

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SOCIEDADE E DESENVOLVIMENTO REGIONAL –
CAMPOS DOS GOYTACAZES-RJ
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

NATHALIA DA CONCEIÇÃO FREITAS

Território e psicosfera: uma análise da produção cinematográfica pentecostal de terceira
onda (2005-2018)

CAMPOS DOS GOYTACAZES – RJ

2022

NATHALIA DA CONCEIÇÃO FREITAS

Território e *psicoesfera*: uma análise da produção cinematográfica pentecostal de terceira
onda (2005-2018)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento
de Geografia da Universidade Federal Fluminense como
requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em
Geografia.

Orientadora: Profa. Dra. Silvana Cristina da Silva

Campos Dos Goytacazes – RJ

2022

NATHALIA DA CONCEIÇÃO FREITAS

Território e *psicoesfera*: uma análise da produção cinematográfica pentecostal de terceira
onda (2005-2018)

Trabalho de conclusão de curso apresentado no Instituto de Desenvolvimento de Ciências da
Sociedade da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial à obtenção do grau de
Bacharel em Geografia, defendido e aprovado em _____, pela banca examinadora
constituída pelos professores:

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. SILVANA CRISTINA DA SILVA
Universidade Federal Fluminense

Profa. Dra. ELIS DE ARAÚJO MIRANDA
Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. FÁBIO PY MURTA DE ALMEIDA
Universidade Estadual Norte Fluminense Darcy Ribeiro

AGRADECIMENTOS

Antes de qualquer coisa, agradecer aqueles que foram responsáveis pela formação da minha história, bem antes de eu vir ao mundo. Agradecer por resistirem a todo sofrimento, por terem superado todas as dificuldades com excelência, e não terem desistido de lutar pelo melhor. Dizer que conseguiram, a nossa família hoje ocupa lugares mais dignos nesta vida, e graça a vocês, podemos almejar o que quisermos. Dona Maria e seu Francisco, vó e vô, obrigada por tudo.

Agradecer aqueles que foram responsáveis diretos por essa, e por várias outras etapas da minha vida. Tive a sorte de não só sempre tê-los do meu lado, como pude contar com todo tipo de apoio. Tive a sorte de ter um pai e uma mãe que nunca mediu esforços para me dar o melhor, mesmo que isso os custasse muito. Hoje eu realizo um sonho de vocês. E saibam que isso tudo é muito mais sobre vocês, do que sobre mim. Tudo na minha vida, sempre será sobre vocês, sobre o que vocês merecem, sobre o que eu devo retribuir, e vou. Obrigada por tudo, isso é só o começo.

À família mais maravilhosa que alguém poderia ter. Minhas tias Rita, Bia e Rosana, meu tio Milton, e meu primo Diego. Pessoas que passaram por todo tipo de provação que se pode imaginar, mas sempre estiveram ali firmes e resistentes. Grandes exemplos que carrego comigo desde sempre. Obrigada por todo apoio que sempre tive, desde o financeiro até o emocional. Isso tudo também é por vocês.

Um parágrafo mais que especial para a cidade de Campos, que não só me acolheu nesse período de formação, como colocou para sempre na minha vida pessoas que eu amo imensamente.

A começar pelo meu amor, meu companheiro, meu namorado, Matheus. Responsável direto por eu ter conseguido chegar até aqui. Como foi importante nessa formação, longe de casa e da família, ter alguém com quem contar sempre que eu precisasse. Obrigada por cada momento, cada história, cada carinho e cumplicidade. Por toda ajuda, e por toda as vezes que me fez acreditar em mim. Eu te amo, estarei sempre aqui pra você.

Agradecer a outra família que ganhei nessa estadia por Campos. A família Quitete que me acolheu como filha, que cuidou de mim, e me fez sentir em casa, mesmo a horas de distância da minha. Sérgio, Simone e Mariana, obrigada por toda ajuda, e por todos os momentos. Nunca

consegurei agradecer por tudo que vocês fizeram por mim nesses 4 anos. Vocês estarão para sempre na minha vida.

Agradecer a UFF, pela pessoa que ela me transformou, pelos professores que tive oportunidade de estar junto e pelos amigos que me deu.

Agradecer a minha orientadora, Silvana, por toda paciência, cada ensinamento, toda atenção e cumplicidade, principalmente nesse período de realização da pesquisa. Foi um prazer incrível estar junto com você nestes anos, e realizar esse e os outros projetos. Sempre com muita parceria e respeito. Obrigada.

Ao grupo de pesquisa TeCidades, por terem me acolhido com todo carinho, e por toda ajuda em diversos momentos que precisei.

À FAPERJ pela concessão da bolsa de iniciação científica, que foi de suma importância para a realização deste projeto

E por último a mim. Por toda garra, força de vontade, por ter superado todas as dificuldades, por não desistir, por saber a importância dessa formação não só para mim, e finalmente por conseguir.

*“Pra que amanhã não seja só um ontem
Com um novo nome”*

(Emicida)

RESUMO

O cinema também é parte do processo de expansão evangélica no território brasileiro, especialmente porque é difusor das crenças e de visões de mundo. O desdobramento desse fenômeno social manifesta-se em distintas dimensões da sociedade brasileira e traduzem a importância da temática para compreender as dinâmicas espaciais, disputas de poder e disseminação de informações que sustentam a hegemonia de grupos sociais na economia e na política. Assim, compreendemos que há um entrelaçamento das redes de expansão evangélica e o uso do território, sendo o cinema parte do processo, pois ele contribui para fabricar a *psicoesfera*. Esta define-se como um sistema de pensamento, crenças, vontades e paixões como apontou Milton Santos, que se completa na tecnoesfera, o sistema de objetos. O cinema passa a ser a ferramenta técnica que compõe essa ação racional e modernizadora de difundir valores culturais formadores de comportamentos. Sendo assim, objetivo compreender como as igrejas evangélicas brasileiras, especificamente as de terceira onda pentecostal, vem utilizando o cinema como uma ferramenta estratégica para organizar e difundir suas doutrinas, crenças e moldar comportamentos com efeitos práticos no território, a partir de uma análise que compreende de 2005 até 2018. Metodologicamente o estudo realizou o levantamento de filmes nacionais que se enquadram como produções voltadas para o público evangélico, com destaque para os filmes de grande bilheteria como “Os Dez Mandamentos” e “Nada a perder”, além disso, foram catalogadas as principais empresas (produtoras e distribuidoras) que trabalham nesse segmento. Também foi realizada a análise filmica das principais produções como “As Estrelas Me Mostram Você” e “Três Histórias, Um Destino”. Como resultados, constatamos que esses filmes foram feitos com intuito de estabelecer uma resposta social, partindo do ponto de vista do sagrado. As atuais manifestações religiosas, principalmente de seguimento pentecostal de terceira onda, estão em sintonia com as necessidades da modernidade. Por meio do cinema, que compõe os sistemas técnicos artificiais e universalizantes, a mensagem bíblica das igrejas evangélicas passa a ser transmitida de maneira mais ágil. Nesse sentido, concluímos que o uso do cinema pelas igrejas evangélicas contribui com a formação da *psicoesfera*. Esta materializa as ações que formam, regulam e padronizam as imagens do mundo. Além disso, tais ações são formadoras de identidades sociais, já que a *psicoesfera* expressa a internacionalização das crenças, hábitos e comportamentos, gerando a perda de identidades desses sujeitos ligados a estes consumos. Por fim, observamos nessas produções fílmicas, as religiosidades performáticas, onde discursos de conversão são colocados no centro, ignorando cada singularidade, originalidade pessoal e os conflitos sociais.

Palavras-chaves: Território, Psicoesfera, Tecnoesfera, Cinema.

ABSTRACT

Cinema is also part of the process of evangelical expansion in Brazilian territory, especially as it spreads beliefs and worldviews. The unfolding of this social phenomenon is manifested in different dimensions of Brazilian society and reflects the importance of the theme to understand the spatial dynamics, power struggles and dissemination of information that sustain the hegemony of social groups in the economy and politics. Thus, we understand that there is an intertwining of evangelical expansion networks and the use of territory, with cinema being part of the process, as it contributes to manufacturing the psychosphere. This is defined as a system of thought, beliefs, wills and passions as pointed out by Milton Santos, which is completed in the technosphere, the system of objects. Cinema becomes the technical tool that composes this rational and modernizing action of disseminating cultural values that form behaviors. Objective to understand how Brazilian evangelical churches, specifically those of the third Pentecostal wave, have been using cinema as a strategic tool to organize and disseminate their doctrines, beliefs and shape behaviors with practical effects in the territory, based on an analysis from 2005 to 2018. Methodologically, the study carried out a survey of national films that fit as productions aimed at the evangelical audience, with emphasis on the high-grossing films such as "Os Dez Mandamentos" and "Nothing to lose", in addition, the main companies (producers and distributors) that work in this segment. A film analysis of the main productions such as "As Estrelas Me Showm Você" and "Três Histórias, Um Destino" was also carried out. As a result, we found that these films were made in order to establish a social response, from the point of view of the sacred. The current religious manifestations, mainly of third wave Pentecostal follow-up, are in tune with the needs of modernity. Through the cinema, which makes up the artificial and universalizing technical systems, the biblical message of the evangelical churches starts to be transmitted in a more agile way. In this sense, we conclude that the use of cinema by evangelical churches contributes to the formation of the psychosphere. This materializes the actions that form, regulate and standardize the images of the world. In addition, such actions are forming social identities, since the psychosphere expresses the internationalization of beliefs, habits and behaviors, generating the loss of identities of these subjects linked to these consumptions. Finally, we observe in these film productions, the performative religiosities, where conversion discourses are placed at the center, ignoring each singularity and personal originality.

Keywords: Territory, Psychosphere, Technosphere, Cinema.

