



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
COLEGIADO DOS CURSOS DE CINEMA

RODRIGO MANOEL DA SILVA DE MATOS

**DO SAGRADO AO PROFANO:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO DE NADA A PERDER 2**

Pelotas/RS

2019

RODRIGO MANOEL DA SILVA DE MATOS

**DO SAGRADO AO PROFANO:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO DE NADA A PERDER 2**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema de Animação no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Ribeiro Miranda Cotta

Pelotas/RS
2019

RODRIGO MANOEL DA SILVA DE MATOS

**DO SAGRADO AO PROFANO:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO DE NADA A PERDER 2**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Cinema de Animação no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

Aprovada em 11 de dezembro de 2019.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Roberto Ribeiro Miranda Cotta (UFPel)

Prof. Dr^a Ivonete Medianeira Pinto (UFPel)

Prof. Dr. Rafael Rosinato Valles (UFPel)

Sumário

Resumo.....	5
Abstract.....	6
Introdução.....	7
1. O rei, o bispo e as políticas culturais em xeque.....	10
2. Os veículos de comunicação como mediadores do proselitismo cristão.....	13
3. Os números milagrosos: o poder simbólico das produções <i>Os Dez Mandamentos – o filme</i> e <i>Nada a perder – Contra tudo. Por todos</i>	17
4. As cadeiras vazias da Última Ceia: um estudo da recepção em <i>Nada a perder 2</i>	22
5. Considerações finais.....	27
Referências.....	28
Apêndice: Entrevistas.....	33

Do sagrado ao profano: um estudo de recepção de *Nada a Perder 2*

Resumo

Este artigo apresenta um estudo de recepção do filme *Nada a Perder 2* (2019), dirigido por Alexandre Avancini. Através de entrevistas realizadas na Igreja Universal do Reino de Deus localizada em Pelotas/RS, buscou-se analisar como os fiéis/espectadores se relacionam com o discurso religioso presente no filme. A pesquisa também visou em abranger as denúncias relacionadas pela mídia especializada em relação a possível discrepância dos números das bilheterias com o real público presente nas salas de cinema dos filmes: *Os Dez Mandamentos – O filme* e *Nada a Perder: Contra tudo. Por todos*, ambos dirigidos por Alexandre Avancini. A metodologia se baseia na análise de discurso religioso e o quadro teórico reúne aporte bibliográfico sobre as características históricas e contemporâneas que compõem o mercado cinematográfico brasileiro.

Palavras-chave: Recepção; Igreja Universal do Reino de Deus; Propaganda.

From the sacred to the profane: a study of reception of *Nada a Perder 2*

Abstract

This article presents a reception study of the movie *Nada a Perder 2* (2019), directed by Alexandre Avancini. Through interviews conducted at the Igreja Universal do Reino de Deus located in Pelotas /RS, we sought to analyze how the faithful/spectators relate to the religious discourse present in the film. The research also aimed to cover related complaints by the specialized media regarding the possible discrepancy of box office numbers with the actual audience present in the movie theaters: *Os Dez Mandamentos – O filme* and *Nada a Perder: Contra Tduo. Por Todos*, both directed by Alexandre Avancini. The methodology is based on the analysis of religious discourse and the theoretical framework gathers bibliographic support on the historical and contemporary characteristics that make up the Brazilian cinematographic market.

Keywords: Reception; Igreja Universal do Reino de Deus; Advertising.

Introdução

As ferramentas de comunicação desempenham um papel fundamental para a construção de ideias e discursos políticos. O rádio e o cinema no início século XX foram importantes agentes na promoção do sentido de cidadania das sociedades nacionais e das narrativas da identidade em cultura de massa. E por volta dos anos 80 no Brasil as igrejas neopentecostais começam a compreender a efetividade dos veículos de comunicação como ferramentas de angariar novos fiéis.

Pensando as correlações entre a comunicação, o cinema e a sociedade, esta pesquisa indaga: em determinadas produções brasileiras contemporâneas, seria concebível a existência de características discursivas que utilizam o campo cinematográfico como um instrumento de manipulação de massas e proselitismo religioso? Para tanto, este artigo visa analisar o processo de distribuição e recepção mediados pelas obras cinematográficas *Os dez mandamentos – o filme* (2016) e *Nada a perder: Contra tudo. Por todos* (2018), *Nada a perder 2* (2019), dirigidas por Alexandre Avancini e viabilizadas pela Igreja Universal do Reino de Deus.

Os filmes *Os dez mandamentos – o filme* e *Nada a perder: Contra tudo. Por todos*, tiveram diversas denúncias divulgadas pela mídia, por críticos de cinema e pelo público espontâneo em relação aos números das bilheterias apresentados. Essas acusações indicaram a incompatibilidade entre o número de ingressos vendidos e o público presente nas sessões comerciais desses longas-metragens. O estudo de recepção do filme *Nada a perder 2* em Pelotas/RS, aponta para a permanência das mesmas práticas de distribuição apontadas como problemáticas pelos veículos de comunicação nas produções anteriores da IURD.

Em 28 de março de 2016, aconteceu a estreia de “*Os dez mandamentos – o filme*”, adaptação de uma passagem bíblica anteriormente exibida pela Rede Record, emissora de televisão administrada pela Igreja Universal do Reino de Deus. A obra narra a história de Moisés, profeta e líder religioso de origem hebraica que fora adotado quando criança pela filha de um faraó egípcio. Moisés é descrito como o autor do livro sagrado *Torá*, conhecido pelos hebreus como o conjunto dos cinco primeiros escritos bíblicos, fator que o consolida como base das crenças da religião judaica. Na Bíblia, são narrados diversos milagres realizados por Moisés, como libertar os hebreus da escravidão no Antigo Egito, guiar seus conterrâneos através do deserto durante 40 anos, abrir o Mar Vermelho para a travessia do

povo de Israel etc. E, por fim, no alto do Monte Sinai, receber as Tábuas da Lei de Deus que continham os Dez Mandamentos.

Já *Nada a perder - contra tudo. Por todos*, que estreou em 29 de março de 2018, trata da cinebiografia do bispo Edir Macedo, fundador e líder espiritual da Igreja Universal do Reino de Deus e proprietário da TV Record. A obra é uma adaptação da autobiografia do bispo, escrita pelo mesmo, em parceria com Douglas Tavolaro, e realizada em três volumes pela Editora Planeta. Segundo o portal Publishnews, em três meses, o primeiro volume teria vendido mais de 293.898 mil exemplares no país, tornando-o o livro terceiro livro mais vendido no Brasil em 2012, superando biografias como a de Steve Jobs¹.

No dia 15 de agosto de 2019, estreou *Nada a perder 2*. A trama dá continuidade a cinebiografia do bispo Edir Macedo. A narrativa passa após Macedo deixar a prisão, focando nos conflitos políticos (condutas inapropriadas de membros da sua igreja, ataques sofridos na mídia por católicos) e pessoais (doença de sua mãe e desabamento do teto de uma de suas cédulas em São Paulo) enfrentados por ele. Um dos episódios narrados é o surgimento do Templo de Salomão, sede mundial da IURD, que segundo o filme, Edir Macedo teria a ideia da construção do mega templo após embarcar em uma jornada para Jerusalém e subir no Monte Sinai, assim como Moisés teria feito nas passagens bíblicas.

Após a retomada do cinema brasileiro, filmes nacionais de cunho religioso, não se atendo apenas ao cristianismo, tornam-se destaques no circuito comercial, alcançando consideráveis bilheterias. Por meio de uma breve análise sociocultural, torna-se mais efetiva a compreensão desses êxitos. Em primeiro lugar, o país possui grande número de adeptos do espiritismo e tem uma das maiores populações católicas do mundo². Além disso, há um crescente na população evangélica, segundo o IBGE. Em 1991, o percentual de evangélicos era de 9%, já em 2010 eles representavam 22,2% dos brasileiros: cerca de 26,2 milhões de fiéis³.

¹ O portal PublishNews mostra a lista anual de livros mais vendidos no Brasil, sendo *Nada a Perder vol. 1, 2 e 3* presentes nas lista como um dos mais vendidos nos anos de seus lançamentos. Em 2012, *Nada a perder vol 1* foi o terceiro livro mais vendido enquanto a biografia de Steve Job teria ficado em 16º lugar. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/ranking/anual/0/2012/0/0>

² Conforme o relatório *Annauarium Statisticum Ecclesiae* de 2015, o Brasil está entre os países com o maior contingente de católicos batizados, ocupando o primeiro lugar (com aproximadamente 172 milhões de habitantes ou 26.4% de todos a população católica do continente americano).

³ As informações constam na publicação do *Censo Demográfico 2010: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência*. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo.html?busca=1&id=3&idnoticia=2170&t=censo-2010-numero-catolicos-cai-aumenta-evangelicosespiritas-sem-religiao&view=noticia>>. Acesso em 13/10/2019.

Entre os filmes religiosos que conseguiram obter grandes resultados nas salas de cinema antes dos filmes produzidos pela IURD segundo dados da ANCINE⁴, podem ser citados:

1. *Maria – mãe do filho de Deus* (2003), de Moacyr Góes, com cerca de 2,3 milhões de espectadores.
2. *Chico Xavier* (2010), de Daniel Filho, com 3,4 milhões de espectadores.
3. *Nosso Lar* (2010), de Wagner de Assis, com 4,06 milhões de espectadores.

Logo, dentro de um panorama sociocultural, é possível observar que a religião é um componente de larga influência nas práticas culturais consumidas no país. Assim, filmes cujas narrativas apresentam características de cunho religioso possuem um segmento de público vasto e isto, portanto, acaba se refletindo nos números das bilheterias apresentadas.

Com esse aumento no volume de habitantes evangélicos, obras como *Os dez mandamentos – o filme*, *Nada a perder – contra tudo*. *Por todos e Nada a perder 2* participam de um cenário favorável para obter bons resultados, pelo menos quando se trata de um coeficiente quantitativo. Contudo, teria sido suficiente apenas a fé de seus devotos para alcançar números tão expressivos nas bilheterias?

O objetivo primordial desse questionamento é tentar compreender como esse processo de distribuição e recepção pode construir uma narrativa midiática particular, capaz de estabelecer um conjunto de estratégias que transfiguram as realidades do mercado cinematográfico brasileiro contemporâneo. Sendo assim, a ausência de pesquisas acadêmicas acerca do tema proposto torna-se uma das principais justificativas para realização deste trabalho.

O artigo tem como proposição estrutural dividir-se em quatro capítulos. No primeiro, busca-se contextualizar o espaço político em que a IURD está inserida, assim como propor uma reflexão a crescente influência do discurso conservador/religioso no cenário político-cultural brasileiro.

