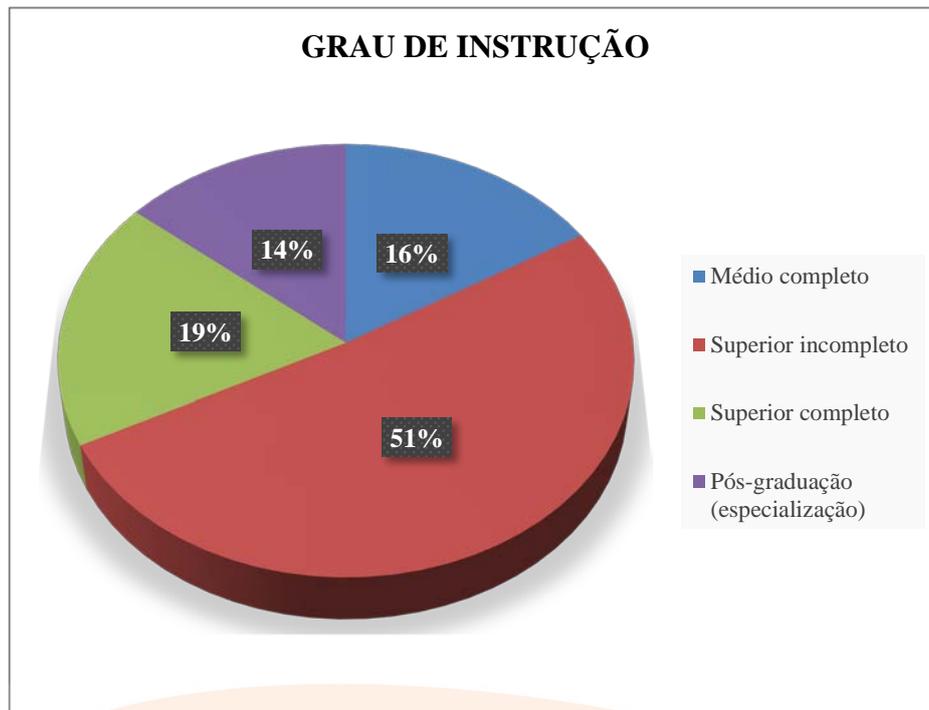


Gráfico 6. Grau de Instrução.

Em relação ao grau de renda se percebe uma grande variação, sendo observado uma grande heterogeneidade do grupo. No entanto, a maioria se encontra na menor faixa de renda:



Gráfico 7. Faixa de renda.

A maioria dos estudantes recebem entre R\$ 1.000,00 (hum mil reais) a R\$ 2.000,00 (dois mil reais), com isto fica claro que a maioria pertence à classe pobre ou classe média baixa.

Quanto ao estado civil, 56% se declararam casados, 31% solteiros, 9% dos entrevistados disseram ser divorciados, 2% disseram viver com o companheiro e 2% declararam-se viúvos:

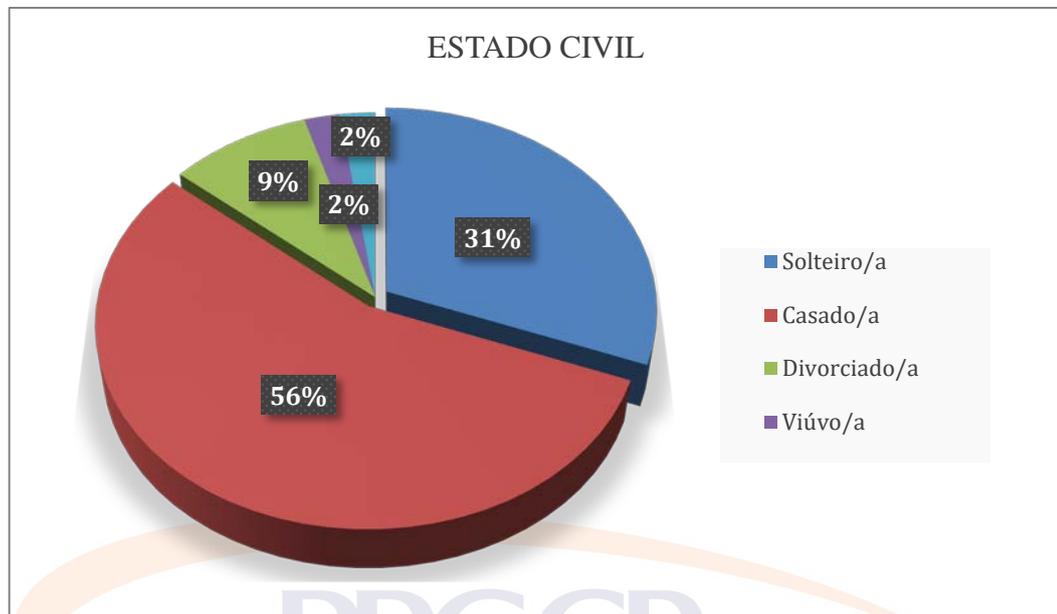


Gráfico 8. Estado civil.

A maioria dos alunos e das alunas são casados (56%) e solteiros (31%).

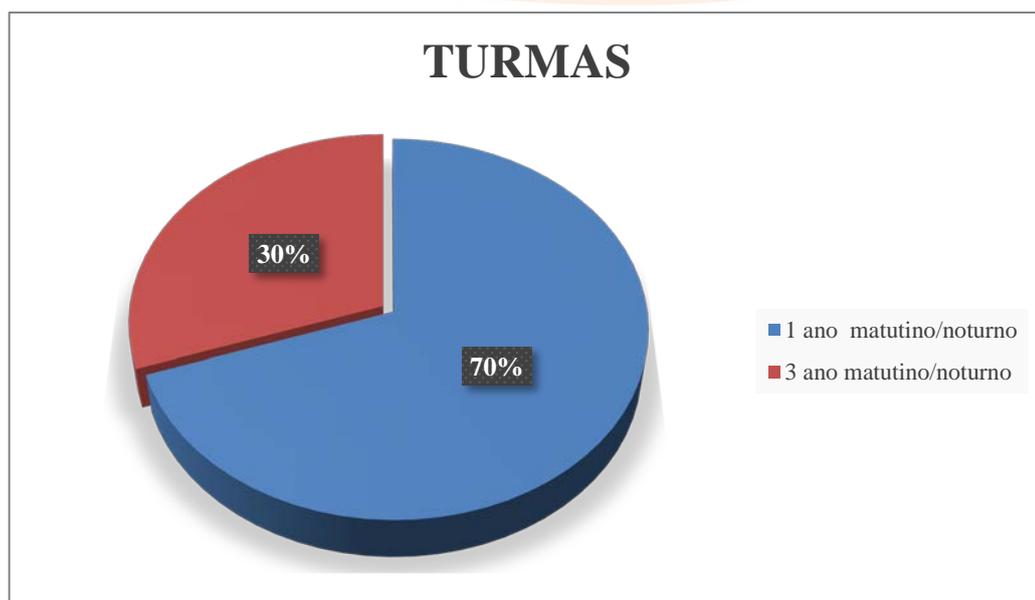


Gráfico 9. Turmas.