LISTA DE SIGLAS

ANGRADE	Academia Teológica da Graça de Deus
ANCINE	Agência Nacional de Cinema
CFDB	Christian Film Database
COFAP	Comissão Federal de Abastecimento e Preços
EUA	Estados Unidos da América
FAPSP	Faculdade do Povo São Paulo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia Estatística
IIGD	Igreja Internacional da Graça de Deus
IURD	Igreja Universal do Reino de Deus
MEC	Ministério da Educação
PNDA	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
SCIELO	Scientific Electronic Library Online
TECIDADES	Territórios e Cidades
UFF	Universidade Federal Fluminense

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Plataforma de <i>streaming</i> da Pure Flix.....	61
Figura 2: Plataforma de <i>streaming</i> do Feliz 7 Play	68
Figura 3: Linha do tempo mercado cinematográfico gospel brasileiro	69

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Composição Religiosa no Brasil – 2010.....	23
Tabela 2: Composição Religiosa no Brasil – 2020.....	24
Tabela 3: Composição da expansão evangélica nas regiões brasileiras – 2020.....	25
Tabela 4: Congregações e algumas igrejas evangélicas brasileiras	27
Tabela 5: Circuito de exibição por UF (1944 – 1977).....	43
Tabela 6: Número de salas de cinema e cineteatros no Brasil (1944-1967).....	45
Tabela 7: Taxa de urbanização das regiões brasileiras (1940 A 2010).....	51
Tabela 8: Dados gerais da exibição no país – 2011 a 2020	51
Tabela 9: Quantidades de salas de exibição por estado (2007 a 2020).....	55
Tabela 10: Quantidades de salas que receberam filmes nacionais e internacionais por lançamento (2009-2020)	57

LISTA DE MAPAS

Mapa 1: Municípios com e sem sala de cinema regular em 2018	42
Mapa 2: Salas de exibição por unidade federativa no ano de 2020	56

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Porcentagem da população que vive em área urbana, por região (2015)	41
Gráfico 2: Percentual de salas de exibição por local de funcionamento (2019).	47
Gráfico 3: Evolução do Número de Salas de Exibição (1980 a 2020)	48
Gráfico 4: Número de Salas de Cinema nas Capitais (2021).....	50
Gráfico 5: Público presente por estados nas salas de cinemas para assistir o filme “Nada a perder” (2018)	54

Sumário

AGRADECIMENTOS.....	4
RESUMO.....	6
ABSTRACT	7
LISTA DE SIGLAS	8
LISTA DE FIGURAS.....	9
LISTA DE TABELAS.....	10
LISTA DE MAPAS.....	11
LISTA DE GRÁFICOS	12
1. INTRODUÇÃO.....	14
1.1. PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVOS	14
1.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
1.2 METODOLOGIA.....	20
2 EXPANSÃO EVANGÉLICA NO BRASIL.....	23
2.1 OS EVANGÉLICOS HISTÓRICOS	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
2.2 AS TRÊS ONDAS PENTECOSTAIS.....	28
3 MEIO TÉCNICO-CIENTÍFICO-INFORMACIONAL: URBANIZAÇÃO E O CINEMA EVANGÉLICO	36
3.1 UMA BREVE PERIODIZAÇÃO DO CINEMA NO BRASIL.....	39
3.2 CINEMA EVANGÉLICO: PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO.....	58
3.3 CINEMA GOSPEL E AS IGREJAS PENTECOSTAIS: A FORMAÇÃO DA PSICOESFERA	69
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	82
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
6 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	90
7 ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO TCLE	92
8 ANEXO B – QUESTIONÁRIO PARCIAL DE ENTREVISTA	97

1. Introdução

1.1. Problema de pesquisa e objetivos

Compreender características socioculturais como influenciadoras diretas da expansão do pensamento coletivo de uma sociedade, levanta questionamentos sobre a intenção de determinadas instituições, ao propagarem através de determinadas ferramentas, que neste caso é o cinema, ideias homogeneizadoras que as favorecem. Foi nessa perspectiva que a presente pesquisa foi pautada. O cinema se traduz como o registro e a exibição de imagens em movimento na tela. No entanto, para além desta concepção, compreendermos o poder desta arte em não somente entreter, mas sim enxergá-la como objeto capaz de educar, criar visões de mundo ou mesmo doutrinar. Um método próprio de influenciar cidadãos e dinâmicas culturais de país.

As denominações religiosas pentecostais de terceira onda, como afirma Mariano (1996) exercem hoje grande influência no território nacional. Trata-se de denominações religiosas que alcançaram grandes números de fieis, com forte ativismo nas representações políticas, em cargos nos poderes executivos, legislativos e judiciário e também estão fortemente vinculados à mídia. A religião sempre fez parte da vida do homem, visto até como uma necessidade (ROSENDAHL, 1999). Esse entrelaçamento entre as esferas da vida material e imaterial acaba por caracterizar novas projeções dentro do espaço urbano. Seguindo a ideia de que para a ascensão de uma parte, há necessidade da dominação da outra. São objetos que não se separam, pelo fato de construírem uma mesma lógica espacial, mesmo dentro de suas particularidades. E compreender como estas instituições vêm utilizando o cinema como projeto desta dominação, é o enfoque desta pesquisa.

As variações que podem ser inseridas dentro da construção de um filme, levaram os evangélicos a manifestarem uma preocupação com o cinema de forma mais sistematizada, e assim surgiram várias formas de organização cristã voltadas para a tentativa de manter o cinema sob os desígnios da orientação da Igreja. Ao reconhecer o papel que o cinema exercia na formação das consciências, o mercado cinematográfico brasileiro, narra um pequeno, mas considerável histórico de mobilização por estes grupos. Estes critérios que demonstram o crescimento desse novo movimento, são perceptíveis, pelo considerável aumento de produções desse estilo que vem surgindo, pela bilheteria atrelada a filmes que chegaram nas salas de cinema do país, e também pela extensa lista de novas plataformas de *streaming* que já existem no mercado hoje.

Como a linguagem cinematográfica, é muito rica, possibilita através de associações entre a música, a fala e o drama, expressar mensagens diferentes de maneira criativa, tocante inconsciente da audiência, para quem assiste “embaralhando as fronteiras do que entendemos por realidade e ficção”, exigindo do espectador, uma tomada de decisão para posicionar-se não mais como consumidor passivo de cinema, mas ativo, fazendo parte do processo de construção do senso crítico” (SILVA; DAVI, 2012).

Nesse sentido, objetivamos utilizar de concepções da geografia, propostas por Milton Santos, que elaborou as teorias sobre o espaço geográfico, cujos conceitos de psicoesfera e tecnoesfera têm centralidade e estes são norteadores desta pesquisa.

Milton Santos compreendia o espaço como produção do homem na relação com a totalidade da natureza que se dá por meio da técnica. Técnica esta que corresponde a um tempo determinado pela produção dos homens. Santos (1978) explica que a todo momento o conhecimento se amplia e diversifica, nesse entendimento é preciso construir novos sistemas que permitam identificar a totalidade dos processos. Como eles se reproduzem na realidade, de forma a introduzir coerência e lógica na sua unidade. Neste sentido, questionamos como o movimento pentecostal, em especial da terceira onda (FREESTON, 1993), enxergou a possibilidade de se comunicar com seus fiéis através das novas tecnologias de informações e comunicação? E como puderam atingir uma dinâmica espacial que se torna cada vez mais consolidada? Foi para responder a esses questionamentos, que esta pesquisa foi organizada. Para além da estruturação teórica, analisamos os conteúdos cinematográficos destas instituições, especificamente das produtoras Graça Filmes, Red Filmes, Record Filmes, 360 WayUp e Feliz 7 Play, para abordar essas questões.

Como proposto por Milton Santos, região ou o lugar podem ser compreendidos, ainda, pelas esferas da vida que se completam, isto é, pela psicoesfera e pela tecnoesfera. A tecnoesfera, esta representa a crescente artificialização do meio geográfico, na qual a natureza é substituída pela técnica, fruto da crescente importância da ciência e da tecnologia. A psicoesfera é o resultado da subjetividade, dos desejos, das crenças e das vontades quando, então, percebe-se o estímulo ao comportamento prático e, também, filosófico (SANTOS, 1994). Em sua ótica, a tecnoesfera possui viés mais técnico, sendo dependente da ciência e da tecnologia. Por conseguinte, abrange as relações técnicas e informacionais. Já a psicoesfera se vincula às ideias e sentimentos, à produção de um sentido para as ações. A psicoesfera consolida, às vezes, antecede a tecnoesfera. A tecnoesfera e a psicoesfera têm uma existência

conjunta e indissociável. Ambas são pilares do meio técnico-científico-informacional. Os objetos e lugares são híbridos, pois pertencem à tecnoesfera e à psicoesfera.

Em geografia, o que chamamos de técnica, tem um papel indispensável na construção do espaço. Diversos autores que permeiam a história do pensamento geográfico, relacionam a técnica como um produto da práxis humana. Atuando de forma objetiva, seria a técnica o “meio” e a principal transformadora do quadro natural, produzindo novas noções de um espaço geográfico (SANTOS, 1999). Segundo Jacques Ellul (1968, p.126), nessa invasão técnica não apenas sobressai novos valores, ela destrói as civilizações e suas tradições antigas, agravando o declínio de suas culturas. Porque as transformações que são impostas causam choque em todos os setores, fazendo com que surjam conflitos e discussões internas resultantes da técnica. Na política começa a aparecer as ditaduras modernas, na economia, sua estrutura econômica é estreitamente modificada, e até na arte, a mecanização invade o processo de criação (ELLUL, 1968). Pierucci (2008) acentua que o processo histórico-religioso brasileiro, desencadeou em um processo de desregulação religiosa, isso porque, houve um crescimento de um amplo mercado religioso desmonopolizado e com concorrência entre os produtores e distribuidores religiosos. Legitimando a essência desta competição religiosa.

O desdobramento desse fenômeno social manifesta-se em distintas dimensões da sociedade brasileira e traduzem a importância da temática para compreender as dinâmicas espaciais, disputas de poder, disseminação de informações e sobre todas estratégias de territorialização que integram o poder religioso, ao poder político e econômico. Este processo de reprodução de uma cultura religiosa só ocorre com seus valores próprios porque há bases materiais consolidadas que viabilizam esse processo.

Por meio desta pesquisa, objetivo compreender qual o entrelaçamento desse segmento religioso de terceira ordem pentecostal para organização e produção do espaço através do cinema, em um recorte temporal de 2005 até 2018. Para isso faz-se necessário entender conceitos utilizados por Milton Santos, tais como *psicoesfera* e *tecnoesfera* (SANTOS, 1994). Essas inovações tecnológicas que configuram, cada vez mais, o espaço como um meio *técnico-científico-informacional* (SANTOS, 1994). As novas tecnologias da comunicação e da informação tornam-se mediadoras da comunicação com os fiéis. Dessa forma, é necessária a compreensão da tecnoesfera, sistema de objetos. Igualmente necessária, a compreensão dos sistemas de ações, a psicosfera). A apropriação e geração da psicoesfera é uma estratégia relevante (embora não seja única) para expansão das instituições, que por sua vez modelam o

território. A partir da tecnoesfera e da psicoesfera, pode-se definir os lugares segundo suas densidades técnica, informacional e comunicacional. Quanto maiores as inovações tecnológicas, a ciência aplicada à produção e à informação, maiores serão as densidades técnica e informacional e suas dependências da conjuntura internacional. (SANTOS, 1997). A partir disso, busco fazer uma periodização da evolução do cinema evangélico nacional, definir quem são os principais agentes produtores e distribuidoras responsáveis, identificar os vínculos entre as igrejas e as produtoras e distribuidoras desses filmes com relação ao financiamento e os profissionais atuantes no circuito do cinema evangélico, investigar e selecionar os filmes de grande impacto (em termos de bilheteria), e por fim, analisar como o conteúdo veiculado nos filmes contribuem para a formação da psicoesfera no território brasileiro.

O crescimento de um segmento tido como gospel de fato se tornou possível através da consolidação do mercado musical. Segundo Cunha (2007), essa nova tendência foi rapidamente utilizada pelas gravadoras comerciais, que investiram na capitalização deste novo produto, através do marketing, conseguindo assim facilmente popularizá-lo. No entanto, esse movimento abriu espaço para o surgimento de novos nichos, como a utilização do próprio cinema. Como foi o caso das rádios e programas televisivos. Ainda nessa lógica, Cunha (2007) aponta que a cultura do mercado se afirmar pela consumação de bens e serviços, que tornam as pessoas cidadãs, no entendimento da cultura de mercado c, consumir esses bens e serviços religiosos, se concretiza em ser tornar cidadão no Reino de Deus. O consumo aqui não se trata apenas de uma lógica de mercado, mas sim um elemento popular de valores religiosos. “O fato de os cristões terem se tornado um segmento de mercado já pode ser identificado na programação da mídia religiosa eletrônica, o que muda a relação dos produtores religiosos com o meio” (CUNHA, 2007, p. 144). Nesse trabalho especificamente, busco analisar somente o cinema, tendo em vista que se trata de uma nova frente deste segmento, que vem contribuindo para a formação de uma psicoesfera dentro do território.