O capítulo seguinte apresenta o cenário contemporâneo da mídia no país, apotando paras as relações diretas entre os meios de comunicação, cinema e cristianismo. O que

⁴ Os dados foram retirados da planilha *Listagem de Filmes Brasileiros com mais de 500.000 Espectadores 1970 a 2017*, realizada pela ANCINE em 16/04/2018. Disponível em <<https://oca.ancine.gov.br/cinema>> Acesso em 13/10/2019.

contribui para uma ambiente favorável ao proselitismo cristão e para produções como *Nada a perder 2*,

O terceiro capítulo se direciona em apresentar os hiperbólicos dados da distribuição dos filmes de *Os Dez Mandamentos – o filme* e *Nada a perder: Contra tudo. Por todos e Nada a perder 2*. Logo, também abordar um compilado de denúncias realizadas pela mídia cultural do país, que embasam a realização da seguinte pesquisa sobre a veracidade do público presente nas salas de cinemas durante a exibição dos filmes da IURD.

Já o último capítulo visa analisar as questões ligadas a recepção do filme *Nada a perder 2*, baseando-se na análise de entrevistas feitas com os fiéis/espectadores presentes em sessões de cinema e na própria IURD localizados na cidade de Pelotas/RS.

1. O rei, o bispo e as políticas culturais em xeque

No dia 1º de setembro de 2019, o bispo Edir Macedo realizou a consagração do presidente Jair Messias Bolsonaro, diante de cerca de 10 mil pessoas presentes no Templo de Salomão, localizado na capital paulista. Além do presidente, a visita contou com a participação de ministros, deputados federais, estaduais e vereadores. A consagração vem de uma prática de tempos bíblicos, na qual se implica a unção, ou seja, o derramamento de azeite sobre a pessoa ungida, simbolizando a concessão de soberania divina. O consagrado é proporcionado a um poder além do campo físico, atingindo valores de caráter nobre e virtuoso. “O Senhor escolheu este homem para liderar mais de 210 milhões de pessoas neste país (...) Essa consagração é para que ele tenha a direção do Espírito Santo”, ressaltou Edir Macedo (MACEDO, apud FOLHA UNIVERSAL 2019)

A edição da Folha Universal (8/9/19), realizou uma matéria sobre tal feito. Nela, Bolsonaro é apresentado como uma figura que se assemelha a personagens das passagens bíblicas, como é o caso citado que faz referência a Davi, o segundo rei do Reino Unificado de Israel. De acordo com a matéria, Davi dedicou sua vida a fazer a “coisa certa” em benefício do povo, e não só pelos avanços materiais/tecnológicos o rei fora lembrado, mas também por conseguir amparar as pessoas amarguradas de espírito.

A participação do presidente na cerimônia é justificada pelo jornal por atender a uma das orientações do apóstolo Paulo. Teria o apóstolo dito a um de seus discípulos, Timóteo, de que devem os cristãos orarem por todos, especialmente pelas autoridades políticas para que assim todos nós possamos viver em tempos de paz. Se formos pensar, é sensata e lógica a

colocação, complementa o jornal, referente à citação. “É incoerente ingressar em um avião e torcer para que ele caia [...] Mesmo que a pessoa não concorde com os resultados das eleições, é necessário que se deseje o bem da nação” (CURY, DIAS, 2019)

Logo, mesmo que se o sujeito não concorde com as práticas políticas adotadas pelo governo, não seria de bom tom criar “barulho” ou “ofender gratuitamente” uma autoridade, sendo que estamos todos no “mesmo barco”. Edir Macedo diz:

Se ele for fracassado, você será fracassado também, assim como temos sido fracassados por conta das injustiças que tivemos neste País até aqui [...] Vamos continuar orando pelo nosso presidente. A mídia toda é contra ele e eu sei o que é isso porque nós vivenciamos o inferno da mídia e das pancadarias dela. Mas eu estou aqui e o presidente vai estar lá e vai arrebentar. (MACEDO apud FOLHA UNIVERSAL, 2019, p.1)

A parcela do voto dos fiéis evangélicos foi significativa para as eleições de 2018, e o apoio desse grupo social continua sendo de suma importância para a base do governo. Enquanto candidato, o presidente apresentou discurso conservador em relação aos costumes, o que promovia o imaginário evangélico amparado no forte conservadorismo em função da proteção da *família tradicional*, a heteronormatividade e ao controle dos corpos das mulheres.

A aproximação de Bolsonaro com os grupos evangélicos começou em 2013, quando o atual presidente declarou apoio ao pastor Marco Feliciano (do Partido Social Cristão na época) para a presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara Federal, e posteriormente, em 2016, o ingresso de Bolsonaro no PSC. E para a concretização simbólica do enlace entre fé e povo, diante da comunidade evangélica brasileira, Bolsonaro realizou seu batismo no Rio Jordão.

Quando questionado sobre a noção do Estado laico em sua consagração no Templo Salomão, Bolsonaro respondeu: “O Estado é laico, mas eu sou cristão, pois é a fé que faz as pessoas acreditarem que podem mudar e vencer” (BOLSONARO apud FOLHA UNIVERSAL, 2009, p.1). Entretanto, diversas declarações do atual presidente e a postura adotada pelo seu governo põem em xeque a garantia da laicidade do Estado em diversas pastas de seu governo, sendo o principal foco para a pesquisa as questões que afetam diretamente a gestão pública do cinema brasileiro contemporâneo.

Em relação à Ancine, o discurso político adotado tem sido de estabelecer postura conservadora em relação à chancela de produções audiovisuais realizadas durante o governo. “A gente não vai perseguir ninguém, mas o Brasil mudou. Com dinheiro público não veremos mais certo tipo de obra por aí. Isso não é censura, isso é preservar os valores cristãos, é tratar

com respeito a nossa juventude, reconhecer a família” (BOLSONARO apud O GLOBO, 2019)

Essa fala é relativa à denúncia apresentada pela FIORATTI (2019) pela Folha de São Paulo, cuja matéria jornalística indica que a Caixa Econômica Federal havia criado um sistema de censura prévia a determinados projetos culturais realizados em seus espaços. Passaram a ser efetuadas pesquisas internas, detalhando questões como o posicionamento político dos artistas proponentes, seu comportamento nas redes sociais e obras das quais poderiam ter teor polêmico. Os jornalistas da Folha entraram em contato com coordenadores de unidades da Caixa de diversos Estados. Por sua vez, os funcionários que responderam ao jornal mencionaram que determinados assuntos desagradaram a Bolsonaro: questões de gênero, sexualidade e ditadura militar etc. Em algumas unidades da Caixa, foi ordenado de forma explícita de que pautas ligadas à comunidade LGBT e ditadura deveriam ser evitadas.

De acordo com a mesma matéria, pelo menos três séries teatrais foram canceladas por não atenderem aos novos requisitos preestabelecidos pela Caixa. Entre elas, a peça infanto-juvenil “*Abraço*”⁵, que segundo o diretor da companhia, Fernando Yamamoto, já contava com plateia presente no teatro quando houve o cancelamento da sessão⁶. A Caixa alegou que o motivo do cancelamento diz respeito ao comportamento dos artistas pós-estreia, o que, segundo eles, teria prejudicado a imagem do banco. Quando questionados pelos jornalistas da Folha, a assessoria de imprensa da Caixa não informou qual teria sido o conteúdo que prejudicou sua imagem.

Anteriormente, as denúncias feitas ao sistema de censura adotado pela Caixa Econômica Federal, um outro episódio já denunciava a situação da qual os projetos culturais submetidos a editais de fomento lançados pelo governo eram submetidos. Em agosto, o governo suspendeu o edital da Ancine envolvendo séries com temáticas que incluíam “sexualidade” e “diversidade de gênero”. Sobre o assunto, o presidente declarou a seguinte justificativa para os filtros impostos: “Fomos garimpar na Ancine filmes que estavam prontos para captar recursos no mercado. E outra, provavelmente esses filmes não têm audiência, não têm plateia, tem meia dúzia ali, mas o dinheiro é gasto” (BOLSONARO apud HUFFPOST,

⁵ A peça “*Abraço*”, é inspirada no “Livro dos Abraços”, de Eduardo Galeano. A peça é encenada pela companhia Clowns de Shakespeare, dirigida por Fernando Yamamoto, e narra a história de personagens que vivem em um regime no qual não podem falar e nem abraçar.

⁶ A seguinte fala do diretor foi retirada da entrevista dada ao *portal G1*: **Espetáculo teatral 'Abraço' é cancelado momentos antes de segunda apresentação na Caixa Cultural Recife**. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2019/09/09/espetaculo-teatral-abraço-e-cancelado-momentos-antes-de-apresentacao-na-caixa-cultural-recife.ghtml>

2019. *Online*) fala dita durante a abertura do evento Simpósio Nacional Conservador⁷. O episódio levou ao pedido de demissão de Henrique Pires, então secretário especial de Cultura: “Eu não vou fazer apologia a filtros culturais [...] Pra mim, isso tem nome: é censura”, *O Globo* (29/08/19) explicou o secretário sobre sua demissão.

Para a doutora em Ciências da Comunicação, Magali Cunha (2016), estar presente nas mídias é parte de uma estratégica política de ocupação dos espaços de ordem pública. Uma vez em que podemos compreender os meios de comunicação como uma ferramenta de angariar novos fiéis para suas igrejas. O avanço da bancada evangélica no Congresso Nacional e, conseqüentemente, o avanço de agendas conservadoras tem relação direta com o aumento da visibilidade religiosa pelo crescimento de concessões para grupos religiosos em redes televisivas e de radiodifusão e afetam diretamente a diversidade de conteúdos nas produções culturais do país.

2. Os veículos de comunicação como mediador do proselitismo cristão no Brasil

A Pesquisa realizada pelo Media Ownership Monitor Brasil⁸ em parceria com as ONG's Repórteres sem Fronteiras e Intervezes mapeou 50 veículos ou redes de comunicação no Brasil, em quatro segmentos: redes de TV (aberta e por assinatura), redes de rádio, mídia impressa (jornais de circulação diária e revistas de circulação semanal) e veículos *online* (portais de notícias de interesse geral). Para a seleção dos veículos analisados foram considerados sua audiência e seu potencial de influenciar a opinião pública. Esses veículos de comunicação pertencem a grupos voltados para interesses econômicos (setores educação, saúde, imobiliário, financeiro, agrário e de energia), políticos e/ou religiosos.

A presença de veículos de comunicação voltados para interesses religiosos no Brasil apresenta número significativo. Entre os 50 veículos pesquisados, nove são pertencentes a grupos religiosos, sendo eles todos cristãos. A pesquisa aponta que desses nove, cinco veículos dedicam seu conteúdo diretamente para a defesa dos valores específicos de sua religiosidade. Também é apontado que ao menos outros seis veículos que não se enquadram como religiosos, apresentam em suas grades de programação conteúdos de caráter religioso.

⁷ O *Simpósio Nacional Conservador* se encontra na sua terceira edição, e ocorre na cidade de Ribeirão Preto/SP. E em seu site se intitula como “um dos maiores eventos conservadores da América Latina”.