Das turmas pesquisadas na faculdade Unida de Vitória, 70% são estudantes do primeiro período (matutino e noturno) e 30% do terceiro período matutino e noturno. Os alunos e as alunas do primeiro período demonstraram maior interesse em responder o questionário.

3.3 Acesso ao Sistema Novo Tempo

Os dados computados dos questionários mostram que mais da metade dos entrevistados (51% do total absoluto) acessa o sistema Novo Tempo por meio do rádio, ou seja, o veículo predominante é a Rádio Novo Tempo. Um grupo, que representa 14%, deixou a resposta em branco. Outro grupo, que representa 9%, disse que acessam as mídias adventistas ou conteúdo adventistas pelos meios de comunicação principalmente pelo rádio e, também, pela internet. Outros 7% disseram que usam rádio e TV, no caso, a TV Novo Tempo. Outros 5% têm acesso apenas por meio da TV. 5% acessam pelo rádio, pela internet e TV. Outros 5% usam outros meios de acesso ao Sistema Novo Tempo de Comunicação. 2% afirmaram que utilizam TV e internet e, 2%, somente via internet:

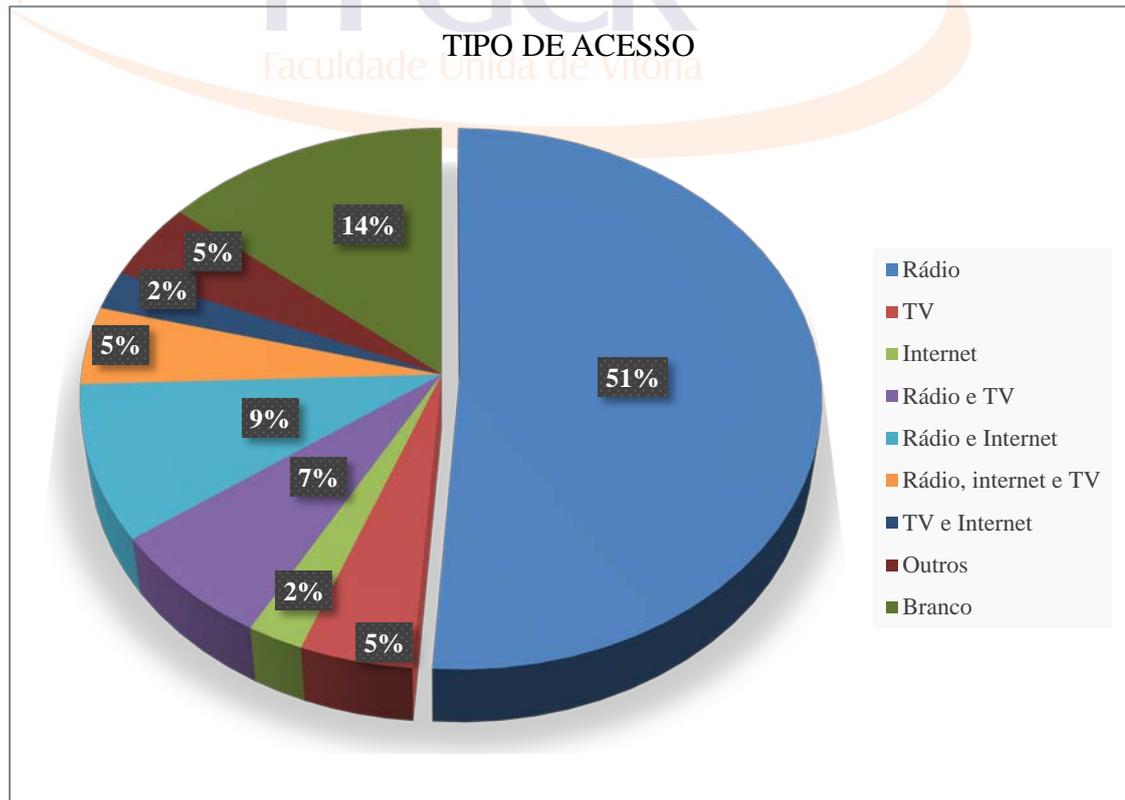


Gráfico 10. Tipo de acesso.

Interessante observar que a maioria dos entrevistados acessa a Radio Novo Tempo, sendo este ainda o meio de comunicação mais usado. Em segundo lugar, ficou a internet e terceiro lugar a TV.

3.4 Programas com maior número de acessos

A pesquisa aponta que, dos programas vinculados na grade da Rede Novo Tempo, os mais assistidos são os de louvor, ou seja, de músicas e musicais, como Caixa de Música entre outros. Há também os mais acessados como o programa A Voz da Profecia, que trata especificamente da igreja, da vida religiosa, da vida espiritual, em formato de sermão e palestra. Existem outros entre os mais acessados como, o programa Na Mira da Verdade, que tratam especificamente de estudos da Bíblia em forma de perguntas e respostas em tempo real.

Segundo Edinho Lima, os programas com maior audiência local e com mais resposta positiva do público capixaba são os da parte da manhã como o programa Bom Dia Novo Tempo (programa local), Pediu Tocou (programa musical local) e A Voz da Profecia (programa da Rede).¹²⁹

3.5 Relevância

Na questão da relevância da rádio e TV Novo Tempo, mais da metade do grupo, 59%, responderam positivamente e, 20%, disseram não assistir ou não conhecê-los suficientemente para poder opinar na pesquisa:

¹²⁹ Entrevista feita com Edinho Lima no dia 18/05/2017 na rádio Novo Tempo, em Vitória, ES, às 15h.