1.1 Fundamentação teórica

O cinema vem cada vez mais se tornando atrativo aos olhos dos pesquisadores da geografia. Esse interesse partiu pelo fato do cinema ser um importante dispositivo técnico capaz de ater a representação do mundo. Uma vez que, é papel do geógrafo também é interpretar a paisagem, dentro de suas múltiplas abordagens, a paisagem no cinema passa a ser uma nova forma de perceber o espaço geográfico (MAIA FILHO, 2019, p.3).

Para Neves (2010), pelos aspectos de produção e distribuição, pela estética de elaboração (enquadramento, simultaneidade de imagens, edição e montagem, etc), que foi

percebido, por diversas áreas do saber científico, que o cinema, de maneira subjetiva ou objetiva, oferecia compreensões dinâmicas e fracionadas de ler o espaço geográfico. Com essa composição de imagens e histórias, relacionado a estética e cultura, podemos entender o filme, como obra do mundo, que produz “mundos”, e isso se faz por meio de uma narrativa e linguagem própria, a linguagem do cinema. Moreira (2011), aponta que o cinema está para além das suas características de expressão artísticas, o cinema é sobretudo uma análise geográfica, já que produz representações de uma realidade concreta, ou seja, recria processos socioespaciais. (MOREIRA, 2011, p. 42). Para Gomes (2013) o raciocínio geográfico está associado à produção de imagens, é a partir dela que buscaremos nossa compreensão de mundo,

“(…) Desde suas origens, o raciocínio geográfico esteve associado à produção de imagens, assumindo um verdadeiro imperativo gráfico. Neste sentido, parte da tradição geográfica concebe as imagens como instrumentos tanto de percepção como de compreensão do mundo, e não apenas como exemplos ou ilustrações” (Gomes, 2013, p. 1).

Realidade e representação interagem dialeticamente, imagem e mensagem se complementam e dialogam com nossas percepções e concepções de mundo. Na geografia, concebemos a paisagem produzida por observação, que mostra a representação do sujeito, a partir de dimensões reais do concreto. Segundo Sauer (1925 *apud* CORRÊA E ROSENDAHL, 1998). quando escreveu “A morfologia da paisagem”, disse que a paisagem cultural ou geográfica resulta da ação coletiva humana, ao longo do tempo. Com bases em pensamentos positivistas em sua definição de paisagem, Sauer (1925 *apud* CORRÊA E ROSENDAHL, 1998) procura sempre um plano sistemático mais geral, enfatizando as análises estruturais e funcionais. Para ele a morfologia da paisagem, advém de um processo de um produto social e cultural, desdobrada por atitudes, crenças e valores, a partir dos seus atores históricos. Já Santos (1999), define a paisagem como transtemporal, tendo em vista que ela une objetos passados e presentes em uma construção transversal, "A paisagem é um conjunto de formas que, num dado momento, exprime as heranças que representam as sucessivas relações localizadas entre homem e natureza. O espaço são as formas mais a vida que as anima" (1999, p.103). As paisagens são resultado de processos cognitivos, mediados por representações socialmente imaginadas, imbuídas de valor simbólico. Assim, a paisagem apresenta-se de forma dual, real e reproduzida ao mesmo tempo. Para Gomes (2013), é de interesse dos geógrafos que a paisagem forneça concepções de um espaço, é necessário expor formas, volume, vegetação, dinâmicas geográficas e outros, no entanto não pode ser mais vista como uma manifestação concreta da sociedade sobre o meio, deve ser vista como a materialização das coisas, sob a subjetividade humana. A paisagem deve possibilitar descrição das conformações naturais e culturais do

espaço (MAIA FILHO, 2019, p.7). Por sua vez, a paisagem fílmica, faz relação com a subjetividade, representacionalidade e sobretudo, estética.

De acordo com Moreira (2011), a composição de imagem de um filme, são fundamentos tomados de uma dimensão geográfica e espacial, uma vez que estão ligadas a perspectiva que as imagens vão ser registradas. Um cineasta pode na produção de um filme, ser fiel a realidade, pode fazer uma recriação e interpretação da realidade, ou pode ter total liberdade poética para distorcer inercialmente a realidade, ou ainda, mesclar essas abordagens. Para Moreira (2011), nenhum filme é capaz de expressar a totalidade e complexidade das dinâmicas socioespaciais,

todo filme faz um recorte sobre uma realidade, recorte este temporal e espacial. Em tempo, nenhum filme é neutro, toda obra de cinema é carregada da intencionalidade dos autores, roteiristas e cineastas. Neste sentido, muitos filmes podem representar uma dada realidade de forma coerente e crítica, já outros podem reproduzir preconceitos, disseminar etnocentrismos, simplificar processos complexos, endeusar figuras públicas e diabolizar outras. (MOREIRA, 2011, p.41)

Lefebvre (1983), determina que o campo das imagens, faz com que o sentido do imaginário seja realocado na direção dos aparelhos de visão, ou seja, novas mediações, tanto na composição de imagens, como na sua recepção pelos sujeitos e espaços sociais. Desta afirmativa, que compreendemos a relação entre o espaço geográfico e as representações, considerando o cinema como pressuposto fundamental da realização destas representações a partir de imagens fílmicas, ou paisagens fílmicas. O cinema se torna, um objeto de recriação, se torna parte constitutiva da paisagem, escrita do imaginário e da memória social. Um narrador sobre as relações de imagens e conteúdo, do espaço em movimento.

Contudo, podemos afirmar que existe, sem dúvida uma forte relação entre a construção fílmica com relação a construção do espaço geográfico. A imagem fílmica pode e deve ser avaliada como sendo manifestação do espaço, entendendo que a geografia do cinema, extrapola o conceito de análise, a geográfica aqui, se compromete a entender um filme como documento cultural que produz significados, questiona a produção e sua tentativa de induzir esses significados e observa a reconfiguração da paisagem que foi transmitida para os espectadores, paisagem essa que se constituem por formas e conteúdos sociais.

O cinema, visto como uma atividade sociocultural, pode disseminar concepções homogeneizadoras através do uso de imagens e de discursos. Dessa forma, um conteúdo audiovisual tem a capacidade, também, de marginalizar espaços e grupos sociais através das representações audiovisuais (RADEK, 2019). A relação direta com o espectador torna-se cada

vez mais ativa. Ou melhor, tornar a mensagem que precisa ser passada “encantadora” à vista do espectador pode ser agora imprescindível para a concretude da disseminação dos fatos. O desconhecido e, na grande maioria das vezes, passivo, objetivamente falando do espectador das salas de cinema tradicionais, passa a integrar ou interferir no espaço a partir das leituras feitas através daquilo seria apenas uma encenação, ou fuga da realidade. O espectador passa agora a realizar práticas interativas e intermediais pós-cinema. A situação cinema não é mais a mesma, o *lugar* do cinema não é mais o mesmo, os filmes não são mais os mesmos. O cinema extrapola a tela (MACIEL, 2009).

1.2 Metodologia

A fim de atender as necessidades que objetivam este trabalho, ou seja, compreender a psicoesfera criada a partir dos filmes evangélicos, buscou-se aprofundar a metodologia em coleta de dados, que respondesse a questões ligadas à temática. Nesta coleta, foi levantado informações bibliográficas, que validam a construção conceitual da pesquisa. Utilizando as palavras-chaves psicoesfera e meio-técnico-científico-informacional, proposto por Milton Santos, analisados também a partir das contribuições dos autores, Jacques Ellul e Samira Kahil. Também as palavras, cinema, geografia e urbanização brasileira, foram apresentados uma seleção de autores principais, que discorrem sobre essas temáticas, sendo eles, Luiz Vadico, Roberto Lobato Corrêa e Thiago de Almeida Moreira. No que cerne o debate religioso, a revisão bibliográfica segue orientações propostas por Ricardo Mariano e Paul Freston.

A pesquisa tem um caráter descritivo e exploratório, de acordo com seus objetivos. Apresenta uma análise de dados qualitativos, uma vez que, a mesma se concretiza a partir dos dados que irão sendo revelados e resolvidos. Por isso, o trabalho conta com uma análise fílmica, que dispõe observar na prática as dimensões analisadas conceitualmente. Para isso, está análise foi submetida através de elementos fundamentais, descritos pelo historiador Luiz Vadico, que contribui academicamente com obras que discorrem o religioso e o cinema.

É importante ressaltar que, em referência a produção de conhecimento obtida para a construção deste trabalho, foram também alcançadas através do Grupo de Pesquisa Território e Cidades (TeCidades), visto que estes elementos são frequentemente debatidos e analisados, e se tornaram referência metodológica para a criação e construção deste estudo. O grupo é vinculado à Universidade Federal Fluminense (UFF) e pelo Departamento de Geografia de Campos dos Goytacazes.

A metodologia da pesquisa utilizou de levantamento bibliográfico em plataformas como Scientific Electronic Library Online (SciELO), Google Acadêmico, bibliotecas digitais (Plataforma CAFe da UFF) e plataformas que disponibilizam o acesso a conteúdo acadêmicos, para recolher a revisão bibliográfica desenvolvida.

Levantamento de dados secundários através de portais com Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e também sites oficiais das instituições religiosas em questão, especialmente Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Identificando e contextualizando esses dados, os mesmos foram disponibilizados em tabelas, gráficos e mapas, agregando assim as temáticas que envolvem elementos da formação da psicoesfera do cinema evangélico. As tabelas e gráficos foram construídas de acordo com a disposição de elementos, sendo comparativas, descritivas ou demonstrativas.

Foi feito um levantamento de filmes nacionais que se enquadram na ótica de cinema evangélico, sendo já realizada uma seleção que incluem os seguintes filmes: “As Estrelas Me Mostram Você”, “Nada a Perder: Contra Tudo. Por Todos.”, “Três Histórias, Um Destino” e “Dez Mandamentos. Os filmes correspondem a um recorte temporal de pouco mais de dez anos, entre 2005 e 2018. Período que marca entrada desse segmento dentro do cinema nacional. Foram escolhidos por responderem a requisitos básicos que contribuem para a validação da temática. Sendo esses: corresponder a elementos descritos por Vadico (2015), que determinam um filme religioso; ligação com instituições evangélicas; a construção de uma psicoesfera ligada a interesses religiosos e sobretudo; filmes que foram significantes para a realização deste movimento.