⁸ Projeto criado pela seção alemã da organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF), que tem como objetivo defender a liberdade de imprensa em qualquer lugar do mundo. No Brasil, a pesquisa foi realizada ao lado dos grupos *Intervezes* - Coletivo Brasil de Comunicação Social e *Repórteres sem Fronteiras*. A pesquisa está disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/>.

Mesmo entre veículos de comunicação não classificados como religiosos, a programação religiosa ocupa um espaço expressivo. De acordo com Ancine (2016), em relação as Tvs abertas, os programas religiosos chegam a ocupar 21% de sua grade. Sendo a Redetv a emissora com maior tempo de exibição dedicado ao gênero religioso, chegando atingir cesa de 43% da sua programação, seguida pela Record TV (23%, de Edir Macedo) e posteriormente a Band (16%). A Ancine avaliou o percentual da publicidade vinculada às emissoras de TV, lembrando de que o artigo 28 do Decreto 52.795/63 do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, é estabelecido às emissoras o teto de 25% de tempo de publicidade comercial, Todavia, a pesquisa também aponta para que se considerado o arrendamento para as igrejas como forma de venda de espaços publicitários, as emissoras CNT e Rede TV estariam infringindo o Regulamento.

O caso visivelmente ilegal do Grupo CNT, que vende quase a totalidade do seu espaço, é alvo de ação ajuizada pelo Ministério Público Federal de São Paulo. Outra ação do MPF pelo mesmo motivo foi aberta contra a Rede 21 Comunicações S/A, ambas em 2014. As emissoras venderam 22 horas diárias de toda a sua grade à Igreja Universal. Segundo o MPF, os contratos firmados entre a Universal e as duas emissoras podem envolver R\$ 900 milhões. (MOURÃO, 2016, *Online*)

A Igreja detentora do maior monopólio de veículos de comunicação é IURD, o Bispo Edir Macedo é detentor do Grupo Record desde 1989, responsável pela Record TV, Record News, portal R7, jornal Correio do Povo, Folha Universal, rede de rádios Aleluia e a gravadora Line Records que grava exclusivamente com artistas evangélicos. Seguidos da Igreja Católica que possui uma rede de rádio e uma emissora de TV: Rede Católica de Rádio e a Rede Vida de TV que começou a ser transmitida em 1995 sob a gestão o Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã.

A circulação da Folha Universal demonstra o estrondoso crescimento da participação da religiosa nos veículos de comunicação. Sua tiragem é aproximadamente de 1,8 milhão de exemplares, uma tiragem muito maior do que a Folha de São Paulo, em que sua circulação diária é de 300 mil exemplares.

A pesquisa foi apresentada em fevereiro de 2018, no auditório do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), por André Pasti e Jonas Valente (Intervozes), Emmanuel Colombipe (Repórteres Sem Fronteiras na América Latina) e Deborah Duprat (procuradora federal dos direitos do cidadão). O Brasil está incluído num grupo de 22 países dos quais foram efetuados a pesquisa, sendo que para os organizadores, o país apresentou indicadores

alarmantes em todos os pontos analisados. Para Pasti, a situação da concentração dos veículos de comunicação no país preocupante:

Seja no impresso, seja no online, a gente começa a identificar um problema no cenário da concentração da mídia brasileira, que é a propriedade cruzada de meios de comunicação. Os mesmos grupos estão atuando em diversos tipos de mídia e controlando de diversas formas a informação que chega pra gente. (PASTI apud CONGRESSO EM FOCO, 2018. *Online*)

Duprat entende que a forma da qual se apresenta o cenário dos veículos de comunicação promove prejuízo para as minorias religiosas no país, como é o caso das religiões de matriz africana. Dentro desse sistema midiático brasileiro, essas religiões não têm voz em espaços de maior audiência. Juntamente com os demais organizadores da pesquisa, a concentração da mídia nas mãos de poucos grupos prejudicaria a democracia. Esse controle midiático por grupos religiosos vai contra a determinação do STF (2002) de proibir, em rádios comunitárias de fazerem proselitismo religioso. Porém, no Brasil nós temos uma grande disparidade no tratamento entre os grandes grupos detentores de veículos de comunicação e as rádios comunitárias no que diz respeito a fiscalização e ações punitivas.

Para Magali Cunha (2016), assim como os outros segmentos que tiram vantagens das concessões e arrendamentos, os grupos religiosos também o fazem. Isso ocorre justamente por conta da falta de uma regulamentação eficaz em relação às políticas de comunicação pública no país, principalmente quando envolve os grandes grupos de comunicação. Duprat, reitera afirmando que o Brasil ainda não se desvencilhou de seu passado de poucos donos e é necessário promover exercícios de desnaturalização das políticas públicas de comunicação tida como “naturais”. “Em princípio nós não víamos problemas em uma pessoa ser concessionário de rádio/televisão e concorrer ao cargo público, ser eleito e passar essa concessão para alguém da sua família [...] Hoje nós já temos ações do judiciário para anulação dessas concessões no sentido que a investidora no cargo público as tornam nulas” (DUPRAT apud CORREIO DO POVO, 2018).

O surgimento do movimento da bancada evangélica tal como é conhecida hoje se iniciou por volta de 1986, sob forte o crescimento das concessões para grupos evangélicos, e assim surgiram grandes empresários da mídia evangélica e a influências de grupos religiosos como a IURD. Entre 2003 e 2006, a “bancada da bíblia” teve um aumento de 25% em relação à legislatura anterior, cerca de 58 congressistas. No Senado não se havia nenhum representante, logo, foram obtidos três mandatos.

De acordo com a pesquisa feita pelo professor Jorge Miklos (2016), a frente parlamentar evangélica é formada por um grupo de 87 deputados federais e 4 senadores (considerando um número aproximado devido que os parlamentares podem sair licenciados, mudar de partido ou igreja). Sendo a distribuição dos deputados federais em 19 igrejas, as com maiores representantes são: Assembleia de Deus (30), IURD (12) e Batista (11). Já no Senado são três igrejas que possuem representantes: Batista (2), Assembleia de Deus (1) e IURD (1).

Outra situação envolvendo diretamente o processo político com a prática religiosa em espaços públicos de televisão ocorreu em 2016, o programa evangélico, *Reencontro*, exibido na emissora TV Brasil foi acusado de promover um “palanque político”. Segundo matéria publicada pelo *Intervozes*, ocorreram reclamações por parte dos telespectadores repudiando a atitude.

Segundo o Boletim da Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), o programa entrevistou a candidata a vereadora e ex-deputada federal Liliam Sá (PROS- RJ), no dia 21 de maio, para falar sobre o Rio de Janeiro. Ela já havia sido entrevistada no mês anterior, assim como um pré-candidato a prefeito de São Gonçalo (RJ) e um pastor que mencionou que a esposa (Liliam Sá, PROS – RJ) seria candidata a vereadora [...] O apresentador abriu o microfone para a candidata apresentar suas propostas para a cidade: “a senhora voltando como vereadora para o Rio de Janeiro, para ajudar esse município, um dos mais importantes do Brasil, quais são os planos que a senhora tem em mente?”. (MOURÃO, 2016. *Online*)

Em resposta às denúncias realizadas pelos espectadores à EBC, o Conselho Curador aprovou uma resolução requerendo a suspensão dos programas de cunho religiosos: *A Santa Missa e Palavra de Vida*, produzidos pela Igreja Católica, e o evangélico *Reencontro*. Entretanto, a Justiça Federal de Brasília concedeu liminar que mantinha a exibição dos programas. Questões levantadas pelo procurador Sérgio Suiama para a matéria do *Intervozes* (2016) apontam para o dilema enfrentada nas políticas de comunicação pública do país:

O espaço de uma televisão não é propriamente igual ao de uma praça pública. Na praça pública, qualquer pessoa pode chegar e fazer uma pregação, o Estado não pode impedir um pastor, um pai de santo ou um padre de fazer uma pregação no meio da praça. Mas, no caso da televisão, não é um espaço público acessível a qualquer pessoa. O Estado tem que assegurar essa igualdade? A religião que não tem dinheiro para pagar também deveria ter espaço? Se o Estado fosse fazer isso, como ele iria fazer? Iria financiar todas as religiões? Qual seria o critério de financiamento?” (MOURÃO, 2016. *Online*)

A legislação que deveria regulamentar concessões dos veículos de comunicação no Brasil se torna obsoleta em sua prática, para a pesquisa realizada pelo MOM - Brasil são diversos que permitem essa defasagem.

Em primeiro lugar, autoridades historicamente se abstiveram de regulamentar diretrizes legais, como o princípio constitucional da prática de monopólio e oligopólio. Em segundo lugar, adotaram interpretações equivocadas para evitar impor sanções sobre o setor, como na proibição à participação de políticos em emissoras prevista no Artigo 54 da Constituição. Em terceiro lugar, órgãos de regulação e controle não atuam efetivamente para monitorar se as exigências legais estão sendo respeitadas ou não, fazendo desta letra morta na prática. (VALENTE, 2018. *Online*)

De forma fragmentada, a legislação apresenta diferentes recomendações para os diversos segmentos do mercado, o que promove a construção de grandes propriedades em mãos de pequenos grupos da elite sócio-econômica do país. Isto torna em muitos casos o estímulo a diversidade de vozes insuficiente para que questões como a representação religiosa e garantia da transparência do setor.

Em relação a IURD nós conseguimos observar uma grande capacidade de inserção em diferentes mercados ligados aos mais variados meios de comunicação. Essa capacidade de adaptação do seu discurso para diferentes dispositivos fez com que a IURD se colocasse em um lugar significativo no cenário político brasileiro. E com o início de sua produção cinematográfica o discurso do bispo Edir Macedo chega em outros espaços que ainda não haviam sido ocupados pela sua igreja.

3. Os números milagrosos: o poder simbólico das bilheteria das produções *Os Dez Mandamentos – o filme e Nada a perder – Contra tudo, por todos.*

A adaptação para o cinema da telenovela *Os Dez Mandamentos*, exibida em horário nobre na Record TV, foi a escolha da IURD para se inserir no mercado cinematográfico. A decisão de adaptar a novela para o cinema é fruto do grande sucesso de audiência apresentada pela mesma. A novela foi responsável pelo aumento significativo de 83% da audiência da Record quando comparada ao mesmo período do ano anterior⁹.