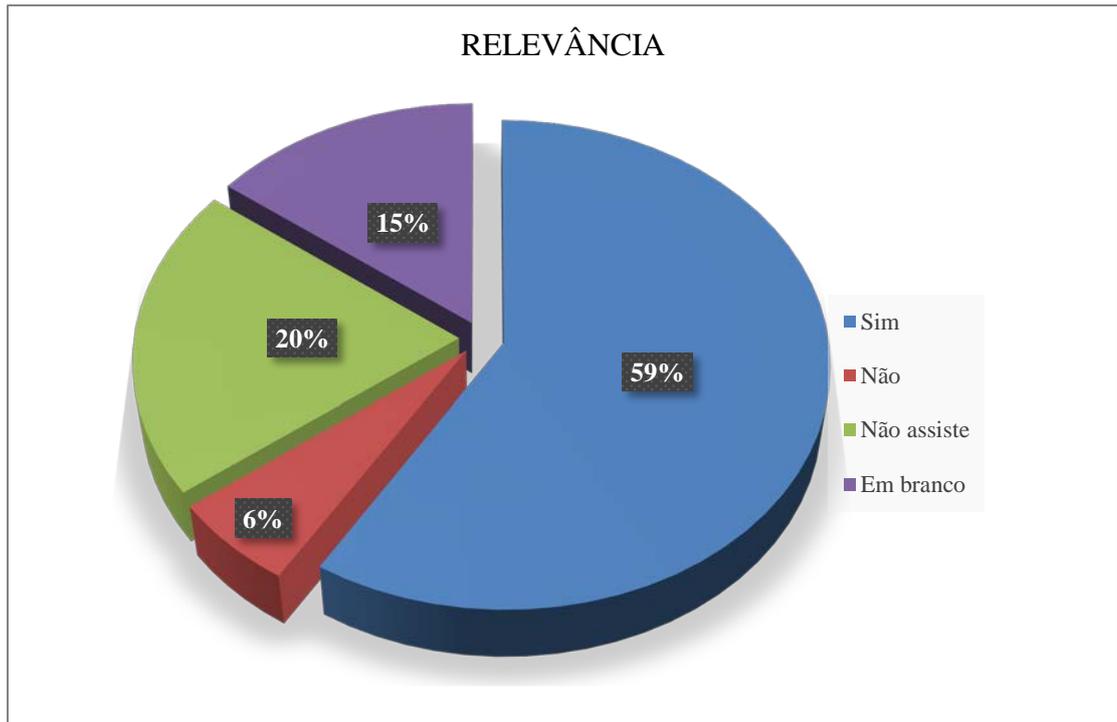


Gráfico 11. Relevância.

Dos entrevistados um número expressivo de 72% afirmou que a Rádio e TV Novo Tempo prestam serviços relevantes à comunidade de maneira geral. Outros 16% disseram não saber ou não assistir. 9% deixaram as respostas em branco. Por fim, apenas 3% disseram que não acham a programação relevante e importante para comunidade.

Por se tratar de uma parte da pergunta aberta, os dados obtiveram como resultado pequenas frases que definem, de acordo com os pesquisados, o porquê da relevância da Rádio e TV Novo Tempo para a comunidade.

R6 – “Sim. Todo veículo de comunicação que transmite palavras de paz ao longo do dia presta serviço à sociedade”.

R12 – “Sim, porque ensina à sociedade o valor da família, da alimentação das pessoas, formando então e contribuindo por uma sociedade mais amorosa, menos alienada em relação a Deus e o ser humano, preservando o valor maior que é a vida”.

R20 – “Sim, porque é uma forma de entrar nos lares com uma palavra que muitas vezes vai de encontro com a necessidade do ouvinte”:



Gráfico 12. Prestação de serviço à comunidade.

3.6 Percepções interessantes colhidas das entrevistas

Ao cruzarmos os dados recolhidos observa-se a grade de programas da preferência de muitos ouvintes da rede Novo Tempo não são apenas os programas religiosos, como, A Voz da Profecia e na Mira da Verdade. Foi notado também uma grande menção dos programas musicais da rede e local, os programas sobre saúde, sobre educação de filhos e relacionados com temas familiares. Estes últimos dados foram bastante surpreendentes levando em conta o pensamento e, as informações institucionais, que os programas religiosos seriam isoladamente de maior preferência. Dados da pesquisa apontaram também do desejo dos ouvintes de ver mais espaço na grade para programas musicais como Caixa de Música, Consultório de Família, programas voltados para ações solidárias e na área de saúde em geral.

Nos diversos materiais utilizados para realização desta pesquisa, nas entrevistas feitas com pessoas ligadas à fundação e, que trabalham com sistema Novo Tempo, foi detectado que a maior parte das religiões estão investindo recursos tanto nos programas de televisão como em programas de rádio. Em contrapartida, percebe-se que, os Adventistas do Sétimo Dia,

mantenedora da rede Novo Tempo focaram mais nos programas de televisão em detrimento da aquisição e fundação de novas rádios no território brasileiro.¹³⁰

Analisando dados da pesquisa já apresentados anteriormente, vimos que, 51% das pessoas entrevistadas na Faculdade Unida de Vitória têm acesso aos programas da rede Novo Tempo exclusivamente pela rádio, outros 21%, fazem uso conjugando da TV e rádio e, outros públicos, via internet e rádio, ou seja, o rádio não pode ser desvalorizada, desprezada é o que afirma pesquisa. Percebe-se que ainda o meio de comunicação mais utilizada do Sistema Novo Tempo é a emissora de Rádio Novo Tempo.



¹³⁰ Entrevista feita com Edinho Lima no dia 18/05/2017 na rádio Novo Tempo, em Vitória, ES, às 15h.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa versou sobre a temática das Ciências da Religião no uso do papel da mídia pela religiosidade contemporânea, especificamente adventista. Foi levado em consideração estudos anteriormente feitos sobre as relações entre religiosidade e a comunicação social de massas. A pesquisa se valeu de material bibliográfico e entrevistas estruturadas como metodologia para avaliação do uso massivo da mídia como instrumento que as instituições religiosas usam para promoção de seus ideários, captação de novos membros e também difusão de mudanças paradigmáticas em seus próprios sistemas religiosos.

Foi observado que a Igreja Adventista do Sétimo Dia tem usado em larga escala e tem também se beneficiado do uso da mídia, tanto por adventistas quanto por simpatizantes da Rede Novo Tempo de Comunicação, que engloba Rádio, Televisão e Internet. A abrangência do uso da mídia adventista alcança principalmente as faixas etárias mais velhas, porém, está influenciando as diversas faixas de renda, escolaridade e sexo.

Foi observado também que no movimento adventista do final do século 18 e início do século 19, onde ainda havia a grande expectativa escatológica da volta de Jesus e, por conta dessa agitação religiosa, os proponentes do adventismo não usaram de sofisticação midiática ou tecnológica à época. Departamentos de comunicação foram estabelecidos apenas depois da fase de agitação. Assim, verificou-se que a Igreja Adventista do Sétimo Dia à época estava atrasada no que diz respeito ao uso das ciências de comunicação de massa.