Durante todo o processo de realização da pesquisa, a autora manteve em contato com algumas produtoras e distribuidoras, afim de realizar uma entrevista com cada empresa, visando ainda mais aprofundamento do conteúdo. No entanto, mesmo após o contato feito, mensagens trocadas entre as partes, e o aceite do convite da entrevista pelas empresas, Red Filmes, Graça Filmes e 360WayUp, a realização da mesma não ocorreu. Depois que o TCLE foi enviado, não obteve retorno das empresas. A desistência não foi justificada. A pesquisa possui autorização do CEP – UFF (48951921.3.0000.5243), que visa assegurar os direitos dos participantes que aceitassem o convite para entrevista. No caso da empresa Record Filmes, nenhum contato feito pela autora teve sucesso. Ficando assim, a empresa Feliz 7 Play, como a única que aceitou o convite, e participou de fato da entrevista. Realizada via google meet, com o representante comercial Carlos Eduardo. Para suprir a falta das entrevistas ao conteúdo, a autora optou por

recolher informações disponibilizadas via internet, de entrevistas concedidas por algumas dessas empresas. Para isto, plataformas de notícias e vídeos acessíveis via Youtube foram utilizados.

A pesquisa foi estruturada em três capítulos, sendo o primeiro introdutório, onde foi abordado o problema de pesquisa, os objetivos, a fundamentação teórica e a metodologia. O segundo, nomeado de “A expansão evangélica no Brasil” e o terceiro, “Meio técnico-científico-informacional: urbanização e o cinema evangélico.

No segundo capítulo, foi abordado a expansão do segmento religioso evangélico no Brasil, através de um breve histórico de como ocorreu essa expansão. Foi introduzido sobre o surgimento de algumas doutrinações evangélicas, e debatido suas interações no território até os dias atuais. Com intuito de oferecer uma margem comparativa entre as doutrinas anteriores ao movimento pentecostal de terceira onda. Movimento este, maior responsável pelas mudanças dentro da realidade religiosa.

No terceiro capítulo, foi revelado a expansão evangélica em conjunto com o instrumento cinematográfico, atreladas ao entendimento do psicosfera. Compreendendo suas historicidades e movimentações. Foi abordado aspectos da urbanização brasileira, para que fosse compreendido de qual maneira ocorre a produção e distribuição de cinemas e filmes no Brasil, e especificamente se tratando filmes evangélico. Neste capítulo, gráficos e tabelas disponibilizaram uma melhor visualização dos dados qualitativos decorridos no texto. Veremos também a relação de proximidade dos filmes evangélico com as igrejas, e o seu papel de formador da psicosfera religiosa no território. Destacamos também uma análise fílmica, acerca da compreensão dos sistemas de crenças organizados nos filmes escolhidos para compor está pesquisa e observamos na prática, a importância do cinema para a formação da consciência coletiva.

2 Expansão Evangélica no Brasil

O presente capítulo destina-se a compreender a expansão do segmento religioso evangélico dentro do território brasileiro, compreendendo suas espacialidades históricas. Compreendemos que esse movimento se consolida com a urbanização e materializa-se no espaço urbano. Assim, buscamos compreender sua dinâmica através da sua historicidade e debater a correlação existente dentro desse movimento com a difusão do meio-técnico-científico-informacional e a psicoesfera que integrada a ele.

O termo “evangélico” só pode ser concedido a um grupo cujo ensino fosse coerente com o Evangelho de Jesus Cristo, conforme revelado nas Escrituras. No decorrer dos últimos anos, a comunidade evangélica brasileira aumentou sua participação dentro do espaço urbano. Passou a ir além da igreja, ocupando espaços significativos na mídia, na cultura e na política. Se tratando de um fenômeno cultural-social, essa expansão evangélica toma uma importante relevância na configuração do território com o nascimento das correntes pentecostais e (neo)pentecostais, que se tornaram protagonistas desse campo social (MARIANO,1999). O Censo demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010, aponta que 25.370.484 de pessoas são adeptos à religião evangélica de origem pentecostal, 13,0% do total geral da população. Em levantamento mais recente pelo *Datafolha*, indica um crescimento de quase 10% da população evangélica no Brasil, num período de 10 anos. A pesquisa foi feita no ano de 2020, conteve cerca de 2.948 entrevistados em 176 municípios de todo o país. Em 2022, seguindo a tendência atual de crescimento no número de evangélicos, os católicos devem representar menos de metade da população brasileira.

Tabela 1: Composição Religiosa no Brasil – 2010

Seguimento religioso	Nº de pessoas	% da população geral
Catolicismo	123 milhões	64,4%
Evangélicos	42,3 milhões	22,2%
Sem religião	15,3 milhões	8%
Espiritas	3,8 milhões	2%

Fonte: IBGE – Censo demográfico 2010; Organização Nathalia da Conceição Freitas

Tabela 2: Composição Religiosa no Brasil – 2020

Seguimento religioso	% da população geral
Catolicismo	50%
Evangélicos	31%
Sem religião	10%
Espiritas	3%

Fonte: DATAFOLHA – Censo demográfico 2020; Organização Nathalia da Conceição Freitas

O surgimento do movimento evangélico no Brasil, ocorre com a chegada dos primeiros protestantes que integravam missões colonizadoras oriundas da Holanda e da França. Senhoras et al (2019) afirma que está corrente, se iniciou por uma reforma proposta pelo agostiniano Martinho Lutero, que contestou a autoridade central e o monopólio clerical como fonte única de interpretação da bíblia. No século XIX, as igrejas do protestantismo histórico, Luteranas, Presbiterianas, Metodistas e Batistas, se estabelecem no Brasil. Já o século XX, marca a vigência do movimento pentecostal, fazendo uma releitura de correntes do protestantismo histórico.

Senhoras et al (2016), aponta que a expansão evangélica no território nacional, através do protestantismo tradicional, no século XIX, evoluiu de maneira lenta e gradual, através dos movimentos protestantes de imigração e de missão. E ocorreu de modo mais acelerado, no século XX com a difusão dos movimentos pentecostais. Os protestantes de imigração, são considerados os primeiros protestantes a ocuparem um espaço significativo e consistente no Brasil (SENHORAS, 2016, p.138), se concentrando principalmente na região Sul do país, seguindo vertentes dos grupos luterano e episcopal. Possuíam baixa concentração de fiéis, já que não tinham interesses na expansão numérica de seus seguidores, por se tratarem de uma comunidade religiosa relativamente fechada, como aponta (BRANDÃO, 2004).

Indicando outra perspectiva, os movimentos protestantes pentecostais passaram a obter altas taxas de expansão, com distintos perfis de cidades e grupos sociais. Segundo Mariano (2004) essa expansão que já ocorre a meio século, permitiu que o pentecostalismo se tornasse o segundo maior grupo religioso do país. Expansão essa, que está totalmente atrelada a sua organização multifacetada, com pluralidades de denominações, vertentes, doutrinas e formatos organizacionais. O pentecostalismo, oriundo de um novo protestantismo, retrata uma fase

composta por igrejas com estratégias territoriais significativas, tendo componentes da religião, empreendedorismo e sobretudo político. Enquanto o protestantismo histórico defende que o enriquecimento é fruto do trabalho, a teoria da prosperidade, das organizações de terceira onda pentecostal, enfatiza o sucesso individual como lócus dessa prosperidade. Nesta lógica, os problemas sociais advêm da falta de esforço, ou proximidade com “Deus”, e não de uma estrutura desigual. Sobre esse avanço, Mariano afirma que:

Mas seu avanço não é expressivo apenas nos planos religioso e demográfico. Estende-se pelos campos midiático, político partidário, assistencial, editorial e de produtos religiosos. Seus adeptos não se restringem mais somente aos estratos pobres da população, encontrando-se também nas classes médias, incluindo empresários, profissionais liberais, atletas e artistas. Ao lado e por meio disso, o pentecostalismo vem conquistando crescente visibilidade pública, legitimidade e reconhecimento social e deitando e aprofundando raízes nos mais diversos estratos e áreas da sociedade brasileira (MARIANO, 2004, p.121)

Ainda segundo Mariano (2004), esses evangélicos estão distribuídos de maneira desigual dentro do território. Apesar do movimento iniciar-se sua expansão no território nacional primeiramente no Sul do país, os índices indicam que nesta região se encontra o nível mais baixos de expansão desse seguimento religioso. Sendo a região Norte do país com maior número de evangélicos praticantes do país, segundos dados levantados pelo *Datafolha*.

Tabela 3: Composição da expansão evangélica nas regiões brasileiras – 2020

Regiões	Porcentagem da população geral
Sudeste	32%
Sul	30%
Nordeste	27%
Centro-Oeste	33%
Norte	39%

Fonte: DATAFOLHA – Porcentagem de evangélico por região do país 2020; Organização Nathalia da Conceição Freitas

Os estudos sobre a temática apontam que esse crescimento significativo está totalmente atrelado a essas igrejas evangélicas, principalmente as de denominação pentecostal, por saberem aproveitar e explorar de maneira eficiente aspectos socioeconômicos, culturais, políticos e religiosos do Brasil, para benefício da própria expansão dessas igrejas. Mariano

(2004) aponta ainda que as crescentes demandas de crise sociais e econômicas, os altos índices de desemprego, o crescimento da violência urbanas nas cidades brasileiras, o enfraquecimento das igrejas católicas, a pluralidade religiosa, a liberdade, as novas maneiras de pensar politicamente, a redemocratização do Brasil e principalmente a rápida difusão dos meios de comunicação, foram os desencadeadores centrais da evolução desse movimento.

Rosendahl (2002), ao escrever sobre espaço e religião, havia apontado já em 2002, sobre a pouca ênfase dos estudos religiosos dentro da ciência geográfica. No entanto, hoje inevitavelmente, se tornou um conteúdo interessante à vista desses geógrafos. Essa mudança está certamente atrelada a maneira que ocorreu a expansão do movimento. Segundo Fernandes, et al (1998), há ao menos cinco fatores que indicam essa mudança no interesse dos pesquisadores.

Primeiro, há de se notar um crescimento considerável da população evangélica na América Latina. Segundo Nelson (1976), o protestantismo demorou a ganhar espaço dentro da América Latina, devido a um pensamento comum entre esses povos que consideravam o protestantismo uma traição à raça, traição a sua origem. Isso porque em regiões consolidadas num catolicismo de origem exploradora, essa população era calcada por uma falsa ideia de nação, tendo em vista que o conceito da palavra não advém de uma materialidade territorial. Esses povos compreendiam que o catolicismo era a representação de sua nacionalidade e a fé católica era sua expressão. Posteriormente, esses povos foram mergulhados numa ideia influenciada pelos Estados Unidos de que o catolicismo representava o atraso e o protestantismo associava-se aos avanços dos países (SANTOS, 2017). E foi também a partir desta lógica que o Brasil foi considerado o maior país protestante da América Latina (MARIANO, 1996).

O segundo ponto seria a visibilidade ligada a esses grupos. Os autores Nelson (1979) e Mariano (1996) expõem que os evangélicos não se escondem. Contém seus templos em lugares bastantes visíveis dentro do espaço urbano, em sua maioria com grandes projetos arquitetônicos. Também falam sobre Cristo de um modo diferente, fato que chama a atenção. Evangelizam em grandes espaços, como praças e estádios. E investem incessantemente na mídia. Essa visibilidade criada por eles, expõe o que seria talvez a característica mais importante dessa expansão.