⁹ Os dados podem ser vistos no site ligado ao portal Uol, disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2015/06/02/sete-motivos-que-ajudam-a-explicar-o-sucesso-de-os-dez-mandamentos/>

O jornalista Ted Thornhill (2015), escreveu para o Daily Mail atribuindo o número crescente de adeptos de religiões neopentecostais no país, somado ao fato do conservadorismo dos praticantes de religiões neopentecostais como hipótese do sucesso da telenovela. Em entrevista ao jornal, Bruno Dieguez, professor de comunicação da PUC/RJ, complementou: "Existe uma audiência mais conservadora no Brasil que vimos ser bastante forte [...] Eles agora sentem que têm uma alternativa e estão sintonizando" (DUIGUEZ apud DAILY MAIL, 2015)

Os Dez mandamentos – o filme teve seu primeiro trailer lançado em dezembro de 2015 e em 7 de janeiro já havia vendido cerca de 401 mil ingressos em sua pré-venda. E segundo a Paris Filmes, o longa estreou no início de 2016 em cerca de 1000 salas de exibição das 3.160 que o Brasil possuía¹⁰. O suficiente para bater o recorde de maior lançamento em número de salas para um filme nacional, superando *Até que a Sorte nos Separe 3*, produzido pela Globo Filmes, que estreou em dezembro de 2015 com um pouco mais de 800 salas.

Segundo Ancine (2016) foram lançados 142 títulos brasileiros entre 2015 e início de 2016 e foram responsáveis por vender mais de 30 milhões de ingressos, atingindo uma participação de público de 16,5%. Sendo o filme de maior público *Os Dez Mandamentos – o filme*, com mais de 11,3 milhões de ingressos vendidos, tornando-se a maior bilheteria do cinema brasileiro, superando *Tropa de Elite 2: O Inimigo Agora é Outro* (2010), do diretor José Padilha. O segundo filme mais visto no ano, foi o *blockbuster Capitão América - Guerra civil* (2016), dirigido por Joe Russo, com público superior a 9,5 milhões, distribuído pela *Paramount Pictures*. Na lista dos vinte filmes mais vistos daquele ano ainda conta com apenas mais dois filmes nacionais: em 13º *Minha mãe é uma peça* (2016), de André Pellenz e César Rodrigues, e em 20º *Carrossel 2: O Sumiço de Maria Joaquina* (2016), de Maurício Eça, ambos distribuídos pela Downtown/Paris filmes.

Em 2018, o filme *Nada a Perder - Por tudo, Contra Todos*, cinebiografia de Edir Macedo, também atingiu números significativos em suas bilheterias viabilizado pela IURD. E foi o filme nacional com maior comercialização em sua pré-venda, chegando à marca de 4 milhões de bilhetes vendidos. Na sua estreia, foi exibido em cerca de 1,3 mil salas no Brasil, e em 700 salas espalhadas pela América Latina, além de países como: África do Sul, Angola, Moçambique, e posteriormente, Estados Unidos e no México. O que garantiu ao filme a

¹⁰ A nota da distribuidora Paris Filmes foi retirada da matéria do R7 (29/01/2016). Disponível em: <https://recordtv.r7.com/os-dez-mandamentos/em-dia-de-estreia-7-em-cada-10-ingressos-vendidos-nos-cinemas-foram-para-os-dez-mandamentos-06102019>

melhor distribuição de um filme nacional no exterior¹¹. Entretanto, logo após a estreia do filme *Os Dez Mandamentos*, começaram a surgir denúncias de diversos veículos de comunicação (de pequeno e grande porte) em relação a compatibilidade dos ingressos vendido e o número real de espectadores presente nas salas de cinema. Situação que vira a se agravar em *Nada a perder – Contra tudo, por todos*.

O jornalista NIKLAS (2018) na época do primeiro filme lançado pela IURD, apresentou denúncias sobre o fato de que algumas sessões de estreia que o jornal teria acompanhado não estariam cheias como apontava o esgotamento dos bilhetes em sua respectiva pré-venda. Na sessão que ocorria no multiplex Boulevard Tatuapé, na zona leste de São Paulo, o filme estreou por lá com 4 sessões esgotadas. O *multiplex* também é um dos mais próximos do Templo de Salomão, sede mundial da IURD e que poderia ser um indicativo da presença maciça de fiéis neste espaço exibidor. Contudo, segundo o jornalista: “A cinco minutos da primeira sessão, às 11h45, o jornalista contou apenas com 75 pessoas ocupando a sala 2, com capacidade para receber um público de 230 pessoas” (NIKLAS, 2018).

Um jornalista do Notícias da Tv (18/11/16), site ligado ao portal Uol, pode presenciar em um dos cultos no templo localizado em Santo Amaro (zona Sul de São Paulo) a prática da “oferta” para compra de ingressos para o filme *Os Dez Mandamentos*. “Os obreiros entregavam um envelope com o logotipo de *Os Dez Mandamentos*, enquanto os pastores pediam para fiéis depositarem a quantia que pudessem para ajudar na “causa” (NOTÍCIA DA TV, 2016, online).

Uma frequentadora do culto que cedeu um relato para o portal complementou: “A ideia também é lotar as sessões de cinema nos quatro primeiros dias. A Universal quer bater o recorde de bilheteria. Trata-se também de estratégia de marketing, [...] Não é o dízimo, é uma oferta”. Outra matéria publica da pelo portal Uol (19/01/16) apontou que em Recife/PE, uma única pessoa teria comprado cerca de 22.700 ingressos, o que equivaleria a duas semanas inteiras de exibição, totalizando o valor de 220 mil reais. O funcionário da rede de cinema que cedeu entrevista ao portal disse que o comprador se apresentou como alguém ligado à IURD, segundo o mesmo a compra teria sido por telefone e precisou de uma manhã inteira para imprimir todos os ingressos.

A distribuidora Paris Filmes para Veja (12/04/18) informou não ter qualquer controle sobre a venda de ingressos. “Comercialização de ingressos é uma relação de mercado entre os

¹¹ Matéria disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/nada-perder-se-torna-maior-bilheteria-do-cinema-brasileiro-22656519>

exibidores e o público. Sobre os questionamentos a respeito da adesão do público ao filme [...] é uma mobilização da sociedade com ações de filantropia, rede de doação de ingressos, entre outras”.

Contudo, NIKLAS (2018) buscou averiguar para saber se as grandes exibidoras teriam realizado alguma parceria com a Igreja Universal: Cinemark não se pronunciou, UCI disse vender ingressos em grupo como faz com qualquer outro filme e Kinoplex confirmou ter vendido pacotes de ingressos para pastores e grupos com mais de cem pessoas. Já, a IURD negou estar diretamente envolvida na compra de bilhetes, embora confirme que seus grupos voluntários das cédulas da igreja possuem projetos de caráter filantrópico para dar oportunidade para que o público mais carente possa assistir ao filme.

Antes mesmo de estrear *Nada a perder: Contra tudo, por todos*, a IURD lançou em seu portal uma nota para comunicar os seus fiéis da tentativa de desqualificar as denúncias realizadas nos diversos meios de comunicação sobre a discrepância de público e bilhetes vendidos em seu filme antecessor.

Preparem-se. Novamente, como aconteceu na época do lançamento do filme “Os Dez Mandamentos”, a Imprensa que não aceita o sucesso do trabalho da Igreja Universal do Reino de Deus começará a despejar fake news (notícias falsas) para tentar diminuir a importância da espetacular bilheteria do lançamento do filme “Nada a Perder”. A mídia, os produtores e promotores destas fake news tentarão, de todas as formas, espalhar que o êxito do filme foi manipulado, que os ingressos teriam sido comprados pela Universal e distribuídos aos fiéis. É mentira! A Universal não comprou, nem comprará entradas de cinema. O que existe é a mobilização espontânea de grupos e de membros da Universal, que se organizaram para que o maior número de pessoas tenha chance de assistir ao filme. [...] Talvez, alguns jornalistas imaginem que a Universal esteja proibida de recomendar filmes a seus fiéis. Pois chegaram tarde. Milhões de espectadores no Brasil e no mundo irão aos cinemas para ver o que a Palavra de Deus é capaz de produzir na vida das pessoas. E não há nada que a imprensa rancorosa e preconceituosa possa fazer contra isso. (IURD, 2018, *Online*)

Denúncias realizadas pelo Uol (21/05/18) e o jornal Nexo (10/04/18) apontavam para um outro tipo de estratégia de divulgação para a cinebiografia de Edir Macedo. No caso, teria ocorrido a utilização robôs para influenciarem o público por meio de falsas avaliações positivas em sites responsáveis por conteúdos voltado ao cinema, como o *IMDb*¹², por exemplo. Em poucas horas o filme possuía nota 10 no site (o que equivaleria a 100% de avaliação positiva), todavia, a situação era completamente destoante dos gráficos dos outros filmes avaliados: a distribuição de votos costuma ser mais pulverizada, afirma a matéria do

¹² O *IMDb* (*Internet Movie Database*), é uma das maiores base de dados online de informação sobre cinema, hoje pertencente à *Amazon*. Disponível em: <<https://www.imdb.com>>.

site. O feito da boa avaliação do filme no site chegou a ser comemorado em matéria do programa Domingo Espetacular¹³, exibido em horário nobre pela emissora Record TV. Comparando o filme com clássicos do cinema como *O Poderoso Chefão* (1972), de Francis Copola e *Um Sonho de Liberdade* (1994), de Frank Darabont dois dos filmes mais populares no ranking do *IMDb*.

Depois de inúmeras denúncias serem enviadas ao site quanto ao ocorrido. O site tomou devidas providências e foi confirmada o uso de perfis falsos: as resenhas elogiosas ao filme chamaram atenção para semelhança apresentada entre os textos que eram escritos em inglês por perfis brasileiros. A investigação resultou na exclusão de mais de 90% das críticas do filme no site no período ocorrido (LIMA, 2018, *online*).

A crítica de cinema, Maria do Rosário Caetano, escreveu uma publicação para o Revista de Cinema (2018) trazendo as problemáticas em relação as bilheterias dos filmes da IURD. A autora diante da inúmeras denúncias se questiona sobre como seria possível comparar bilheterias de filmes como *Tropa de Elite 2: O inimigo agora é outro*, de José Padilha, em que o público pagou pelo seu ingresso e realmente ocupou a poltrona para assistir ao filme, com os filmes da IURD, dirigidos por Alexandre Avancini, em que em sua maioria eram composto por fieis que ganharam os ingressos e, mesmo assim não foram as salas de cinema (a autora se referiu ao fato como o fenômeno das “cadeiras cinéfilas”).

Portanto, poderia ser justa a comparação das bilheterias entre esses filmes? A autora não chega em uma afirmativa acerca do assunto. Todavia, a Ancine quando procurada pelo Nexo (10/04/18) disse não ser competência do órgão federal fiscalizar se as salas de cinema estão com sua ocupação real. Sendo assim, para a Ancine os filmes da IURD foram computados como as maiores bilheterias do cinema brasileiro até o presente momento.

Em seu texto, Caetano (2018) concluiu que os filmes da IURD e suas respectivas bilheterias representam “apenas um valor econômico” (CAETANO, 2018). Porém, teriam as bilheterias desses filmes somente valor econômico?