Porém, se observa também que, o “tempo perdido” no início da instituição, está sendo compensado pela Rede Novo Tempo de Comunicação. Há um grande número de pessoas engajadas na audiência dos programas de rádio, TV e internet. De certa maneira, o público vem respondendo aos anseios adventistas de exposição de sua mensagem.

Um fato importante e que foi verificado na pesquisa feita com universitários da Faculdade Unida de Vitória é que um número relevante deles tem acesso aos programas da rede Novo Tempo por meio do rádio. Isso é um alerta para que não se valorize um veículo de mídia em detrimento de outro. Segundo o fundador da rádio Novo Tempo, pastor Alcy Tarcísio de Almeida, a TV Novo Tempo tem crescido e recebido muitos investimentos, mas, por outro lado, os investimentos em rádios estagnaram há muito tempo.

O objetivo principal deste trabalho, que era analisar a relação entre as mídias atuais e a religiosidade brasileira contemporânea, principalmente seu reflexo na Igreja Adventista do Sétimo Dia, foi atingido por meio das pesquisas de referencial bibliográfico e das entrevistas estruturadas, que estão anexas ao final desta dissertação. Os objetivos secundários de levantar

dados que tracem o mesmo paralelo de maneira específica sobre a Igreja Adventista do Sétimo Dia também foram alcançados por meio do levantamento de dados da administração da Rede Novo Tempo, bem como, de alguns pioneiros dos departamentos.

No primeiro Capítulo houve uma breve descrição da história da Igreja Adventista do Sétimo Dia, a sua chegada no Brasil, o uso de publicações como o primeiro meio de comunicação. O sucesso das pessoas missionárias que entregavam estes folhetos de casa em casa. Apontou-se, então, para a relação das religiões com as mídias e através, especialmente do autor Debord apontado para a sociedade do espetáculo. Na sociedade do espetáculos as mídias desempenham um papel fundamental. As igrejas tem feito uso dos diferentes meios de comunicação para levar a sua mensagem até o público.

Assim, chegou-se ao segundo capítulo onde se refletiu sobre as mídias, a religião e o adventismo. Aprofundou-se o tema das diferentes mídias como o Rádio, a Televisão e a Internet, situando-as como alguns meios que determinam sistemas de comunicação que envolvem a sociedade. Foi observado como as mídias influenciam o comportamento social e, especialmente, o religioso. Este capítulo também apontou para o início da Rádio Novo Tempo, Televisão Novo Tempo e a construção do Sistema de Comunicação Novo Tempo da Igreja Adventista.

No terceiro Capítulo foi apresentado um levantamento de dados de uma pesquisa com alunos do primeiro e terceiros períodos de teologia da Faculdade Unida de Vitória. Esta pesquisa teve a finalidade de verificar a abrangência de influência das mídias utilizadas pela Novo Tempo, bem como, obter o parecer de relevância ou não de seus programas na vida cotidiana das pessoas que assistem, tanto pela rádio e televisão. Concluiu-se com a pesquisa o meio de comunicação mais acessado pelos estudantes ainda é a Rádio Novo Tempo, apontando que para a importância do mesmo, apesar do avanço da internet.

Para o autor deste trabalho de conclusão de mestrado fica aberta uma pergunta interessante: “será então relevante comunicar essas conclusões à instituição religiosa mantenedora do sistema Novo Tempo de rádio e televisão?” Como pesquisador ligado a esta instituição seria prudente apresentar às autoridades competentes os resultados apurados nesta pesquisa de mestrado.

Se bem que, esta pesquisa, não seja de análise puramente exaustiva, ela alcança os objetivos e demonstra a importância das mídias no uso pela religião. Os Adventistas do Sétimo Dia utilizam-nas com muita frequência, tanto para pregarem o evangelho, quanto para se promoverem e captar novos membros. Agora também, poderá conhecer um pouco mais de

como seu público tem seus acessos à rede diariamente, bem como, suas preferências na grade de programas diários, seja pelo rádio ou também pela televisão.

Finaliza-se dizendo que, apesar de não haver literatura denominacional que trate especificamente da relação da Igreja Adventista do Sétimo Dia com as mídias, novas pesquisas podem ser feitas no sentido de aprofundar essas relações. Por enquanto, se sabe que, a Igreja Adventista do Sétimo Dia, possui certo sucesso na divulgação de suas ideias por meio das mídias sociais. Resta saber como irá lidar com a mudança de paradigmas provenientes dessas interações sociais. Ficou também claro, através da pesquisa, que a emissora de rádio é ainda o meio de comunicação mais acessado, mostrando a sua relevância mesmo em tempos de internet.



APÊNDICE A

Pesquisa com alunos do 1º ano sobre a Rádio e TV Novo Tempo, mantida pela Igreja Adventista. “Acesso as mídias: Rádio Novo Tempo, TV Novo Tempo e internet”.

Perfil do(a) entrevistado(a)

2 - Sexo:

Sexo	
Feminino	11
Masculino	19
Outro	0
	30

4 - Sua cor é:

Cor	
Branca	2
Preta	6
Parda	20
Amarela	1
Indígena	0
Não declara	1
	30

5 - Seu estado civil é:

Estado Civil	
Solteiro/a	9
Casado/a	17
Divorciado/a	3
Viúvo/a	1
Vive com companheiro/a	0
Outro	
	30

6 - Seu grau de instrução é:

Grau de Instrução	
Analfabeto	0
Fundamental incompleto	0
Fundamental completo	0
Médio incompleto	0
Médio completo	6
Superior incompleto	13
Superior completo	6
Pós-graduação (especialização)	5
Pós-graduação stricto sensu	0
	30

7 - Sua faixa de renda é:

Sua faixa de renda é:	
Menos de 01 salário mínimo	5
Entre R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00	7
Entre R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	5
Entre R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00	5
Entre R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00	2
Acima de R\$ 10.000,00	2
Não possuo renda individual	4
	30

Respostas 1, 3, 8, 9:

(1 – Idade/ 3 – Naturalidade / 8 – Profissão / 9 – Comunidade Religiosa onde participa).