O terceiro fator, está voltado para o impacto transformador dessas igrejas no campo religioso. Segundo Nelson (1979) e Mariano (1996) as novas mensagens passadas aos fiéis por essas instituições, acabaram por gerar rupturas significativas no conteúdo geral da fé.

O quarto, diz respeito sobre o pessoal, para além da religião. Aqui a ideia é que eles deixaram de se concentrar em grupos fechados, visando cada vez mais se tornarem portadores de uma nova fé, alcançando assim cada vez mais pessoas. É nesse momento que a os evangélicos tomam espaço significativos dentro da cultura e principalmente da política.

O quinto e último fator, é a sua fácil penetração dentro das classes mais pobres e nos bairros considerados mais perigosos e mais afastados da cidade. O que se pressupõem aqui é que, nessas áreas das cidades, que funções básicas e necessárias que seriam deve do Estado são inacessíveis a determinados grupos, permite mais facilmente essa expansão evangélica, que de uma certa forma contribuirá para a organização daquele espaço.

Após o surgimento do protestantismo histórico, os evangélicos se consolidaram rapidamente dentro de alguns territórios, tornando possível a criação de novos segmentos dentro desta nova religião cristã. Talvez a característica mais marcante dos evangélicos é a sua heterogeneidade. Essas igrejas se alinham em alguns grupos principais, os protestantes históricos, herdeiros da reforma protestante, os pentecostais, que nasceu em terras norte americanas, trazendo o que foi chamado de experiências do Espírito Santo. O movimento pentecostal, conforme Freston (1992), divide-se em três grandes ondas, sendo a última, a terceira onda, caracterizada pela difusão da teoria da prosperidade, também denominada por alguns autores como neopentecostalismo. Mariano (2008) descreve que a construção do fenômeno religioso evangélico, se deu principalmente pela capacidade das novas congregações de se adequar as necessidades de um povo. E ainda nesse debate o autor expõe que a igreja que mais se ater a recursos materiais e humanos dentro de suas congregações, tendem a crescer mais (MARIANO, 2008, p.84).

Tabela 4: Congregações e algumas igrejas evangélicas brasileiras

CONGREGAÇÕES	IGREJAS
PROTESTANTES HISTORICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Presbiteriana • Batistas • Metodistas • Congregacionais
PENTECOSTAIS CLÁSSICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Assembleia de Deus • Congregação Cristã do Brasil
DEUTEROPENTECOSTALISMO	<ul style="list-style-type: none"> • Igreja do Evangelho Quadrangular • Igreja Pentecostal O Brasil para Cristo • Deus é amor

PENTECOSTAIS DE TERCEIRA ONDA

- Casa da Bênção
- Universal do Reino de Deus
- Igreja Internacional da Graça de Deus
- Igreja Evangélica Cristo é Amor
- Poder Mundial

Fonte: Freston (ano); Organização Nathalia da Conceição Freitas, 2022.

2.1 As três ondas pentecostais

O movimento pentecostal vem sendo considerado por muitos autores que estudam a temática da religião, como o maior fenômeno da história do cristianismo no século XX. As igrejas pentecostais hoje reuni uma imensa gama de fiéis por todos os continentes, sobretudo na América Latina. Segundo Matos (2006) o pentecostalismo acarretou significativas mudanças no panorama cristão, e rompeu com uma série de padrões ligados as igrejas protestantes. A doutrina surgiu no início do século XX nos Estados Unidos, a partir de um pregador metodista, Charles Fox Parham (1873-1929), que havia criado um instituto bíblico onde ensinava a *glossolalia*¹, e acreditava que os crentes evangelizados receberiam o conhecimento da manifestação do Espírito Santo em línguas, para evangelizar o mundo antes da volta de cristo. Tal ação ficou conhecido como “movimento de santidade”, ou seja,

Já havia ocorrido a manifestação de línguas em anos anteriores nos Estados Unidos, assim como em outros períodos da história do cristianismo. A novidade na teologia de Parham é que ele foi o primeiro a considerar o “falar em línguas” como a evidência inicial do batismo no Espírito Santo. Foi essa característica que se tornou a marca distintiva do movimento pentecostal. (MATOS, 2006, p.30).

No Brasil o movimento chegou através do pregador italiano Luigi Francescon, que iniciou as atividades pentecostais em São Paulo e no Paraná, e veio a se tornar o fundador da Igreja Congregação Cristã no Brasil, que junto a Assembleia de Deus, foram as duas primeiras igrejas pentecostais fundadas no Brasil. E são denominadas como clássicas. Para Mariano (2014), o pentecostalismo brasileiro nunca foi homogêneo. Desde a fundação das duas igrejas sempre houve diferenças internas que apresentavam significativas distinções eclesíásticas e

¹ Glossolalia ou língua dos anjos - suposta capacidade de falar línguas desconhecidas quando em transe religioso (como no milagre do dia de Pentecostes).

doutrinarias. Ao passar dos anos, com o avanço extremamente regular e com a imensa facilidade de imersão no território, novos grupos pentecostais começaram a surgir. Se constituindo por novas formas e estratégias no ato de evangelizar. Dito isso, compreende-se a argumentação de Freston (1993) e Mariano (2014), sobre a existência de três ondas ligadas ao movimento pentecostal, segundo o seu histórico-institucional e diferenças teológicas.

A primeira onda, ou o pentecostalismo clássico, ocorreu de fato com a chegada das duas primeiras igrejas pentecostais no Brasil, A Congregação Cristã em 1910 e a Assembleia de Deus em 1911. As igrejas eram caracterizadas, no início, por pessoas de classes mais pobres, com pouca escolaridade, em sua maioria discriminadas pelas religiões do protestantismo histórico e perseguidas pela igreja católica (MARIANO, 2014, p.29). Ambas eram marcadas pela presença dos dogmas básicos transmitidos pelo pentecostalismo norte americano, como o uso das línguas e a crença na volta de Deus. Essas denominações foram responsáveis por ampliar o cenário pentecostal durante 40 anos e foram responsáveis por milhares de conversões. Mariano (2014) explica que em épocas mais atuais, a mudança mais significativa dentro do pentecostalismo clássico está no seu perfil social. Ainda há sem dúvidas a presença de camadas mais pobres, mas a doutrina entrou em setores da classe média, na vida de empresários e profissionais liberais. Ainda segundo Mariano (2014), no final da década de 1980 a Igreja Assembleia de Deus adotou uma postura mais flexível a fim de acompanhar as mudanças que vinham ocorrendo na sociedade. E nesse caso, buscando uma ascensão na hierarquia de poder entre as instituições religiosas.

A segunda onda, também chamada de movimento da cura divina, ou deuteropentecostalismo, teve início na década de 50 em São Paulo, através dos missionários Harold Williams e Raymond Boatright, que faziam parte da Cruzada Nacional de Evangelização. Nesse momento o campo pentecostal se fragmenta, altera sua relação com a sociedade e três grandes grupos são criados (MARIANO, 2014, p.29). São eles: A Igreja do Evangelho Quadrangular (1951), A Igreja Evangélica Pentecostal “O Brasil Para Cristo” (1955) e Deus é Amor (1962). Nesse momento, surgem as evangelizações em massa por todo Brasil. Segundo Wulfhorst (1995), esse período está associado ao processo de industrialização do país, atrelado aos processos migratórios e o crescimento dos grandes centros urbanos. Dito isto, entendemos que esses novos pentecostais encontraram a sua disposição caminhos disponíveis para evangelizar o máximo de pessoas. Agora sobre a ótica da cura divina, do batismo como o Espírito Santo e a expulsão de demônios, foram se formando líderes carismáticos que partiam em missões para exterior, na intenção de elevar a palavra de Deus, e fundar inúmeras igrejas

pentecostais, dando início ao que muitos autores, como Ricador Mariano e Paul Freston, chamam de explosão pentecostal no Brasil.

Mariano (2014) menciona que para além das estratégias missionárias em massa, eles passaram a difundir o evangelho também por meio do rádio (até então considerado mundano² para os adeptos do pentecostalismo clássico), passaram a utilizar grandes espaços públicos para a realização de seus cultos, como praças, ginásios, cinemas e etc, começaram a utilizar de métodos mais eficientes e inovadores que atraíam os fiéis, e principalmente, chamavam a atenção de toda mídia devido a ênfase na teologia da cura. É nesse momento que surgem as imagens que se espalharam por todo país de processos de cura em tendas de lonas.

A terceira onda, ou neopentecostalismo, surge na década de 70, no Rio de Janeiro. Freston (1993) afirma que enquanto as igrejas da segunda onda são majoritariamente fundadas em São Paulo, a terceira onda se destacou no Rio de Janeiro. Com características centrais que pregam a Teologia da Prosperidade, onde é transmitido para os fiéis que Deus reserva o sucesso para os cristãos, propagam que o dízimo e a oferta conduzem a prosperidade (ou seja, quanto mais doar para igreja, maior será seu sucesso com Deus), enfatizam uma grande guerra espiritual com a figura do Diabo, propõe abordagens menos doutrinárias em relação a denominações pentecostais mais antigas, contém uma forte participação na política partidária e principalmente fazem o uso escalonar dos meios de comunicação em massa para transmissão do evangelho. É nesse período que surgem as igrejas Internacional do Graça de Deus (1980), Cristo Vive (1986) e a Universal do Reino de Deus (1977), sendo a primeira igreja oficialmente pentecostal de terceira onda. Segundo Mariano (2014), essa nova onda se difere das demais principalmente pelo novo caráter doutrinário e comportamental adotado.

De acordo com Mariano (2014) a terceira onda não se difere somente a partir do recorte histórico-institucional, como ocorre na primeira e segunda onda pentecostal, ela ocorre principalmente pelas diferenças teológicas, comportamentais e sociais. Dito isso, há características que diferenciam os pentecostais de terceira onda das duas primeiras ondas. No entanto, há de fato características que correspondem o movimento como um todo, isto é, torna essas divisões flexíveis que individualizam todo o movimento pentecostal. Ocorre neste caso também a pregação da cura divina, a formação de líderes fortes, o uso dos meios de comunicação em massa, entre outras características do movimento pentecostal. Mas há dentro

² Os cristãos usam o termo mundano para descrever quando pessoas que gostam dos bens e prazeres do mundo externo as limitações da igreja.

dessa nova onda, ou neopentecostalismo, além de algumas características já citadas anteriormente, a intensificação da guerra espiritual, a utilização de objetos para mediação do sagrado, além do forte investimento em uma estrutura empresarial com figuras paraeclesiásticas. As instituições passam a ser mais liberais e investidoras de atividades empresariais, políticas, culturais e assistenciais, conforme:

Quanto menos sectária e ascética e quanto mais liberal e tendente a investir em atividades extra-igreja (empresariais, políticas, culturais, assistenciais), sobretudo aquelas tradicionalmente rejeitadas ou reprovadas pelo pentecostalismo clássico, mas próxima tal hipotética igreja estará do espírito, do ethos e do modo de ser das componentes da vertente neopentecostal (MARIANO, 2014, p. 37).