A mercadoria cinematográfica não é da mesma natureza dos objetos concretos, é de ordem abstrata, para o entendimento é possível fazer comparação da poltrona da sala de cinema com a do “transporte público”:

¹³ A matéria “**Nada a perder é avaliado com nota máxima pelo IMDb**” pode ser acessada na plataforma *youtube* no seguinte link: <https://www.youtube.com/watch?v=o2srxj4qQO8>.

A poltrona que não é "vendida" para uma determinada viagem nunca mais será vendida. A mesma coisa com o cinema. Às dezoito horas, a bilheteria não pode vender entrada para determinada poltrona que "sobrou" na sessão das catorze horas; a poltrona que não foi ocupada, nunca mais será ocupada; na sessão seguinte, será uma outra oferta. (BERNARDET, 1981)

Em um cenário globalizado, a lógica operante atua diretamente na transformação dos bens culturais em mercadorias ou bem simbólicos. “Os homens realizam não somente a troca de mercadorias, mas também de significados, de símbolos, por isso, a existência na sociedade de um mercado de bens simbólicos se torna tão vigoroso quanto o de bens materiais” (BAZANINI R.; MIKLOS, BAZANINI L. e GIRANDELLI 2016, p.107).

Com o crescente avanço tecnológico das redes globalizadas de produção e distribuição de bens simbólicos, os meios de comunicação se tornam agentes da promoção de tendências de consumo em diversos setores das atividades humanas: entretenimento, arte, esporte, religião etc. (CANCLINI, 2018).

Essa lógica afetou diretamente a prática religiosa: “A religião foi passando pouco a pouco para o território do indivíduo. E deste para o do consumo, onde se vê agora obrigada a seguir as regras do mercado”. (PRANDI, 1996, p. 260).

Agora, proveniente do pluralismo religioso e a variedade de opções decorrente da competição mercadológica, tornou-se necessário para as igrejas a adaptação aos novos meios de comunicação para conseguirem manter e conquistar fieis decorrente da demanda do mercado religioso.

SILVA (2017) aponta que por meados de 2010, a IURD teve um leve declínio de sua influência, resultando na perda de 220 mil fieis, segundo o IBGE (2010). Então, logo após surgiu o mega templo de Salomão, sendo para SILVA (2017) um “espelho de influência nacional para a própria igreja”.

A construção do maior templo religioso do país, assim como o esforço quase bíblico para que os filmes da IURD atingissem o espaço histórico de maior bilheteria do cinema nacional. Podem ser entendidos como uma forma de sinalizar não só a expansão de um novo projeto da IURD, mas também como uma estratégia de poder para se estabelecer no espaço competitivo do mercado religioso e político.

4. As cadeiras vazias da Última Ceia: um estudo da recepção do discurso religioso em *Nada a perder*

Logo, este capítulo se direciona para realização de reflexões sobre a recepção do público ao filme do *Nada a perder 2*. As entrevistas ocorreram nos espaços da Igreja Universal do Reino de Deus, localizada na Av. Bento Gonçalves e também no espaço exibidor, CineArt, localizado no centro comercial da cidade.

As entrevistas seguiam um formulário básico que continham perguntas como: o que levou a assistir ao filme, se o filme atendeu ou superou suas expectativas, e se a percepção em relação ao bispo Edir Macedo mudou após assistir ao filme.

Lembrando que também foram abordadas questões sobre os filmes predecessores (*Os Dez Mandamentos - O filme e Nada a Perder: Contra tudo, por todos*), conforme eram citados pelos entrevistados em suas respostas. As perguntas ocorriam de forma espontânea conforme o diálogo se estabelecia entre entrevistador/entrevistado. Em uma segunda etapa, após estabelecer uma conversação, buscou-se também compreender um pouco mais sobre o funcionamento da distribuição dos bilhetes do filme por parte da IURD.

Foram selecionados três entrevistados, sendo eles dois obreiros e um espectador/fiel. Devido ao contato próximo de dois deles com a igreja, suas identidades serão preservadas. Então, dando andamento aos resultados das entrevistas, quando o primeiro obreiro foi questionado sobre o que levou a assistir aos filmes, o mesmo respondeu:

Bom, como eu já conhecia um pouco sobre a história do Bispo Edir Macedo, eu particularmente, foi crescendo uma curiosidade de conhecer, se era verdade, se era mentira. Aí, quando antes de eu vir para Igreja Universal eu tinha um conceito, entendeu? Realmente a Igreja rouba, Igreja pede dinheiro, só que quando eu vim e comecei a participar das reuniões, comecei a participar da Igreja, eu vi que era totalmente diferente do que a mídia mostrava. Então, eu na minha opinião, eu gostei, eu gostei muito (ENTREVISTADO 1, 2019).

O obreiro aponta para a representação negativa do bispo e da igreja pela mídia. Contudo, quando questionado se o filme conseguiu transmitir a “verdade” sobre o bispo, o obreiro foi categórico em afirmar: “Com certeza consegue, ele muda totalmente o pensar, né? E o falar do Bispo Edir Macedo” (ENTREVISTADO 1, 2019).

Em 1935, Franz Werfel já apontava para o real potencial do cinema: “a incomparável capacidade de persuasão”. Canclini (1997) abordando questões sobre o consumo e a relação com as massas, lança a seguinte interrogação: “Será que os adeptos da comunicação de massa não se dão conta de que os noticiários mentem e as telenovelas distorcem a vida real?”. No entanto, não seria possível fazer o mesmo questionamento para os espectadores/fieis de “*Nada a perder: Contra tudo. Por todos Nada a perder 2*”?

Em relação aos filmes da IURD a capacidade de persuasão do dispositivo cinematográfico pode ser intensificada quando somada à aura do discurso religioso da obra. Para SILVA (2012) ao analisar o campo religioso como produtor de sentido, o modelo de discurso mais presente no âmbito religioso/teológico é justamente o discurso autoritário¹⁴.

Isto porque nesse meio a fala exerce um comando de direção, por manejar com competência seus símbolos como ferramenta de convencimento. E por excelência, o discurso autoritário seria a forma mais persuasiva de discurso, no qual ocorre um assujeitamento do ouvinte/fiel comandado pelo locutor/pastor. Sendo assim, os filmes *Nada a perder: Contra tudo. Por todos* e *Nada a Perder 2* agem como ferramentas com potencial capaz de transformar por completo pensar, como apontou o primeiro entrevistado

Seguindo a entrevista, a próxima pergunta foi sobre a opinião do entrevistado em relação ao filme *Nada a perder: Contra tudo. Por todos*.

O primeiro eu assisti e foi na minha opinião: é, foi muito bom, entendeu? Porque ali a gente pode ver não somente a perseguição pessoal do Bispo Edir Macedo, mas também a perseguição de Jesus, que também Jesus foi perseguido como ele foi, entendeu? Ele foi preso, ele também foi para julgamento, falaram que ele “tava” com charlatanismo, curandeirismo. Isso na verdade a gente sabe que é mentira. Então, a gente é isso... a perseguição que ele também sofreu. (ENTREVISTADO 1, 2019)

Para SILVA (2012) o discurso religioso aponta para determinados elementos que são próprios, e que por meio de sua análise nos permite compreender o porquê da constante comparação do bispo como Jesus citada pelo obreiro. Silva (Idem) diz o seguinte: “Um primeiro elemento é o de tomar como típico o desnivelamento na relação entre locutor e ouvinte (pastor e fieis): o locutor como “dono” da voz, encontra-se legitimado por tomar parte do plano espiritual; e o ouvinte, no plano temporal”. E, para Orlandi (1996) essa relação é afetada por um valor hierárquico: o mundo espiritual domina o temporal.

¹⁴ Essa análise do discurso feita por Silva (2012) consiste nos três tipos de discursos apontados por Orlandi (1996): o discurso lúdico, de reversibilidade entre interlocutores é total e polissemia aberta. O discurso polêmico, em que a reversibilidade ocorre em determinadas condições em que o objeto está presente, em que os participantes dão uma direção controlada para a polissemia. E por fim, o discurso autoritário que apresenta reversibilidade nula perante à uma figura discurso de caráter militar.

Desse tipo de relação, observa-se, então, que, sendo o locutor quem recebe de Deus a voz diretamente, situa-se, do ponto de vista do conhecimento e do poder, mais legitimado, com mais verdade sobre o que diz de qualquer coisa do que o ouvinte (=fiel) destituído de poder e tão somente apresentando-se com suas demandas para serem urgentemente resolvidas: "Quando digo que a voz de Deus se fala no padre, é 'como se' Deus falasse: a voz do padre é a voz de Deus. Essa é a forma da representação, ou seja, da religião simbólica" (ORLANDI apud SILVA, 2012, pg 8).

As falas dos demais entrevistados reforçam essa qualidade discursiva religiosa e a condição espiritual e temporal impostas. Quando o segundo obreiro foi questionado sobre sua opinião em relação ao filme, o que chamou a atenção foi justamente “poder ver a mão de Deus agindo e não só do homem (Edir Macedo)” (ENTREVISTADO 2, 2019). Já o terceiro entrevistado atribui ao filme a condição não só material, mas a eleva ao plano espiritual ao afirmar que “é o Espírito Santo o dono da obra” (ENTREVISTADO 3, 2019).

Conforme seguia a conversação com o Entrevistado 2, em determinado momento foi mencionado uma situação atípica que ocorrera nas exibições do filme *Nada a perder: Contra tudo. Por todos*. Além da distribuição de ingressos para fieis/público, ocorria dentro dos espaços exibidores a distribuição de lenços pelos obreiros da IURD. Caetano (2018) também já havia mencionado a situação em seu texto para Revista de Cinema: “Na entrada da sala, dois jovens me ofereceram um “lenço” pequeno que continha mensagem religiosa. E me avisaram que, ao final do filme, eu compreenderia a razão de tal oferta”.

Então, o próprio bispo Edir Macedo aparecia na cena final do filme realizando uma pregação com a passagem bíblica escrita no lenço distribuído. Portanto, transformando a sala de cinema em um espaço simbólico neopentecostal. Caetano (2018) definiu a situação como “puro e explícito proselitismo religioso [...] Nunca se viu tamanha instrumentalização do cinema, em solo brasileiro, em seus mais de 120 anos de história”.

O segundo obreiro contou o seguinte sobre a distribuição dos lenços durante a sessão do filme.

Recebi aquele lenço. Ali foi uma jogada até muito, muito forte. A gente falava em fé, agir a fé. E no final aquele lenço foi dando para as pessoas agir a fé delas [...] Hoje em dia tu consegue fazer a pessoa agir a fé dela, que ela tem algo ali, que ela tem um compromisso na mão. [...] Quando você consegue materializar isso, “tu bota” a pessoa num compromisso, uma responsabilidade. E tu tendo algo que tá materializado, não que é aquilo ali que vai ser, não é. Mas é uma coisa que tu vem a exercitar a tua fé. (ENTREVISTADO 2, 2019)

Após ser perguntado se os lenços poderiam ser interpretados como uma forma de trazer novos fiéis para igreja, o obreiro disse “Isso, isso também” confirmando o caráter explícito de proselitismo religioso já alertado por Caetano (2018).