R6: 41/Jacobina-BA/Advogada/Batista Bento Ferreira

R7: 39/Linhares/Portuário/Cristão protestante

R8: 35/Governador Valadares-MG/Estudante/Assembleia de Deus

R11: 28/Vitória/Em branco/Igreja Evangélica Batista

R12: 50/Vila Velha/Policial Militar/Assembleia de Deus Jesus na Ilha

R13: 39/Vitória/Empresário/Assembleia de Deus

R14: 46/Vitória/Policial Militar/Evangelho Quadrangular

- R15: 40/Resplendor/BA/Autônomo/Nenhuma
 R16: Em branco/Volta Redonda-RJ/Advogado/Assembleia de Deus
 R18: 35/Vitória/Encarregado de obra/Assembleia de Deus Templo de Renovação
 R19: 23/Eunápolis-BA/Controlador de estacionamento/Batista
 R20: 47/Itapemirim/Professora/Assembleia de Deus
 R21: 49/Brasília-DF/Advogado/Assembleia de Deus
 R23: 28/Vitória/Funcionário Público/Cristão-Protestante-Batista
 R24: 23/Vitória/Vendedor/Assembleia de Deus
 R25: 24/Vitória/Educadora Física/Presbiteriana
 R26: 44/Vitória/Técnica de segurança do trabalho/Cristã
 R27: 43/Malacacheta-MG/Porteiro/Evangélico
 R28: 18/Pedro Leopoldo-MG/Encarregado de produção/Batista
 R29: 48/Ipatinga-MG/Não tenho/1ª Igreja Batista de Jardim Camburi
 R34: 30/Resplendor-MG/Advogado/Assembleia de Deus
 R35: 28/Osasco-SP/TI-Pastor/Assembleia de Deus
 R36: 45/Vitória-ES/Contadora/Missão Praia da Costa
 R37: 37/Belo Horizonte-MG/Esteticista/Luterana Livre
 R38: 17/Pancas-ES/ - / Assembleia de Deus Vitória
 R39: 34/Vitória-ES/ - / Assembleia de Deus
 R40: 27/Belo Horizonte-MG/Cuidadora/Batista Shamá
 R41: 19/Vitória-ES/Vendedor/Assembleia de Deus
 R42: 46/Rio de Janeiro/Militar/ADNY
 R43: 33/São Gabriel da Palha/Bombeiro Hidráulico/Assembleia de Deus
 R44: 28/Vitória-ES/Motorista/Assembleia de Deus.

10 - Turma Faculdade Unida

Turma Faculdade Unida	
1 ano noturno	16
1 ano matutino	14

Pesquisa (Respostas) - Rádio de TV Novo Tempo, mantida pela Igreja Adventista:

a) *Como se dá o acesso?*

Rádio	14
TV	1
Internet	1
Rádio e TV	3
Rádio e Internet	3
Rádio, internet e TV	1
TV e Internet	1
Outros	1
Branco	5
	30

b) *Que Programas que você gosta de ouvir e de assistir?*

R6: Gosto de ouvir as músicas, mas não me atento ao nome do programa.

R7: Informativo.

R8: Filmes

R11: Não tenho contato.

R12: Na Mira da Verdade e arqueologia

R13: Na Mira da Verdade.

R14: Todos

R15: Não conheço.

R16: Novo Tempo

R18: Em branco.

R19: Caixa de música

R20: Voz da Profecia

R21: Não lembro

R23: A Bíblia responde e os louvores

R24: Caixa de Música e Sem Tabus

R25: Quando ouço, geralmente são as músicas e algumas pregações. Gosto de tudo para saber o que falar.

R26: Em branco

R27: Voz da Profecia

R28: Bíblico

R29: Nunca assisti nenhum programa da referida TV e Rádio

R34: Não lembro

R35: Louvores

R36: Ouço no carro, não tenho um horário definido. Não ouço um programa específico, porém, sempre que escuto gosto da mensagem passada.

R37: Filmes

R38: Não conheço e não ouço a rádio Novo Tempo

R39: Evidências, Na Mira da Verdade

R40: Em branco

R41: Evidências

R42: Não assisto a emissora

R43: Novo Tempo

R44: Eu gosto de ouvir a rádio Novo Tempo

c) *Quais programas da TV e da Rádio são mais atrativos?*

R6: (Branco)

R7: Na Mira da Verdade.

R8: H2 (História da Chanel)

R9: Na Mira da Verdade

R11: Em branco

R12: Louvor e adoração, lição com o professor Leandro Quadros, devocionais Pr. Bullón, minuto com Deus

R13: Em branco

R14: Reportagens e programas com linha evangélica

R15: Não conheço

R16: Novo Tempo

R18: Em branco

R19: Tempo de refletir

R20: Em branco

R21: Não tem

R23: Estudo bíblico e louvores

R24: Caixa de Música e Sem Tabus

- R25: Em branco
- R26: Em branco
- R27: Voz da Profecia
- R28: Que atenda a comunidade, ou seja, serviço social
- R29: Em branco
- R34: Não lembro
- R35: Geralmente ligo a rádio quando estou dirigindo e ouço o que está passando.
- R36: Em branco
- R37: CBN
- R38: Não conheço e não ouço a rádio Novo Tempo
- R39: Evidências, Na Mira da Verdade
- R40: Em branco
- R41: Não tenho
- R42: Não assisto a emissora
- R43: Globo, SBT
- R44: Programas evangélicos

d) Você considera relevantes os programas da Rádio e TV Novo Tempo?

- R6: Sim, principalmente quando aliados aos noticiários locais.
- R7: Sim
- R8: Sim
- R11: Em branco.
- R12: Sim
- R13: Sim
- R14: Sim
- R15: Não conheço.
- R16: Sim, claro, com certeza e óbvio que sim.
- R18: Em branco.
- R19: É um canal que traz bons aprendizados.
- R20: Sim
- R21: Não!
- R23: Muito relevante, de suma importância.
- R24: Sim
- R25: Sim, só necessário cuidado com o que coloca

R26: Sim, toda forma de evangelizar é válida.

R27: Sim

R28: Sim. A música é cultura

R29: Não conheço sua programação

R34: Não lembro

R35: Sim

R36: Sim

R37: Sim

R38: Não conheço e não ouço a rádio Novo Tempo

R39: Sim, são programas muito importantes

R40: Em branco

R41: Não conheço

R42: Não assisto a emissora

R43: Bom

R44: Sim

e) *A rádio Novo Tempo e TV Novo Tempo em sua opinião, prestam serviços importantes para a comunidade. Sim ou não? Por quê?*

R6: Sim. Todo veículo de comunicação que transmite palavras de paz ao longo do dia presta serviço à sociedade.

R7: Sim, por trazer ensinamentos divinos.

R8: Sim, porque é educativo para toda família.

R11: Em branco.