Antes de mais nada, é necessário compreender que o neopentecostalismo é um recorte da corrente pentecostal. Mariano (2014) aponta que o prefixo *neo* que antecede a palavra, é perfeitamente apropriado por ter a capacidade de comportar a ideia de formação recente e o caráter inovador que está atrelado. Ainda que o movimento neopentecostal seja fruto do pentecostalismo, é necessário saber separar cada movimento, tendo em vista que há um certo distanciamento entre as doutrinações.

Esta seria, segundo Ricardo Mariano (2014), a vertente pentecostal que mais cresceu nas últimas décadas e despertou a atenção da imprensa, dos meios de comunicação, dos pesquisadores e da própria Igreja Católica. Nas palavras de Mariano (2014), ocorreu nesse movimento a ruptura com os tradicionais sectarismo e ascetismo pentecostais, resultado da progressiva acomodação destes religiosos e suas denominações a sociedade e à cultura de consumo. Essa característica do neopentecostalismo, quanto às mudanças da sociedade, torna-se visíveis ao nos depararmos com a forma com que usam os meios de comunicação para a evangelização. Inserem-se de forma pragmática, na linguagem das mídias (cinema, tv, rádio, gravadora, jornal, internet e mais recentemente plataformas de streaming e uso de aplicativos), contribuindo diretamente para um número cada vez maior de fiéis. Junto a isso, estão os diferentes discursos conservadores apontados pelos pentecostais mais clássicos. Atribuindo assim ao neopentecostalismo um caráter mais inovador perante as ondas anteriores. Conforme Mariano,

Neste meio religioso, crenças, práticas culturais e rituais são incorporadas, nem sempre com as mesmas características originais, com velocidade e versatilidade impressionante. Às vezes dão origem a novas sínteses idiossincráticas, noutras resultam em surpreendentes desdobramentos. Daí os obstáculos para se refazer o tortuoso caminho de volta à gênese de determinada crença ou prática ritual. Tarefa que se torna mais espinhosa

quando se sabe que são múltiplas as mudanças pelas quais tem passado cada denominação nos últimos anos.” (MARIANO, 2014, p.42).

A crença da Teologia da Prosperidade, advém da influência norte americana, que vincula a benção divina ao sucesso material. Pregam que só terá uma boa vida financeira, saúde e felicidade, aquele que abrigar a fé em Cristo dentro de si, aquele que obedece aos dizeres bíblicos e não está envolvido direta ou indiretamente como a Diabo. Podemos pressupor que existe aqui o ato das igrejas evangélicas sucumbirem ao desafio neoliberal consumidor. É nesse contexto que surge os “mercadores de benção” e os “divulgadores” de uma prosperidade que alcança significativas inovações. Mariano (2014), explica que cada intuição designará diferentes modos de atuar dentro desse modelo. O pagamento de dízimos e o pedido de ofertas direcionados a bens matérias da igreja, com o mesmo subterfúgio de promessa de benção divina, são algumas características que podemos encontrar no uso da Teologia da Prosperidade. Esse “apoio” financeiro que irá capacitar as igrejas pentecostais de terceira onda, mais do que as outras, a investir nos meios de comunicação em massa, sendo assim, “a volumosa arrecadação e a competência com que ampliam tais recurso na obra evangelística, com intenso uso da mídia eletrônica, e na abertura de novos locais de culto são cruciais para sua rápida expansão” (MARIANO, 2014, p.166).

A guerra espiritual, se tornou uma vertente consolidada dentro destas igrejas. Os cultos de libertação (rituais que prometem a expulsão do Diabo de dentro das pessoas), foram adotados pela maioria das igrejas desse segmento. Atribui-se aqui, a Teologia da Dominação, são ações baseadas na batalha espiritual contra demônios e maus espíritos e na quebra de maldições espirituais. Esse conceito precede a ideia da dualidade divina, onde pressupõe que vivemos sob uma guerra espiritual entre Deus e Diabo. Justificativa para concretizar está guerra. No mais, apenas a Igreja Universal do Reino de Deus, prega esse tipo de ritual com exposição. Boa parte das Igrejas pentecostais de terceira onda evitam realizar esse exorcismo público e coletivo (MARIANO, 2014, p.43).

As denominações da terceira onda pentecostal passaram a exercer ao longo dos anos grande influências no território nacional. O seu modo inovador de construir esse novo evangelho o fez ganhar forçar na influência política e na vida em sociedade de modo geral. Cotam com vários seguidores em todos países, estão dentro dos veículos midiáticos de todo tipo, e tem grande responsabilidade na expansão evangélica no Brasil que vem ocorrendo nos últimos anos. Dentre essas igrejas, a Igreja Universal do Reino de Deus, é que mais obteve destaque e relevância dentro do Brasil.

Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), teve origem na cidade do Rio de Janeiro, em 1980, fundada pelo Romildo Ribeiro Soares, conhecido também como RR Soares. Cabe ressaltar que o Pastor RR Soares é cunhado do Bispo Edir Macedo (Fundador da IURD), e juntos haviam decidido abrir sua própria igreja, a Cruzada do Caminho Eterno e a Casa de Bênção. Posteriormente, RR Soares desligou-se da empresa alegando conflito e discordância na administração. A igreja IIGD utiliza das vertentes do neopentecostalismo, como a Teologia da Prosperidade e Teologia da Dominação. Os filhos do fundador da igreja atuam como deputados das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo³. A característica mais conhecida da igreja IIGD é o seu ministério midiático. O programa televisivo “Show da Fé”, apresentado pelo próprio fundador, exibido desde 1997, ocupou espaço em grandes emissoras de canal aberto do país. No programa, há quadros como: a “*Novela da vida real*”, onde são construídos vídeos simulados a partir de histórias enviadas pelos membros da comunidade; o “*Missionário responde*”, onde o próprio pastor responde a perguntas enviadas pelos membros ou quaisquer telespectadores; e por fim, a “*Oração de fé*”, o Missionário recebe cantores do segmento evangélico nas celebrações dos cultos e prega as mensagens bíblicas. Além disso, em 1999 a igreja fundou o canal RIT (Rede Internacional de Televisão), com conteúdo voltado para o público evangélico. Fundou também uma emissora própria de rádio, fundada em 2002, conhecida como “Nossa Radio”. A IIGD ainda conta com uma gravadora, a “Graça Music”, fundada em 1999, uma editora, a “Graça Editorial”, fundada em 1984 e uma produtora e distribuidora de cinema, a “Graça Filmes”, fundada em 2010. A igreja também possui duas instituições educacionais. Academia Teológica da Graça de Deus (AGRADE), fundada em 1998, uma instituição de ensino superior de Teologia, voltada principalmente para a formação do corpo de pastores da denominação. E a Faculdade do Povo (FAPSP), fundada em 2009, é uma faculdade de Comunicação Social⁴.

³ André Soares (DEM) foi eleito, com 120.168 votos, a uma das 94 cadeiras de deputado estadual em março de 2007. Quatro anos depois, foi reeleito com 136.919 votos para mandato do quadriênio 2011-2015. Em 2015 tomou posse para o terceiro mandato com 127.373 votos na Assembleia Legislativa de São Paulo (ALESP).

Marcos Soares, em 2006, candidatou-se ao cargo de deputado estadual, tendo ocupado a primeira suplência, com 34.601 votos, pelo PDT. Assumiu a cadeira na Alerj em 2009. Em 2010, foi reeleito ao cargo na Assembleia, com 52.099 votos, novamente pelo PDT. Foi eleito deputado federal em 2014, para a 55ª Legislatura. Em 2021, tomou posse como Deputado Federal.

Daniel Soares, em 2008, filiado ao PSC, assumiu o mandato como vereador em Guarulhos, sendo reeleito em 2012. Em 2018, foi eleito com 97.330 votos deputado estadual por São Paulo/DEM.

Disponível em: <https://istoe.com.br/tag/quantos-filhos-o-missionario-rr-soares-tem/>. Acesso em: 30/06/2022.

⁴ Portal ongrace. Disponível em: <https://ongrace.com/portal/>. Acesso em: 30/06/2022.

Igreja Evangélica Cristo Vive, a igreja foi fundada em 1985, pelo Bispo Miguel Ângelo da Silva Ferreira, no Rio de Janeiro. Miguel é angolano, com formação teológica vasta, é um membro da ordem dos Teólogos Evangélicos da América Latina, e é visto como apóstolo e profeta. O Bispo fundou a igreja com o intuito de promover, com a defesa e pregação de suas teses, uma pré-reforma no Protestantismo. Ele prega que a Reforma Protestante iniciada por Martinho Lutero não se consumou, pois absorveu, com o passar dos anos, princípios doutrinários, teológicos e pastorais que estagnaram a igreja institucionalizada. Defende uma doutrina calvinista e opõe-se de algumas vertentes do neopentecostalismo, como a guerra espiritual (Teologia da Dominação), o batismo em águas e a prática de jejum. Utiliza-se da prática da arrecadação de dízimos e do evangelho midiático. Investe na mídia eletrônica, faz transmissões de cultos ao vivo pela internet, tem programas de rádio e televisão via-satélite para mais de 215 países. Possui ainda diversas publicações de vários livros sobre as teses que defendem.

Igreja Universal Do Reino De Deus foi fundada em 1977, pelo Bispo Edir Macedo, também no Rio de Janeiro. Pratica com fervor a Teologia da Prosperidade e a Teologia da Dominação. Apresenta uma característica carismática, envolto do apoio total das utilizações das mídias. Está presente em todas as esferas da política brasileira, contendo pastores em cargos legislativos e federais. Apresenta um caráter ditador, onde a concentração do poder está exclusivamente ligada ao líder Edir Macedo. E antes de mais nada, adquiriu um caráter empresarial que sobressai sob a instituição religiosa. Controla diretamente diversas concessões da televisão Brasileira. Como é o caso da Rede Aleluia, que pertence à igreja, possui também quase 80 emissoras de rádio AM e FM que cobrem mais de 75% do território brasileiro e há mais de 20 retransmissoras da TV Universal. Embora a Rede Record não pertence diretamente à igreja, pertence a Edir Macedo. A Record Filmes é uma produtora de cinema brasileira também integrante do Grupo Record, como também é o caso da Record Produções e Gravações, uma gravadora brasileira. Na mídia impressa contém o jornal Folha Universal e as revistas Obreiro de Fé, Plenitude e Mão Amiga. Há espaço também na área da indústria fonográfica, a Line Records pertence à Universal e a Unipro é a responsável por publicar livros⁵ também da IURD. Segundo o censo de 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a IURD tem mais de seis mil templos, doze mil pastores e um milhão e oitocentos mil fiéis ao redor do país.

⁵ Universal. Disponível em: <https://www.universal.org/>. Acesso em: 30/06/2022.

3 Meio técnico-científico-informacional: urbanização e o cinema evangélico

A expansão evangélica se deu através da influência europeia e norte americana. Foi uma manifestação que desde seu início estava atrelada aos processos de transformação da natureza e da construção de um novo espaço geográfico. A necessidade de se adequar a uma nova concepção de espaço, fez com que a fé fosse colocada sob novas funções e estratégias, de acordo com o avanço da modernidade, fazendo-a romper com tradições que talvez não fizessem mais sentido.