Na plataforma *YouTube*, é possível encontrar um vídeo intitulado *Veja os resultados da oração com o lenço entregue no filme Nada a perder*¹⁵, postado pelo Portal Universal em abril de 2018. O vídeo contém o relato de três mulheres que narram diferentes milagres operados em suas vidas por meio dos lenços adquiridos na sessão do filme.

Em relação às questões que envolviam a distribuição de bilhetes pela IURD, a fala dos três entrevistados corroboraram para confirmação das denúncias apresentadas pelos meios de comunicação em relação à compra e distribuição de bilhetes. Para o primeiro obreiro entrevistado, foi perguntado se ainda havia ingressos disponíveis na própria igreja e como era a prática de distribuição deles:

A gente tem bem poucos na verdade, porque a gente comprou para poder dar [...] É mais voltado para aquele que não tenha a possibilidade, né?! Por exemplo, se tem uma pessoa que tem uma condição financeira boa, por que ela vai poder tirar o que a outra não tem condições de comprar? Então, a gente vê e analisa a pessoa para ver se ela tem realmente ou não, condições de ter, adquirir o ingresso para poder ver o filme. (ENTREVISTADO 1, 2019)

No entanto, quando em contato dos demais fiéis que se encontravam no templo religioso durante a realização das entrevistas, no momento em que se mencionava *Nada a perder 2*, tanto os fiéis quanto os obreiros questionavam imediatamente se havia interesse em adquirir ingressos para alguma das sessões (sem passar por qualquer avaliação socioeconômica). Indicavam para uma sala ao lado do púlpito onde ficava um envelope com os bilhetes (ainda haviam muitos montantes de bilhetes nos envelopes) sob o cuidado de obreiros. Sendo que não existia nenhum limite de ingressos por pessoa. O que se confirma com a fala de outro espectador entrevistado:

A única coisa que eles disseram foi assim ó: “Temos ingressos para ver o filme”. E não falaram mais nada. Tá entendendo? “Se quiserem tem ingresso aqui” [...] Olha, como te falei, eu já assisti o filme cinco vezes o filme. E as cinco vezes eles me deram o ingresso. E com certeza se eu for hoje buscar mais ingressos, têm mais ingressos me esperando. (ENTREVISTADO 3, 2019)

Ao decorrer das falas dos entrevistados é possível perceber diversas contradições dos discurso dos obreiros da IURD em relação a distribuição de seus filmes. Se os ingressos são destinados para aqueles que não possuem condições de irem ao cinema, como um mesmo sujeito consegue receber cerca de cinco bilhetes para diferentes sessões do filme?

¹⁵ O vídeo “*Veja os resultados da oração com o lenço entregue no filme Nada a perder*”, publicado em 27/04/18 está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Jot7f9v-HY8>.

Uma das possíveis explicações para isso pode ser a falta de interesse dos próprios fiéis em assistir a cinebiográfica de Edir Macedo. Durante o encontro na IURD de Pelotas/RS, ao final do culto os ingressos foram mencionados pelo pastor que coordenava o culto. O mesmo mencionou que era importante os fiéis irem ao cinema se não aqueles ingressos (dinheiro) iria ser jogado fora. Vale ressaltar que o envelope onde ficava guardado os bilhetes ainda continham dezenas deles, e aquela era a última semana de exibição do filme no circuito comercial na cidade de Pelotas/RS

Outro ponto importante de se salientar é de como é perceptível por meio das entrevistas a capacidade de persuasão que ainda o dispositivo cinematográfico exerce na contemporaneidade. O cinema como toda área sociocultural é um campo de disputa: a classe dominante busca por meio da linguagem cinematográfica imprimir sua ideologia de forma que seu discurso transpareça natural, estabelece o cinema como expressão do real e oculta constantemente o artifício, a manipulação e interpretação. Essa prática faz que por parte do público receptor o seu discurso possa ser absorvido como verdade (BERNADET, 1981).

Essa compreensão da linguagem cinematográfica apresentada por Bernardet (1981) nos mostra o porquê da recorrência por parte dos entrevistados em relacionar a palavra ‘verdade’ com a cinebiografia do bispo Edir Macedo. E quando relacionamos com o entendimento de discurso religioso de SILVA (2012) chegamos mais próximos de entender a real importância do cinema quando colocado nas mãos de uma igreja.

Em relação a dinâmica do estudo de recepção de *Nada a perder 2*, vale ressaltar algumas situações enfrentadas para realização da mesma. Os pastores da IURD também foram abordados, porém, nenhum deles se prontificou a ceder entrevista para a pesquisa. Os fiéis presentes na igreja também se negaram a serem entrevistados sem a autorização do pastor que coordenava o templo, e o mesmo, apenas permitiu/indicou obreiros para serem entrevistados.

Considerações finais

Se em *Os Dez Mandamentos – O filme* a Igreja Universal viu uma oportunidade para se inserir competitivamente no mercado cinematográfico: seja promovendo seu poder simbólico para impressionar seus fiéis e/ou talvez intimidar seus adversários na captação de novos seguidores no mercado religioso. Ao lançar a cinebiografia *Nada a perder: Contra tudo. Por Todos* e *Nada a Perder 2*, a pesquisa por meio das matérias jornalísticas e com suporte do referencial teórico apresentado ao longo texto, pode-se compreender que a IURD

decidiu utilizar a capacidade de persuasão do cinema como uma ferramenta de expressão do real para incentivar a prática da propaganda/proselitismo. Por meio do discurso religioso, que SILVA (2012) categorizou como de origem autoritária, a narrativa criada distancia bispo Edir Macedo do plano temporal e o eleva para o plano espiritual, o que significaria estabelecer uma hierarquia: incorporando ao filme o papel do pastor e ao público a do fiel.

O próprio cinema quando enxergado pela ótica mercadológica nos traz reflexões pertinentes em relação as denúncias levantadas pelos veículos de comunicação em relação a possível discrepância discursiva entre os bilhetes vendidos e o real público presente nas sessões dos filmes *Os Dez Mandamentos – O filme e Nada a perder: Contra tudo. Por todos e Nada a perder 2*. A poltrona que “sobra” numa sessão não pode ser ocupada numa próxima, já nos dizia BERNARDET (1981). Essa característica do cinema enquanto mercadoria de ordem abstrata foi percebida de forma tardia, porém foi em função dela que todo um aspecto do mercado cinematográfico se estruturou (BERNARDET, 1981).

Contudo, no contexto globalizado apresentado por CANCLINI (1997), em que ocorre a transformação de mercadorias em bens simbólicos diante as novas formas de consumo cada vez mais imediatas. O que podemos observar em relação aos filmes da IURD inseridos nesse contexto contemporâneo é de que a experiência do espectador pode ser colocada de lado, mediante o rompimento parcial do pacto formado entre espectador e obra nas sessões de seus filmes. Pois, mesmo com as cadeiras vazias a narrativa de sucesso atribuída a tais filmes é garantida pelo montante de ingressos comprados pela própria igreja, descartando a necessidade de haver público presente no espaço exibidor.

A pesquisa visou promover reflexões através da viabilidade de diferentes perspectivas sociopolíticas culturais das quais os filmes e a própria IURD estavam inseridos. Em relação as bilheterias, pode-se concluir que elas atuam como construções simbólicas de poder da Igreja Universal diante do competitivo mercado de bens em que está inserida. Os símbolos instituídos tem capacidade de influenciar e controlar o comportamento humano. Dependendo da capacidade de influência eles transmitem e reforçam um sistema ideológico já dado (SILVA, 2012). O discurso simbólico promovido pelo espaço de “maior bilheteria do cinema nacional”, credita a IURD um lugar privilegiado na história do cinema que garante visibilidade e viabilidade política e midiática.

Por meio do estudo de recepção do filme *Nada a perder 2* realizado na Igreja Universal e no CineArt em Pelotas/RS, o diálogo com os fiéis e espectadores foi possível perceber a influência do discurso religioso do filme na prática cotidiana dos agentes entrevistados. O diálogo com os obreiros em diversos momentos apontaram de forma clara

para as práticas de proselitismo religioso denunciadas em diversos materiais jornalísticos. Além disso, as entrevistas corroboraram como material inédito que auxilia para melhor compreensão das práticas de distribuição dos bilhetes do filme pela própria igreja.

Referências:

ANCINE. **Anuário estatístico do Cinema Brasileiro**. Ano de 2016, Brasil. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/cinema>> Acesso em 13/10/2019.

BAZANINI, Homero Leoni; BAZANINI, Roberto, GIRADELLI, Gracy, MIKLOS, Jorge. O mercado de bens simbólicos: a viabilidade política e midiática do Templo de Salomão junto aos stakeholders. **Comun. & Inf.**, Goiânia, GO, v. 19, n. 2, p. 106-126, jul./dez. 2016.

BENEDETTI, Luiz Roberto. Pentecostalismo, Comunidades Eclesiais de Base e Renovação Carismática Católica: uma análise comparada. **Caderno CERIS. Ano 1. nº2**. Rio de Janeiro: outubro de 2001.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. **Ed. Os pensadores**. São Paulo. Abril Cultural e Industrial, 1975.

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é Cinema**. São Paulo. Editora Brasiliense, 1981.

CAETANO, Maria do Rosário. Nada a perder. **Revista de Cinema**. Publicado em 30/03/2018. Disponível em: <http://revistadecinema.com.br/2018/03/nada-a-perder>

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro Editora UFRJ, 1997.

CARRELHO, Cassia. **Record é a editora campeã de 2013 na lista do Publishnews**. Publishnews. Publicado em 02/01/2014 pela. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2014/01/02/75508-record-e-a-editora-campea-de-2013-na-lista-do-publishnews>

COSTA, Sylvio. **MPF estuda ações contra parlamentares sócios de rádios e TVs e contra concentração a mídia**. Congresso em foco. Publicado em 05/02/2018 pelo. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/mpf-estuda-acoes-contraparlamentares-socios-de-radios-e-tvs-e-contra-concentracao-da-midia/>

CRUZ, Felipe Branco. **No Recife, único comprador adquire 22 mil ingressos de "Os Dez Mandamentos"**. Uol. Publicada em 19/01/2016. Disponível em: <https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2016/01/19/no-recife-unico-comprador-adquire-22-mil-ingressos-de-os-dez-mandamentos.htm>.

CUNHA, Magali. **Evangélicos conservadores são, hoje, prioridade no governo Bolsonaro**. Carta Capital. Publicado em 09/10/2019. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/blogs/dialogos-da-fe/evangelicos-conservadores-sao-hoje-prioridadenogovernobolsonaro/?fbclid=IwAR09cIZUi6DC00CmYjOELRU_cVj28jY_hT6K KywzwIgjA-2DPSKWPTv_Jk

CURY, Ana Carolina, DIAS, Rafaela. **Bispo Edir Macedo apresenta a vida e Jair Bolsonaro a Deus**. Folha Universal. Publicado no domingo, 08/09/2019.