R12: Sim, porque ensina a sociedade o valor da família, da alimentação das pessoas, formando então e contribuindo por uma sociedade mais amorosa, menos alienada em relação a Deus e o ser humano, preservando o valor maior que é a vida.

R13: Sim

R14: Sim, todos os programas que buscam ajudar ao próximo sempre são muito bem-vindo.

R15: Sim, propagam a palavra de Deus.

R16: Sim, porque divulga a palavra de Deus.

R18: Sim, porque ajuda na família, na pessoa e na igreja

R19: Em branco

R20: Sim, porque é uma forma de entrar nos lares com uma palavra que muitas vezes vai de encontro com a necessidade do ouvinte.

R21: Não, somente na comunidade dele.

R23: Sim, porque ajuda àqueles que vivem à sombra da morte e com o evangelho propagado por essa emissora, as pessoas veem a (verdade) raiar.

R24: Sim, pois não se atem apenas a religião, pois... de saúde, política e coisas que servem a sociedade como um todo.

R25: Sim, porque muitas pessoas crescem ouvindo algumas pregações e é o momento pra ouvir músicas que nos levam a adorar a Deus. Só precisa cuidado para ser bem bíblico.

R26: Sim, prega a palavra de Deus.

R27: Sim

R28: Sim. Foi o que confirmei lá atrás e que eu chamo de relevante.

R29: Não conheço sua atuação.

R34: Sim, porque leva informação e entretenimento às comunidades evangélicas.

R35: Sim, informação, crescimento espiritual.

R36: Sim. Divulgar a palavra do Senhor, aconselham, mostram o caminho de acordo com a vontade de Deus.

R37: Acredito que sim

R38: Não conheço e não ouço a rádio Novo Tempo

R39: Sim, porque de alguma maneira tem levado fé e esperança para muitos

R40: Em branco

R41: Não sei

R42: Não assisto a emissora

R43: Sim

R44: Sim, porque é uma fonte de conhecimento que transmite a palavra.

APÊNDICE B

Pesquisa com alunos do 3º ano sobre a Rádio e TV Novo Tempo, mantida pela Igreja Adventista. “Acesso as mídias: Rádio Novo Tempo, TV Novo Tempo e internet”.

Perfil do(a) entrevistado(a)

2 - Sexo:

Sexo	
Feminino	3
Masculino	10
Outro	0
	13

4 - Sua cor é:

Cor	
Branca	7
Preta	0
Parda	6
Amarela	0
Indígena	0
Não declara	0
	13

5 - Seu estado civil é:

Estado Civil	
Solteiro/a	4
Casado/a	7
Divorciado/a	1
Viúvo/a	0
Vive com companheiro/a	1
Outro	0
	13

6 - Seu grau de instrução é:

Grau de Instrução	
Analfabeto	0
Fundamental incompleto	0
Fundamental completo	0
Médio incompleto	0
Médio completo	1
Superior incompleto	9
Superior completo	2
Pós-graduação (especialização)	1
Pós-graduação stricto sensu	0
	13

7 - Sua faixa de renda é:

Sua faixa de renda é:	
Menos de 01 salário mínimo	2
Entre R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00	4
Entre R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	0
Entre R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00	4
Entre R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00	0
Acima de R\$ 10.000,00	2
Não possuo renda individual	1
	13

Respostas 1, 3, 8, 9:

(1 – Idade/ 3 Naturalidade (cidade) / 8 Qual sua profissão / 9 Comunidade Religiosa onde participa)

R1: 27/Vitória/ Autônomo /A.D. São Francisco

R2: 18/Vitória/Estudante/Assembleia de Deus

R3: 33/Nazaré-BA/Polidor de metais/Igreja Batista

R4: 47/Ecoporanga/Comerciante/Nenhuma

R5: 35/Vitória/Fotógrafa/Igreja Ministério de Jesus IMJC

R9: 31/Vitória/Tecnólogo comércio exterior/Assembleia de Deus

R10: 37/Vitória/ Conferente/IEV. Missão Boas Novas

R17: 33/Itabira-MG/Analista de comunicação/Paróquia Nossa Senhora do Rosário de Fátima

R22: 19/São José do Rio Preto-SP/Técnico em informática/Primeira Igreja Presbiteriana do Brasil de Vila Velha

R30: 25/Vila Velha/Assistente financeira/Assembleia de Deus

R31: 37/Nanuque-MG/Eletrotécnico/Fé e Vida

R32: 46/Vitória/Técnico de Segurança/Assembleia-Porto de Santa

R33: 53/Nova Friburgo-RJ/Artesã/IMW

10 - Turma Faculdade Unida

Turma Faculdade Unida	
3 ano noturno	10
3 ano matutino	3

Pesquisa (respostas) - Rádio de TV Novo Tempo, mantida pela Igreja Adventista:

a) *Como se dá o acesso?*

Rádio	8
TV	1
Internet	0
Rádio e TV	0
Rádio e Internet	1
TV e Internet	0
Rádio, internet e TV	1
Outros	1
Branco	1
	13

b) *Que Programas que você gosta de ouvir e de assistir?*

R1: Não tem específico.

R2: Reportagem e Documentários.

R3: Jornalísticos

- R4: Todos
 R5: CBN
 R9: Recordações
 R10: Em branco.
 R17: Em branco.
 R22: Não ouço e nem assisto nenhum programa.
 R30: Aleatório, não acompanho
 R31: Do Sábado
 R32: Jornal, bom filme
 R33: Ivan Saraiva

c) Quais programas da TV e da Rádio são mais atrativos?

- R1: Na rádio, não me lembro o nome
 R2: Não assisto
 R3: jornalísticos
 R4: Louvores
 R5: De rádio CBN, de TV assisto mais séries da TV paga.
 R9: Na Mira da Verdade.
 R10: Em branco
 R17: Em branco.
 R22: Não conheço nenhum
 R30: Não acompanho
 R31: Estudo bíblico
 R32: Informativo, interativo
 R33: Ivan Saraiva

d) Você considera relevantes os programas da Rádio e TV Novo Tempo?

- R1: Sim
 R2: Não assisto.
 R3: Considero relevante
 R4: Sim
 R5: Quando ouço, sim.
 R9: Sim
 R10: Em branco.

R17: Em branco.

R22: Não posso discorrer sobre o assunto porque não ouço, mas se prega p evangelho de Cristo traz a valorização da vida, então, deve ser relevante.

R30: Sim

R31: Sim

R32: Não

R33: Sim, os programas de nutrição são muito bons.

e) A rádio Novo Tempo e TV Novo Tempo em sua opinião, prestam serviços importantes para a comunidade. Sim ou não? Por quê?