Milton Santos elabora o conceito de meio técnico-científico-informacional para compreender o desenvolvimento histórico da sociedade levando em conta o papel ativo do espaço geográfico. Nas teorizações do autor para melhor compreendermos as diferentes formas que a sociedade se estruturou ao longo do tempo, devemos nos ater sobre os sistemas de técnicas utilizados sucessivamente nesse processo (SANTOS, 1999, p.16). Com essa perspectiva Santos (1998) propõe entender as evoluções e transformações do espaço, que vão desde o meio natural, passando pelo meio técnico, até chegar no meio técnico-científico-informacional. Conforme o autor, este terceiro momento corresponde pela interação da ciência e da técnica no espaço. Começa pós a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), com destaque na década de 80. Nesse momento, os objetos técnicos vão ser entendidos ao mesmo tempo como técnicos e informacionais, indicando que a energia principal de seu funcionamento é também informação. Esse último período passa a ser marcado pelo aprofundamento da artificialização do meio.

Dessa forma, buscamos compreender a inserção do período técnico-científico-informacional como uma componente da manifestação no espaço evangélico brasileiro, especificamente entender como determinadas intenções no modo de produzir uma nova dinâmica de fé serve para a reprodução do modo de produção capitalista. Ou seja, entender que o uso dessas novas ferramentas de disseminação fora construído para atender as novas demandas do meio atual.

Milton Santos, considera a técnica como a principal base para que ocorra mudanças no espaço, ou seja, o autor propõe discutir o conceito de espaço geográfico a partir das transformações das técnicas. Ele compreende esse espaço como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e de ações. Atribuindo aos objetos o conjunto das forças produtivas do meio, e ações concebem as relações sociais criadas ali. E nesse sentido analisar a forma que a sociedade interage, cria e modifica o espaço em que habita.

Como ponto de partida, propomos que o espaço seja definido como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e de sistemas de ações. Através desta ambição de sistematizar, imaginamos poder construir um quadro analítico unitário que permita ultrapassar ambiguidades e tautologias. (SANTOS, 1999, p.12)

A técnica, nesse ponto de vista irá assumir o papel de integrar o homem a esse meio que ele faz parte. Sendo assim, Santos (1999) irá denominar os conjuntos instrumentais e sociais que o homem utilizará para realizar e produzir sua vida, como técnica. Jaques Ellul (1968), ao discutir a técnica aponta que esse universo se estrutura pela necessidade, e identifica o modelo de relação entre o homem e a técnica tanto no mundo contemporâneo, como nas épocas passadas.

Compreendendo o papel da técnica do espaço, Santos (1999) irá introduzir ao debate a ideia de objetos técnicos, isto é, todos os objetos utilizados no meio que determinaram como resultado uma atividade técnica.

A forma que o ser humano passa a interagir com o meio muda, e isso ocorre principalmente através dos objetos técnicos utilizados. Para isso, basta pensar em como o modo do homem se comunicar, locomover e se alimentar, modificou profundamente ao passar das décadas. Assim sendo, as diferentes técnicas e objetos distinguem os períodos históricos. Para além, o trabalho e as técnicas de cada época caracterizam seu tempo e seu espaço (SANTOS, 1999, p. 23).

Foi a partir desta ideia que Milton Santos passou distinguir três épocas principais que o homem passou a utilizar esses objetos técnicos para interagir com o meio, sendo ele o meio natural, o técnico e o técnico-científico-informacional. O meio natural, diz respeito ao período anterior ao uso de máquinas, quando as forças de produção do espaço eram implementadas sob atributos que a natureza poderia oferecer. Já o meio técnico, foi marcado pela primeira revolução da indústria, onde o surgimento de maquinários mais sofisticados fez com que o homem mudasse drasticamente sua relação com o meio. E por fim, o meio técnico-científico-informacional, conceito principal que nos dedicamos nessa seção.

Santos (1999), afirma que esse terceiro período ocorre após a Segunda Guerra Mundial. Foi um período onde se sobressaiu sobretudo, a interação da ciência e da técnica e os objetos técnicos passam a ser marcados por uma intencionalidade que visa atingir as condições impostas pelo mercado, “Neste período, os objetos técnicos tendem a ser ao mesmo tempo

técnicos e informacionais, já que, graças à extrema intencionalidade de sua produção e de sua localização” (SANTOS, 1999, p.159).

A ciência, a tecnologia e a informação, estão na base dos processos de produção nos dias de hoje. São caracterizados pela racionalidade, pela artificialidade e pela universalidade, já que esse objeto técnico-informacional é difundido de modo mais generalizado e mais rápido, atuando em toda a superfície terrestre (SANTOS, 1999, p.160). Dito isso, temos hoje uma informatização dos objetos técnicos que dominam a organização do trabalho, atendem sobretudo aos interesses dos atores hegemônicos da economia, da cultura e da política, regulam os sistemas produtivos e também fortalecem o processo de matematização da sociedade.

Quando analisamos a expansão evangélica, e suas diferentes fases dentro do território brasileiro, nos damos conta que o fenômeno descrito por Milton Santos atravessou a existência desse movimento. Retornamos a Mariano (2004), quando o autor aponta que a expansão evangélica está para além da expansão do movimento religioso. Santos (1999), afirma que quanto mais tecnicamente modernos os objetos forem mais subordinados serão à lógica global. De modo que o meio passa cada vez mais a utilizar-se de objetos técnicos universais, não haveria como as igrejas evangélicas não se adaptarem a essas novas condições e ao mesmo tempo serem agentes dessas transformações. Sejam elas organizacionais, comunicativas ou territoriais.

As novas tecnologias da comunicação e da informação, que marcam o meio técnico-científico-informacional, tornaram-se mediadoras da comunicação da igreja com os fiéis. Com o desenvolvimento de computadores, celulares, plataformas de *streaming* e outras ferramentas, a comunicação se tornou cada vez mais instantânea. Os fiéis não necessitavam mais ir até a igreja para receber a palavra de cristo, ou para consumir produtos daquele meio. Essa rapidez fez com que aumentasse a produtividade e reduzisse o espaço produtivo. Na casa da expansão da igrejas, a produtividade seria a extensa variedade de atrair os fiéis, sem que precisassem estar fisicamente no espaço da igreja. A psicoesfera sendo um pilar do meio técnico-científico-informacional, essa definida como um sistema de crenças, desejos, vontades, sentidos e comportamentos (SANTOS, 1999), traduz a apropriação e a geração, desses novos objetos técnicos como estratégia relevante, embora não seja única, para expansão das instituições evangélicas.

3.1 Uma breve periodização do cinema no Brasil

Como apresentamos anteriormente, a expansão do meio técnico-científico-informacional foi responsável pela modernização dos sistemas técnicos no território. Veremos que esse fato atingiu também a produção do cinema no Brasil. Uma vez que, compreendemos que esse novo meio passou a introduzir uma universalidade dos objetos técnicos, de maneira artificial e, sobretudo, ágil, acabou assim por determinar um imenso crescimento das demandas sociais da população, como moradia, trabalho, educação, saúde, transporte e também a cultura e o lazer. E no que diz respeito a realidade brasileira, esta mesma demanda também era responsável por abrigar as exigências do imenso crescimento das cidades, oriundas do processo de urbanização do Brasil.

Santos (2013) define a urbanização brasileira anterior ao século XX, como uma urbanização social e territorialmente seletiva. Isto porque as raízes da urbanização da brasileira advêm do período colonial. No entanto, foi no final do século XIX e início do século XX que algumas reformas urbanas iniciaram, impulsionadas por vários fatores, entre eles, a expansão da indústria. Processo que foi marcado principalmente pelo crescimento da população urbana e exclusão de parte desta mesma população que não se adequavam ao novo espaço (MARICATO, 2001, p. 17). É neste momento que crescem os índices de pessoas que moram em morros e franjas da cidade em conjunto ao grande investimento nas grandes cidades como Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre, Curitiba, Recife, entre outras.

É necessário entendermos o processo de urbanização brasileiro, porque ele nos ajuda a compreender como ocorreu a modernização dos objetos técnicos no território. Sabendo que o forte desenvolvimento das indústrias, concentrado no Sudeste, nesse período promoveu mudanças significativas na paisagem urbana brasileira e no modo de vida da sociedade, através da massificação do consumo dos bens modernos (eletrônicos e automóveis) e ruptura de valores tradicionais, na cultura e na ocupação do solo, e especialmente na formação de uma urbanização desigual dentro do território (MARICATO, 2001, p. 19). Podemos assim articular a concentração de dados gerais do cinema brasileiro (entre eles equipamentos de produção, distribuição e exibição de filmes e localização das salas de cinema) com o processo histórico da urbanização brasileira.

A história do cinema no Brasil começa em julho de 1896, quando ocorre a primeira exibição de cinema no país, na cidade do Rio de Janeiro. Inicialmente o cinema era mudo, e

somente na década de 1930 surge o cinema falado. A Cidade de São Paulo teve a primeira sala de cinema da América do Sul a receber sistemas de projeção sonora (FREIRE e ZAPATA, 2017, p.179). De acordo com os autores, uma revista norte-americana, publicou em fevereiro de 1936, um balanço sobre o mercado cinematográfico brasileiro, informando que 33% das salas de exibição brasileiras estavam localizadas nas cinco maiores cidades do país (Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife e Porto Alegre). Seguindo a lógica do crescimento das grandes capitais no período das reformas urbanas, iniciado no século XX, como descrito acima.

Um fato importante a ressaltar, é que com a queda da bolsa de Nova York, nos anos 30, e outros fatores internos, levou o número de salas de cinema no Brasil reduzir consideravelmente neste período, concentrando-se ainda mais nos grandes centros urbanos (FREIRE e ZAPATA, 2017, p.179). Segundo Souza e Freire (2017), a recuperação deste circuito exibidor ocorre no início dos anos de 1940, com a retomada do crescimento do público.

Santos (2013) afirma que a modernização no campo, foi inteiramente responsável pela inversão da população rural em urbana, que começou a se notar a partir de 1940. Em 1940, apenas 31% da população brasileira vivia em cidades⁶. Foi a partir de 1950 que o processo de urbanização se intensificou, pois com a industrialização promovida por Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek houve a formação de um mercado interno integrado que atraiu milhares de pessoas para o Sudeste do país, região que possuía a maior infraestrutura e, conseqüentemente, a que concentrava o maior número de indústrias. Tendo em vistas os dados agrupados na Tabela 5, pode-se observar que ao passar dos anos, há um aumento significativo nas salas de exibição da região sudeste do país, o que acompanha as transformações das cidades desta região devido ao advento da urbanização.