FERRO, Marc. **Cinema e História**. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro 1992.

FIORATTI, Gustavo. **Caixa Econômica cria sistemas de censura prévia à projetos de seus centros culturais**. Folha de São Paulo, publicada em 04/10/2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/10/caixa-economica-cria-sistema-de-censura-previa-a-projetos-de-seus-centros-culturais.shtml>

FRANZ WERFEL: **“Ein Sommernachtstraum”**. Neues Wiener Journal, nov. 1935.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010: número de católicos cai e aumenta o de evangélicos, espíritas e sem religião**. Disponível: <<https://censo2010.ibge.gov.br/noticiascenso.html?busca=1&id=3&idnoticia=2170&t=censo-2010-numero-catolicos-cai-aumenta-evangelicosespiritas-sem-religiao&view=noticia>>. Acesso em 13/10/2019. Comunicação Social. 2012

LIMA, Juliana Domingos. **“Nada a Perder” e os “recordes” de bilheteria do cinema evangélico**. Portal Nexo. Publicado em 10/04/2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/04/10/Nada-a-Perder-e-os-recordes-de-bilheteria-do-cinema-evangelico>.

MACEDO, Isabela. **Igrejas controlam 9 dos 50 veículos mais influentes do país, mostra pesquisa**. Congresso em foco. Publicado em 06/02/2018. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/igrejas-controlam-9-dos-50-veiculos-mais-influentes-do-pais/>

MARTINELLI, Andréa. **Estas são as séries com temática LGBT que Bolsonaro 'garimpou' de edital da Ancine**. HUFFPOST. Publicado em 04/09/2019. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/entry/filmes-lgbbolsonaro_br_5d5b3a68e4b05f62fbd414d7

MOREIRA, Dora Deise Stephan. “Supermercado da Fé”: a religião ofertada como bem de consumo através da mídia secular. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste** – São Paulo - SP – 12 a 14 de maio de 2011.

MOURÃO, Mônica, ARAÚJO, Bráulio, ARAUJO, Elizângela, MOURA, Iara e VIERA, Ramência. **Mídia, política e religião: mistura que ameaça a democracia**. Intervozes. Publicado em 01/10/2016. Disponível em <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=29759>

GONTIJO, Petronio. **Nada a Perder está entre os 100 piores filmes da história em site de cinema**. Uol. Publicado em 21/05/2018 em São Paulo. Disponível em: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2018/05/21/nada-a-perder-esta-entre-os-100-piores-filmes-da-historia-em-site-de-cinema.htm>

HUFFPOST. **‘Não é censura, isso é preservar os valores cristãos’, diz Bolsonaro sobre atividades culturais.** HuffPost. Publicado em 05/10/2019. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/entry/bolsonarocensuraarte_br_5d990381e4b099389800b974?fbclid=IwAR2tu_jUMStae0MBgt7G6j-tAq96Wlmai_Yy89dmaaq1fUmlE-tKo52emmU

O GLOBO. **Bolsonaro diz que veto a obras culturais não é censura mas sim, preservar valores.** O Globo. Publicado em 05/10/2019. Disponível: <https://oglobo.globo.com/cultura/bolsonaro-diz-que-veto-obras-culturais-nao-censura-mas-sim-preservar-valores-cristaos-23998872>

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e Seu Funcionamento: as formas do discurso.** São Paulo: Ed. Pontes, 1996.

PORTAL UNIVERSAL. **Veja os resultados da oração com o lenço entregue no filme Nada a perder.** YouTube. publicado em 27/04/18 está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Jot7f9v-HY8>.

PRANDI, Reginaldo; PIERUCCI, Flávio. **A realidade social das religiões no Brasil.** São Paulo: Hucitec, 1996.

NIKLAS, JAN. **Sucesso de bilheteria, filme sobre Edir Macedo tem salas vazias: publico que foi às sessões afirma que pastores estão distribuindo ingressos.** O Globo. Publicado em 29/03/2018 em. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/sucesso-de-bilheteria-filme-sobre-edir-macedo-tem-salas-vazias>

R7. **Em dia de estreia, 7 em cada 10 ingressos vendidos nos cinemas foram para Os Dez Mandamentos.** R7. Publicado em 29/01/2016. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/pop/em-dia-de-estreia-7-em-cada-10-ingressos-vendidos-nos-cinemas-foram-para-os-dez-mandamentos-06102019>.

REFKALEFSKY, Eduardo. **Comunicação e marketing religioso: definições conceituais.** INTERCOM. 2006.

SILVA, D. E. **Religião, Dinheiro, Fé e Ansiedade no Discurso Teológico de Prosperidade.** *Revista Eletrônica de Teologia e Ciências da Religião da UNICAP.* Recife, v. 01, p. 65-78, 2012.

SILVA, D. E. **Fundamentalismo religioso e a mercantilização do sagrado no Neopentecostalismo.** UNICAP. 01/08/2017. Disponível em: <http://www.unicap.br/estudosreligiao/?p=1130>

STYCER, Mauricio. **Sete motivos que ajudam a explicar o sucesso de “Os dez mandamentos”.** Uol. Publicado em 02/06/2015 em. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2015/06/02/sete-motivos-que-ajudam-a-explicar-o-sucesso-de-os-dez-mandamentos/>

VALENTE, Jonas. **Regulação da mídia: a invisibilidade de uma agenda essencial à democracia.** Le Monde Diplomatique Brasil. Publicado em 02/10/2018 pelo. Disponível em:

VEJA. **Post sobre distribuição de “*Nada a perder*” repercute na web ingressos.** VEJA São Paulo. Publicada em 11/04/2018. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/ingresso-nada-perder-shopping-distribuicao>.

ZENDRON, Mariane, DIAS, Tiago. **Com ajuda de fiéis, filme “Os Dez Mandamentos” já vendeu 150 mil ingressos.** Uol. São Paulo. Publicado em 05/01/2016 no.. Disponível em: <https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2016/01/05/com-ajuda-de-fieis-filme-os-dez-mandamentos-ja-vendeu-150-mil-ingressos.htm>.

Apêndice: Entrevistas

Entrevistado 1

- Quanto tempo você frequenta a IURD ?

- Faz quatro anos que frequento a Igreja, quatro anos e 6 meses

- Você já assistiu ao filme *Nada a perder 2*?

- Sim, e também lá li o livro também... Que na verdade o filme foi baseado em cima do livro, né?! De quando o Bispo Edir Macedo começou a sua trajetória, né?! Na montagem da igreja Universal, e daí que tiraram o filme.

- E você chegou assistir o primeiro filme (*Nada a perder. Contra tudo. Por todos*)?

- O primeiro eu assisti e foi na minha opinião: é, foi muito bom, entendeu? Porque ali a gente pode ver não somente a perseguição pessoal do Bispo Edir Macedo mas também a perseguição de Jesus, que também Jesus foi perseguido como ele foi, entendeu? Ele foi preso, ele também foi para julgamento, falaram que ele tava com charlatanismo, curandeirismo. Isso na verdade a gente sabe que é mentira. Então, a gente vê isso... a perseguição que ele também sofreu.

- O que te levou à assistir os filmes?

- Bom, como eu já conhecia um pouco sobre a história do Bispo Edir Macedo, eu particularmente, foi crescendo uma curiosidade de conhecer, se era verdade, se era mentira. Aí, quando antes de eu vir para Igreja Universal eu tinha um conceito, entendeu? Realmente a Igreja rouba, Igreja pede dinheiro, só que quando eu vim e comecei a participar das reuniões, comecei a participar da Igreja, eu vi que era totalmente diferente do que a mídia mostrava. Então, eu na minha opinião, eu gostei, eu gostei muito.

- O filme atendeu suas expectativas, ou até mesmo superou elas?

- Superou todas, porque é *aquela coisas*: só a gente vendo que a gente vai poder tirar uma conclusão da nossa pessoa, porque é muito fácil a gente ouvir falar e não olhar o que é realmente verdade ou mentira.

- E você acha que esse filme é indicado para pessoas de outras Igrejas ou ele é voltado para o público da própria IURD?

- Não, de forma alguma. É abordado para todos os evangélicos, católicos, enfim. Não tem religião específica, quem quiser ir lá assistir e ver, vai ver que: se dentro dela existe uma fé, a pessoa tem que lutar pela aquela fé, entendeu? Ela tem que lutar pelo direito dela, e o filme, o dois que aborda o crescimento da Igreja Universal em outros países. Ele também, certifica que a gente que temos que lutar pelos nossos sonhos. Lutar pelo aquilo que a gente acredita na nossa vida, entendeu? Porque é muito fácil a gente sonhar mas a gente correr atrás do nosso sonho, aí é outro totalmente diferente.

- A sua percepção sobre o Edir Macedo mudou em relação ao filme. Como é que foi?

- Não, mudou muito, entendeu? Porque como eu já tinha falado que quando a gente ouve falar mal de uma pessoa, a gente acaba criando um pensamento ruim daquela pessoa mesmo a gente não conhecendo ela, entendeu? Então, quando eu comecei a pesquisar mais sobre ele através dos filmes eu pude ver que ele é uma pessoa totalmente diferente daquilo que eu pensava. Então, eu tava criando uma imagem, sendo que ele era totalmente diferente e realmente, o filme superou as minhas expectativas, gostei muito, né? Sendo que eu já assisti mais de duas vezes, entendeu? E eu sempre gosto de assistir. O livro também, o volume dois que é muito bom também, que engloba toda a trajetória da Igreja Universal.

- Em relação aos ingressos, como é a divulgação aqui na Igreja, se vocês têm alguma reunião ou culto específico para falar sobre. Como é essa relação da Igreja como filme?

- É, sempre quando tem algum filme cristão que vai, que a gente vê, que vai acrescentar na vida espiritual da pessoa. A gente fala ó: Vai ter um filme tal que vai acrescentar na nossa vida espiritual que vale a pena você ver. Porque daquele filme você vai poder tirar um proveito para que... Que venha acrescentar mais na nossa vida espiritual. E a gente fala assim, quem ainda não assistiu o filme e não tenha a possibilidade comprar o ingresso a gente dá o ingresso para a pessoa e ela vai lá e assiste o filme.

- Vocês ainda têm ingressos para o filme?

- A gente tem bem poucos na verdade, porque a gente comprou para poder dar... A gente comprou bem poucos, entende? O resto a gente deixa para poder comprar no cinema.

Como é distribuído os ingressos na Igreja? É somente para quem não tenha acesso ou é para qualquer fiel que tenha vontade de assistir o filme?