R1: Sim. Porque ajudam pessoas.

R2: Não sei, pois não assisto.

R3: Sim, pois é uma forma de entretenimento.

R4: Sim, a partir do momento que não falamos ou comunicamos algo negativo ou algo dessa natureza está prestando serviço importante, ou seja, falar de amor ainda de Jesus Cristo e tudo.

R5: Não ouço muito.

R9: Sim. Levam o evangelho de maneira eficaz.

R10: Não sei, não acompanho.

R17: Em branco.

R22: Não sei, porque não conheço muito seu trabalho, mas se prega o evangelho de Cristo com o intuito de preservar e mudar vidas, então, deve ser que preste serviços importantes, mas só se fizer diferença na vida das pessoas.

R30: Sim, por transmitir a mensagem de Cristo.

R31: Sim, os ensinamentos, os louvores, mensagens para a família.

R32: Sim e de fundamental importância.

R33: Sim, quando prestam serviços à comunidade, como doação de sangue entre outros.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Verônica. “Maioria dos jovens fica 5h por dia na internet”. *Jornal A Tribuna*, Vitória, 27 jan. 2017. Cidades, Caderno 3, p. 35
- ALVES, Julia Falivene. *A invasão cultural norte-americana*. São Paulo: Moderna, 1993.
- APARICI, Roberto. (Org.). *Conectados no ciberespaço*. São Paulo: Paulinas, 2012
- ARMSTRONG, A.; CASEMENT, C. *A criança e a máquina*. Porto Alegre: Artmed, 2001
- ASSIS, Francisco de. “A religião na mídia (e vice-versa)”. *Comunicação e sociedade*, v. 29. n. 39, p. 201-205, 2008 Resenha do livro MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; ENDO, Ana Claudia Braun. (orgs.). *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://bit.ly/2lk9s1j>>. Acesso em: 03 de Jan. 2017. [Recensão].
- BASSO, Nadia Garcia. *Simulacro no Reino de Deus: o uso da mídia televisiva no espaço religioso da Igreja Universal do Reino de Deus como reflexo da condição pós-moderna*. Mestrado em Ciências da Religião. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2011. Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/1804>. Acesso em: 20 mar 2017.
- BAUMAN, Zygmund. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- BLÁZQUEZ, Niceto. *Ética e meios de comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1999.
- BORGES, Michelson. *A chegada do adventismo no Brasil*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2000.
- CALABRE, Lia. *A era do rádio*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 2002.
- CASHMORE, Ellis. *...e a televisão se faz*. São Paulo: Summus, 1998.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003a.
- CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: MORAES, Dénis de. (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003b.
- CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Orgs.). *A sociedade em rede: do conhecimento à acção política*. Brasília: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2005.
- CIVITA, Victor *Pequena história das invenções*. São Paulo: Abril, 1974.
- COLPORTOR. *Significado de colportor*. Disponível em: <http://www.dicionarioinformal.com.br/colportor/> Acesso em: 20 mar. 2017.

COLPORTAGEM EUCREIO. Disponível em: <http://www.adventistas.org/pt/publicacoes/projeto/colportagemucreiro-2/>. Acesso em 20 mar. 2017.

COOPER, Emma Howell. *The great advent movement*. Takoma Park: Review And Herald Association, 1935.

CUNHA, Magali do Nascimento. *Explosão gospel*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

DALLA, Leandro. *Televisão, cinema e cristianismo*. Joinville: Clube de Autores, 2008.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. São Paulo: Contraponto, 1997.

DE SANTI, A.; BRUM, Mauricio Marques. “Um novo sermão no ar”. Dossiê Superinteressante - Brasil evangélico: o guia definitivo da religião que mais cresce no país. 1. ed. v. 1. p. 43-44, São Paulo: Abril, novembro de 2016

DICK, Everett. *Fundadores da mensagem*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 1995.

DIVISÃO SUL-AMERICANA. *Nossa herança: história da igreja adventista do sétimo dia*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2013.

ENDO, Ana Claudia Braun. Vivendo na sociedade do espetáculo. In: MELO, José Marques; GOBBI, Maria Cristina; ENDO, Ana Claudia Braun (Orgs.). *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2007.

FONSECA, Alexandre Brasil. *Evangélicos e mídia no Brasil*. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2003.

GASPARETTO, Paulo Roque. *Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento*. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova. Tese Doutorado em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos: São Leopoldo, 2009. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/2529/PauloGasparettoComunicacao.pdf?sequence=1>. Acesso em 20 mai 2017.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, Ana Maria Suman. *As ondas do evangelho: introdução à história do rádio evangélico no Brasil*. Dissertação Mestrado em Teologia. Rio de Janeiro: Seminário Teológico Batista do Sul do Brasil, 2003. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/321021165/As-Ondas-Do-Evangelho-Introducao-a-Historia-Do-Radio-Evangelico-No-Brasil>. Acesso em: 20 mar 2017.

HOBBSAWM, Eric J. *A Era das revoluções: 1789 – 1848*. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

IBGE. “Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD, População)”. Disponível em: <<http://bit.ly/1IJLsUO>>. Acesso em: 01 de Jan. 2017.

IGREJA AVENTIS DO SÉTIMO DIA. “Entenda a rede novo tempo de comunicação”. *Novo Tempo*. Disponível em: <<http://bit.ly/2lmEshe>>. Acesso em: 01 de Fev. 2017.

IGREJA ADVENTISTA DO SÉTIMO DIA. “Entenda a rede novo tempo de comunicação”. *Novo Tempo*. Disponível em: <<http://bit.ly/2lmEshe>>. Acesso em: 01 de Fev. 2017.

HISTÓRIA DA RÁDIO. Disponível em: <http://novotempo.com/radio/radio-novo-tempo/historia>. Acesso em: 14 mai 2017.

KNIGHT, George R. *Adventismos: origem e impacto no movimento milenarista*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2015.

KNIGHT, George R. *Uma igreja mundial: breve história dos adventistas do sétimo dia*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2000.

KNIGHT, George R. *A mensagem de 1888*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2003.

KNIGHT, George R. *Em busca da identidade*. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2005.

LIMA, Cyntia R. J., REFKALEFSKY, Eduardo. Posicionamento e marketing religioso iuridiano: uma liturgia semi-importada da umbanda. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina, ENDO, Ana Claudia Braun. *Mídia e religião: na sociedade do espetáculo*. São Paulo: Universidade Metodista. 2007.

LIBANIO, João Batista. *Religião no início do milênio*. São Paulo: Loyola, 2002.

LÜDTKE, Mizael. *Origem e desenvolvimento da Igreja Adventista no estado do Espírito Santo*. São Paulo: Instituto Adventista de Ensino, 1989.

MARCONDE FILHO, Ciro. *Televisão a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988.

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; ENDO, Ana Claudia Braun. (orgs.). *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2007

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Mídia, religião e a sociedade*. São Paulo: Paulus, 2016.

MCLEISH, Robert. *Produções de rádio: um guia abrangente de produções radiofônicas*. São Paulo: Summus, 2007.

MCLUHAN, Herbert Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964

MAXWELL, Mervyn C. *História do Adventismo*. Santo André: Casa Publicadora Brasileira, 1982.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

NASCIMENTO, Amanda. “Uma viagem ao túnel do tempo com os 70 anos de A voz da Profecia”. *Super Gospel*. 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/2lapqg8>>. Acesso em: 25 de Jan. 2017.

OLIVEIRA, Raimundo de. *Seitas e heresias*. Rio de Janeiro: CPAD, 2002.

OLIVEIRA, Isaí Segóvia. Documentação da Memória do Adventismo na América do Sul no Brasil no Estado do Espírito Santo e em sua capital Vitória. Vitória: Sete, 2011.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio*. São Paulo: Summus, 1985.

PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. Mídia sacralizada e religião secularizada: a aliança entre a religião e a mídia, *Koinonia*, ano 4, n. 15. Abr. 2009a. Disponível em: http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod_artigo=302&cod_boletim=16&tipo=Artigo. Acesso em 20 abr. 2017.

PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. “Um show destinado às massas: uma reflexão sobre o entretenimento religioso na esfera midiática”. *Tomo – Revista do Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais da Universidade Federal do Sergipe*, n. 14. Jan./Jun. 2009b, p. 181-202. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/tomo/article/viewFile/503/419>. Acesso 20 de mar 2017.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. *A vida com a TV*. São Paulo: Senac, 2002.

PINTO, Ênio Brito. Espiritualidade e Religiosidade: Articulações. *REVER: Revista de Estudos da Religião*, ano 09, p. 68-83, dez. 2009. Disponível em: <http://www.pucsp.br/rever/rv4_2009/t_brito.htm>. Acesso em: 13 de set. 2011.

PRATA, Nair (Org.). *O rádio entre as montanhas: histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira*. Belo Horizonte: Fundac, 2010.

SBARDELOTTO, M. “Para existirem hoje, as religiões devem existir na mídia”. *Entrevista especial com Stewart Hoover*. Disponível em: <<http://bit.ly/2m3NVdh>>. Acesso em: 19 de Out. 2016.

SEPAC. Pastoral da Comunicação. *Rádio, a arte de falar e ouvir*. São Paulo: Paulinas, 2012.

STINA DE PAULA, Ana Bárbara Foffa. “A história da TV Novo Tempo”. Novo Tempo. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/2kNnBIS>>. Acesso em: 01 de Fev. 2017.

TURNER, Steve. *Engolidos pela cultura pop: arte, mídia e consumo: uma abordagem cristã*. Belo Horizonte: Ultimato, 2014.

RIBEIRO, Ângelo Augusto. *YouTube, a nova TV corporativa*. Santa Catarina: Combook, 2013.

SAMPAIO, Mário Ferraz. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo*. Rio de Janeiro. Achiamé, 1984.

SANDRONI, Paulo (Org.). *Novíssimo dicionário de economia*. São Paulo: Best Seller, 1999.

DE SANTI, A.; BRUM, Mauricio Marques. “Um novo sermão no ar”. Dossiê Superinteressante - Brasil evangélico: o guia definitivo da religião que mais cresce no país. 1. ed. v. 1. p. 43-44, São Paulo: Abril, novembro de 2016.

SBARDELOTTO, Moisés. “Para existirem hoje, as religiões devem existir na mídia”. Entrevista especial com Stewart Hoover. *Revista do Instituto Humanitas Unisinos*. Edição 383, 05 dezembro de 2011. Disponível em: http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4255&secao=383. Acesso em: 19 de Out. 2016.

SCHUNEMANN, Haller Elinar Stach. A inserção do Adventismo no Brasil através da comunidade alemã. *Revista de Estudos da Religião REVER*. n. 1, p. 27-40, 2003. Disponível em: http://www.pucsp.br/rever/rv1_2003/p_schune.pdf. Acesso em: 20 mar. 2017.

SCHWARZ, Richard W.; GREENLEAF, Floyd. *Portadores de Luz: história da igreja adventista do sétimo dia*. Engenheiro Coelho: Unaspres, 2009.

SILVA, C. G.; MELO, L. C. P. (Coords.). *Ciência, tecnologia e inovação: desafio para a sociedade brasileira – livro verde*. Brasília: MCT/Academia Brasileira de Ciências, 2001.

STINA DE PAULA, Ana Bárbara Foffa.. “A história da TV Novo Tempo”. Novo Tempo. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/2kNnBIS>>. Acesso em: 01 de Fev. 2017.

TIMM, Albert R. *História da Igreja Adventista do Sétimo Dia*. 4. ed. revista e atualizada. Engenheiro Coelho: Seminário Adventista Latino-Americano de Teologia, 2003.

TIMM, Albert R. *O santuário e as três mensagens evangélicas*. Fatores integrativos no desenvolvimento das doutrinas adventistas. Engenheiro Coelho: Imprensa Universitária Adventista, 2002.

TURNER, S. *Engolidos pela cultura pop: arte, mídia e consumo: uma abordagem cristã*. Belo Horizonte: Ultimato, 2014.

VASCONCELOS, Ana *Guia a história: televisão*. São Paulo: On Line, 2016.

VIANA, Nildo. “Debord: espetáculo, fetichismo e abstratificação”. *Revista Panorama*, ed. online, n. 1, Puc-Goiás, Agosto 2011, p. 5-13. Disponível em: <http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/1601/1008>. Acesso em 20 abr. 2017.

VERASZTO, Estéfano Vizconde; SILVA, Dirceu; MIRANDA, Nonato Assis de; SIMON, Fernanda Oliveira. “Tecnologia: buscando uma definição para o conceito”. *Prisma.com*, n. 7, 2008, p. 60-85. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/681/pdf>. Acesso em 20 mar. 2017.

ENTREVISTAS:

Entrevista realizada com pastor Alcy Tarcísio de Almeida no dia 13/05/2017 em Vitória (ES), às 10h.

Entrevista feita com Edinho Lima no dia 18/05/2017 na Rádio Novo Tempo, em Vitória, ES, às 15h.