- É mais voltado para aquele que não tenha a possibilidade, né. Por exemplo, se tem uma pessoa que tem uma condição financeira boa, por que ela vai poder tirar o que a outra não tem condições de comprar? Então, a gente vê e analisa a pessoa para ver se ela tem realmente ou não, condições de ter, adquirir o ingresso para poder ver o filme.

Mais alguma coisa para acrescentar?

- Eu gostei muito do filme, é muito fácil a gente tacar pedra sem conhecer a pessoa, a gente tem que ver se realmente é o que a mídia fala. É o que todo mundo pensa porque todo mundo tem um pensamento diferente, todo mundo tem um pensamento desigual, vamos se dizer assim, entendeu? Mas só conhecendo que a gente consegue ver a pessoa, se realmente a pessoa de bem ou uma pessoa que quer tirar proveito da vida da outra pessoa.

Então, você acha que o filme consegue passar a "verdade" em relação ao Edir Macedo?

- Com certeza consegue, ele muda totalmente o pensar, né? E o falar do Bispo Edir Macedo.

Entrevistado 2

- Gostaria de saber se o filme Nada a Perder 2 atendeu suas expectativas?

- Para gente que viveu a história, que eu já tô há vinte e oito anos na Igreja. Então, por todas essas situações que a Igreja já passou, a gente que acompanhou pela televisão, pelo rádio. Então, assim ó, deu pra ver bem nesse filme as lutas, mais as guerras que o Bispo passou. Mas deu também para nós ver a mão de Deus agindo. Não o homem, entendesse? Mas Deus agindo. O filme número um... O primeiro filme foi muito bom. Foi muito, muito forte. A gente poder ver desde o início da igreja, quando ela começou, “as”... Sabe desde o início do fundo de quintal, aquelas coisas, né. D-do ... Porque ela iniciou n-no coreto, né. Então deu pra gente ter uma ideia, a primeira igreja que foi alugada. os primeiros bispos, os primeiros pastores da igreja. Mas, o mais... Uma das coisas que mais me marcou assim, sabe? O que que eu ia te falar? A fé. Porque hoje em dia se a gente não tiver fé a gente não... A gente acaba morrendo por dentro e espiritualmente, sabe? Porque hoje em dia dizer que tem fé todo mundo fala mas agora, tu agir a fé, colocar essa fé em prática não é todo mundo.

Os filmes mudaram sua visão sobre o Bispo Edir Macedo?

- Claro, ah sim, foi muito forte. E-eu tive o prazer de ver agora o segundo filme. *Bah*, teve umas partes, não sei se tu teve a oportunidade de ver. Mas muito forte, a parte aquela que quando ele sobe no monte, porque às vezes a gente tem que sair da nossa zona de conforto. Isso até foi uma das coisas que me chamou atenção, que a gente tem lutas diárias, né? Trabalho, colégio, na família. Todo mundo têm lutas, enquanto a gente tiver nesse mundo aqui, é ou não é? Com Deus ou sem Deus nós vamos ter lutas. Só que com Deus nós temos, nós temos vitória. Então nesse segundo filme deu pra mostrar bem e ver bem que aumentou as guerras, aumentou as lutas, sabe? E ele se viu num saída: o que fazer? Mas ele já estava orando, já estava jejuando mas não estava resolvendo nada. Foi quando Deus tocou no coração dele e dele subir no monte, e levar todos aqueles processos porque ... Pras pessoas que queriam o fim da Igreja, pra ele a Igreja já tava terminada que era mais de dezenove projet... processo. Então, ele juntou todos esses processos e botou na mochila e ele mesmo carregou até lá em cima e quando ele fez uma oração e colocou tudo assim... Como tivesse colocando nas mãos de Deus, sabe? Aí dal adiante começou a resolver um, resolver outro, aquelas pessoas que... Porque uma das coisas que, não sei se você tiver oportunidade de ver esse filme aí. Você vai ver que o Bispo sempre foi criticado, sempre foi apedrejado, só que nunca levantou a voz para ninguém. Ele sempre dobrou o joelho dele, e isso colocou na confiança de Deus, sabe? E Deus honrou. O segundo filme é muito forte. Mas a gente que vivenciou tudo isso na obra, que viu que saiu pessoas voltou pessoas. É uma, é uma guerra e nem todos estão preparados pras lutas. Às vezes a pessoa tem fé mas começa as guerras, as lutas, as perseguições. Mas a gente que tá, hoje eu tô fechando o que? Vinte e nove anos de Igreja. *Bah*, então a gente pegou bem do início, eu chorei muito com o primeiro. No segundo, eu pensei que não ia chorar, mas chorei mais ainda porque tu pensa, tu vê a mão de Deus sobre a igreja.

- Nas sessões do primeiro filme (*Nada a Perder. Contra tudo. Por todos*) eles estavam distribuindo lenços. O senhor recebeu?

- Recebi aquele lenço. Ali foi uma jogada até muito, muito forte. A gente falava em fé, agir a fé. E no final aquele lenço foi dando para as pessoas agir a fé delas. Não sei se você tá me entendendo? Porque cara, a gente sabe que pra chamar a atenção de Deus. Para acontecer um milagre. Uma bênção não precisa de uma rosa, não precisa de um jornal, é ou

não é? Deus vem e abençoa, mas às vezes se tu conseguir materializar hoje. Hoje em dia tu consegue fazer a pessoa agir a fé dela, que ela tem algo ali, que ela tem um compromisso na mão. Não sei se tu tá me entendendo. Não é lenço que vai abençoar, não é a rosa que vai abençoar. E sim, o que a pessoa vai fazer, se quem que orar: vai orar, se tiver que jejuar: vai jejuar. Quando você consegue materializar isso, tu bota a pessoa num compromisso, uma responsabilidade. Porque se não eles ouvem a palavras ali na porta e vem as guerras, até já esquece. E tu tendo algo que tá materializado, não que é aquilo ali que vai ser, não é. Mas é uma coisa que tu vem a exercitar a tua fé.

- É uma forma de trazer pessoas para a Igreja?

- Isso, isso também e vou dizer assim: Quando eu cheguei na igreja, eu disse que nunca ia botar os pés na Igreja Universal, eu detestava, falava mal. Eu falava mal, eu julgava, xingava. Várias vezes quando eu cheguei aqui eu sentava no último banco para falar mal, nas horas da oferta eu falava mal. Eu sempre fui um cara assim, mas eu cheguei aqui com a minha vida totalmente destruída. Mas eu vinha com a visão do que as pessoas me diziam. Mas eu disse não, eu vou ter que ir lá para ver, um dia sem querer, Deus tocou no coração e falou: “vai lá”. “Eu digo, vou lá”. Vou ver o que tanto falam mal dela, né? Eu vou ter que ver, né. Mas aí tu não vai acreditar, eu mesmo, minha esposa nós nos separamos seis vezes. A minha esposa não podia ter filhos. E a gente descobrindo esta, está fé. Porque eu tive em várias outras igrejas, e diziam que era o carma, é o mal, você tem que se acostumar, sabe? Mas quando eu cheguei aqui na igreja. O pastor não olhou pra mim e fez uma oração: “A luta de vocês passa a ser nossa”.

- Os ingressos foram pagos pelo senhor ou foram distribuídos aqui na Igreja?

- A gente fez cantina para ajudar a dar ingressos para as pessoas, vendemos muito lanche, pastel, sabe? Para poder ajudar aquelas pessoas que não podem comprar.

- Os obreiros que ajudaram na compra de ingressos para distribuir para os fieis?

- Sim, foi feito vendas de lanche, um monte de coisas, o pessoal foi trazendo tortas, bolos, pastel, sabe? A gente se virou, rifa, gincana... Porque têm pessoas, muita gente não tem condições de ir ao cinema, entendeu? Hoje em dia uma pessoa que ganha um salário mínimo, ela vai tirar dinheiro do feijão, do arroz para poder ver um filme? por mais que goste ... E é uma maneira das pessoas fazerem um passeio, é ou não é? De unir um pouco a família e da pessoa conhecer mais do trabalho da Igreja.

- Vocês se organizaram bem antes, então?

- Ah é, bem antes, um ano antes já tava trabalhando, sim. Trabalhando direto.

Entrevistado 3

- O que te levou a ver o filme *Nada a Perder 2*?

- É... O que me levou a ver o filme, é porque entendi que existe um Deus que é espírito e que ninguém consegue entender. Muitas pessoas não “conseguem” entender que é o Espírito Santo... Que é o Espírito Santo que o dono da obra “tanto” do Edir Macedo vinha lutando e continua lutando.

- O filme atendeu suas expectativas?

- Atendeu porque eu já vi esse filme cinco vezes, contando com a de hoje. E a cada momento que eu vejo, a cada dia que eu vejo. Sempre falta alguma coisa que eu deixei de olhar, de ver nos primeiros filmes. E a minha fé aumenta cada vez mais.

- Você já assistiu o filme *Nada a Perder: Contra tudo. Por todos?*

- Não, eu só assisti o dois.

- O senhor é fiel da Igreja Universal do Reino de Deus?

- Sou, olha eu me firmei agora pouco tempo. Eu não “tava” crendo. não tinha uma fé sólida, mas aí o Espírito Santo foi abrindo meu entendimento, eu vi que “tava” no lugar certo. Porque eu queria... queria do meu jeito, sabe? E ali, através da bíblia, o Espírito Santo deu a direção pra eu crer na palavra do senhor Jesus: que é a palavra verdadeira. Aí que eu pude entender...

- Depois de assistir o filme mudou sua percepção sobre o Bispo Edir Macedo, ou não?

- Olha, concerteza, eu já creio nele e agora vendo o filme mais ainda porque é Espírito Santo que é o dono da obra, não Bispo Macedo. É o Espírito Santo que é o dirigente, se o Bispo Macedo fazer alguma coisa errada o Espírito Santo tira ele da obra, por isso ele não pode fazer nada errado. Por isso eu creio nele. Em primeiro lugar no Senhor Jesus, depois no Bispo Macedo

- E os ingressos o senhor os comprou ou foram distribuídos pela Igreja?

- Olha, como te falei, eu já assisti o filme cinco vezes o filme. E as cinco vezes eles me deram o ingresso. E com certeza se eu for hoje buscar mais ingressos, têm mais ingressos me esperando

- Durante as reuniões em que o senhor foi alguma vez foi mencionado o filme. Havia alguma conversa com os pastores sobre o filme?

- A única coisa que eles disseram foi assim ó: “Temos ingressos para ver o filme”. E não falaram mais nada. Tá entendendo? “Temos ingressos para ver o filme do Bispo Edir Macedo, que fala da vida dele, e mais nada. Se quiserem tem ingresso aqui.

- Mais alguma coisa que queira acrescentar sobre o filme?

- As pessoas que não viram que venham, que vai mudar o entendimento delas. Vão ter outra visão, assim como eu tive... Como eu tô tendo mais ainda “nessa” quinta vez eu eu tô vindo. Que desde a primeira vez que eu vi o primeiro filme já abriu mais o meu entendimento.