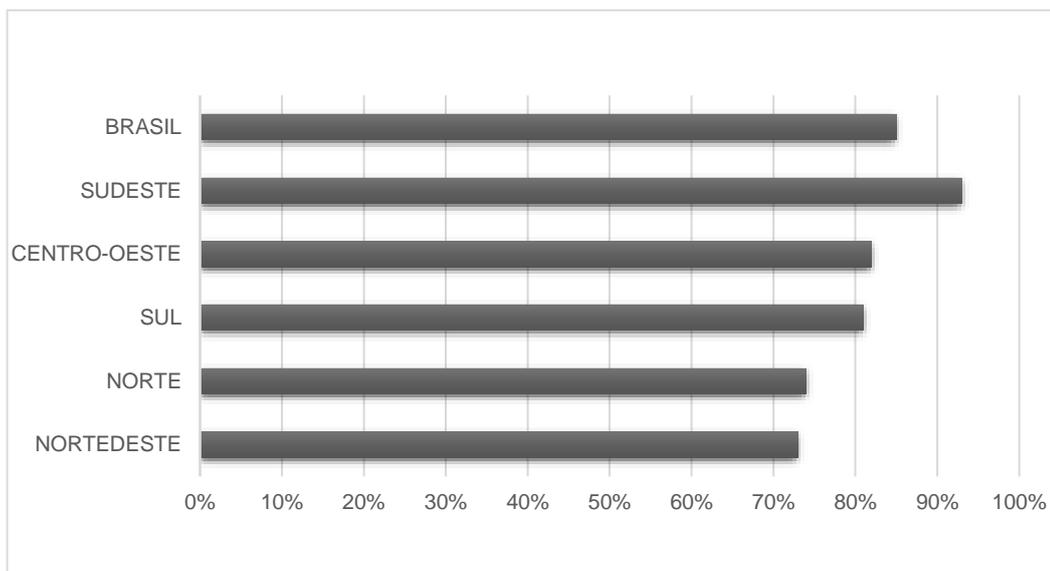
Santos (2001) define como região concentrada a parte do país que detém um significativo sistema de fluxos construídos pelos altos índices de urbanização. Ou seja, a região que tem maior aporte industrial, atividade comercial intensa, que abriga atividades modernas e globalizadas. São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, são os estados integrantes desta região concentrada.

Para se adaptar ao novo modo vida imposto pela industrialização, as pessoas passaram cada vez mais a ocupar esses grandes centros urbanos, o que acarretou em um processo de

⁶Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Sinopse preliminar do censo demográfico: 1940. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=7314>. Acesso em: 05/04/2022.

urbanização que ocorreu de forma desordenada e desigual, uma vez que de acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2015, 84,72% da população no país se concentra nas áreas urbanas, e 15,28% em áreas rurais. Sendo o Sudeste a grande região com maior percentual de população urbana, indicado no Gráfico 1. Estabelecendo assim, condições que ainda remetem as conjunturas que começaram a se desenrolar na década de 40.

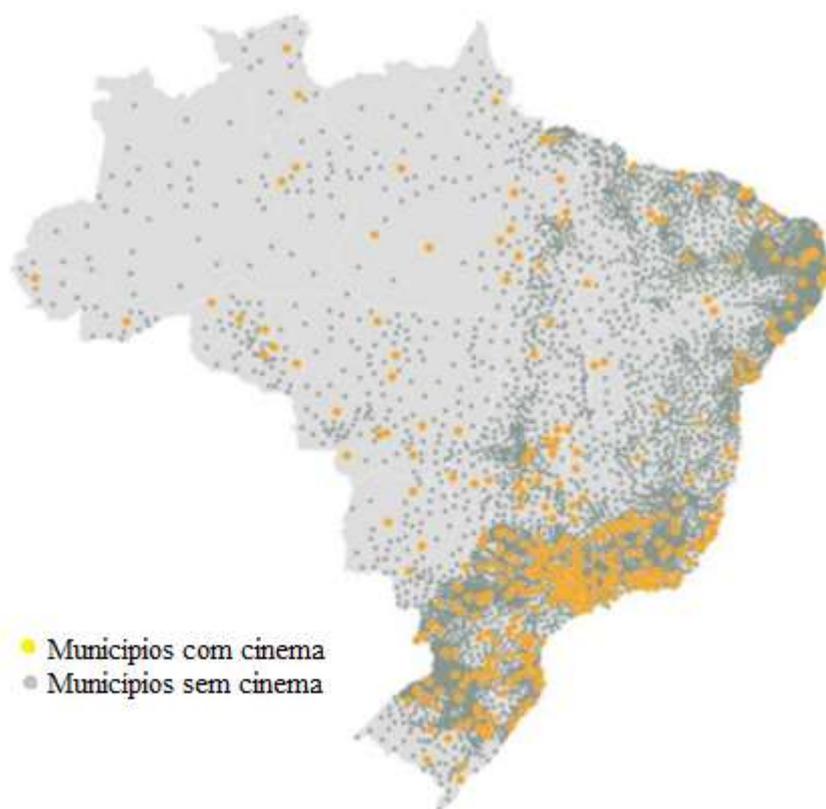
Gráfico 1: Porcentagem da população que vive em área urbana, por região (2015)



Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD (2015). Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas.

A perspectiva apontada no Gráfico 1, expõe o motivo de até os dias atuais as salas de exibição de cinema, estarem concentradas nos grandes centros urbanos do país. De acordo com Pozzo (2020) as salas de cinema foram e são organizadas em uma configuração que acompanha a rede urbana brasileira. Onde as regiões Sul e Sudeste são aquelas que aprestam rede urbana mais complexa, com maior densidade e mais desenvolvida. Uma vez compreendendo essas características, de fato essas cidades tendem a apresentarem maior número de serviços oferecidos a população (POZZO, 2020, p.64). Para exemplificar esse problema, no Mapa 1, mostra a distribuição geográfica das salas de cinema em território nacional e a Tabela 5 foi construída através de dados da Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), sobre como ocorreu as mudanças no circuito exibidor brasileiro de 1940 até chegada dos anos de 1980, período em que se destaca as transformações urbanas no território nacional, e também nos dias atuais.

Mapa 1: Municípios com e sem sala de cinema regular em 2018



Fonte: Elaborado por Renata Rogowski Pozzo, 2020.

Tabela 5: Circuito de exibição por UF (1944 – 1977)

UF	1944	1950	1960	1971	1977
AC	3	4	5	9	8
AL	8	19	66	62	49
AM	8	5	25	28	15
AP	-	2	8	14	5
BA	24	80	227	152	117
CE	21	31	93	50	41
DF	104	56	5	18	22
ES	10	15	60	56	44
GO	17	22	80	103	91
MA	6	14	25	34	50
MG	171	137	574	466	323
MS	-	-	-	-	-
MT	11	3	41	63	82
PA	18	14	65	38	31
PB	11	22	78	85	62
PE	47	59	209	172	105
PI	7	7	19	11	11
PR	36	46	196	293	244
RJ	55	73	403	315	239
RN	4	5	44	53	41
RO	-	-	4	8	9
RR	-	-	2	2	1
RS	93	58	354	310	194
SC	25	22	119	121	76
SE	9	6	48	61	28
SP	259	219	1.030	931	644
TO	-	-	-	-	-
TOTAL:	947	927	3.284	3.037	2.532

Fonte: Anuário estatístico do Brasil. Instituto Brasileiro de Geografia. Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas.

Cabe ressaltar que o IBGE disponibiliza no Anuário Estatístico do Brasil, dados referentes às casas de diversões em diversos anos. Nessas tabelas essas casas foram divididas em diferentes categorias, como teatro, cineteatros e o cinema. Destacamos que os dados recolhidos para a construção da Tabela 5, foram apenas da categoria cinema. No recolhimento dos dados, foi observado que nem todos os anos a categoria cinema havia informações referentes aquele ano. Por isso, a Tabela 5 as datas escolhidas para compor este trabalho se deu em razão da disponibilidade dos dados.

De acordo com Freire e Zapata (2017) houve em 1942 um decreto federal que custeava órgãos municipais de estatística, a “quota de estatística”, que atribuía aos municípios a criação de um imposto de 10% do valor do ingresso das chamadas casas de diversões, que incluem os cinemas. Com isso, os municípios passaram a receber uma nova taxa a incidir sobre as salas de cinema. Dito isso, é importante ressaltar que não se sabe se os dados quantificados pelo IBGE, sobre o número de cinemas que existiam no país estavam apenas atribuídos os contribuintes dos impostos, ou o número verdadeiro de salas, mesmo com aqueles que sonegam esses impostos (FREIRE, ZAPATA, 2017, p.183).

Freire e Zapata (2017), indicam também uma outra dificuldade em relação aos dados disponibilizados pelo IBGE em relação ao parque exibidor brasileiro. De acordo com os autores, há outras fontes que citam dados quantitativos diferentes em relação ao número de cinemas, conforme

Outra dificuldade em relação à utilização dos dados do IBGE para quantificar o número de cinemas existentes no Brasil entre as décadas de 1940 e 1970 também se deve ao fato de encontrarmos, em outras fontes, números diferentes dos citados por Takahashi, alguns deles igualmente creditados ao órgão federal, no entanto. Os dados apresentados por três publicações, de autoria de Alberto Victor de Magalhães Fonseca (1955), Francisco Silva Nobre (1957) e Geraldo Santos Pereira (1973), e por artigos em dois periódicos – Revista Geicine (1961) e Filme Cultura (1967) (FREIRE; ZAPATA, 2017, p.185).

Na Tabela 6, reunimos, além dos dados disponibilizados pelos anuários estatísticos do IBGE, as informações trazidas por Freire e Zapata (2017), que indicam as informações sobre o número de sala de cinema, de acordo com os autores e revistas citados por Freire e Zapata (2017).

Tabela 6: Número de salas de cinema e cineteatros no Brasil (1944-1967)

Ano	Nobre	Fonseca	Pereira	Filme cultura	Revista Geicine	IBGE: Cinema	IBGE: cineteatro	IBGE: soma cinema e cineteatro
1944						947	370	1317
1945								
1946	1606		1606			427	1179	1606
1947	1736					466	1270	1736
1948	1973	1973				588	1385	1973
1949	2248	2284	2248			729	1555	2284
1950	2656	2411				3011	1729	2656
1951	3033		3033			1149	1884	3033
1952								
1953	2857	3216	2857					2857
1954	2953					1159	1794	2953
1955			3017			2114	1024	3138
1956								
1957								3303
1958				3413				3413
1959			3318	3489	3704			3488
1960				3285				3284
1961				3242				3242
1962								3169
1963				3261				3261
1964			3117					3234
1965								
1966								
1967						3079	117	3196
1968								

Fonte: Freire e Zapata (2017), Fonseca (1955), Nobre (1957), Pereira (1973), Filme Cultura (1967), Revista Geicine (1961) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (1946, 1949, 1950, 1951, 1952, 1953a, 1953b, 1954, 1955, 1957, 1959, 1960, 1961, 1962, 1963, 1965, 1966, 1969). Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas.

Os dados da Tabela 6, dos autores e revistas, são também creditados por órgão federal. A primeira fonte, Alberto Victor de Magalhães Fonseca, se trata de um parecer escrito pelo autor, para a Comissão Federal de Abastecimento e Preços (Cofap), no ano de 1955. O quadro de número de salas desenvolvido pelo autor, foi construído a partir de dados do IBGE (FREIRE; ZAPATA, 2017, p. 185).

Francisco Silva Nobre, era jornalista e escritor, e publicou em 1957 o livro *Mercado de cinema no Brasil*. De acordo com Freire e Zapata (2017) este foi provavelmente o primeiro estudo dedicado a número de salas de cinema no Brasil, cuja as informações, também foram retiradas do IBGE.

Geraldo Santos Pereira foi cineasta, atuante em órgãos de comissões federais ligados ao cinema entre 1950 a 1960. Lançou em 1973 o livro *Plano geral do cinema brasileiro: história, cultura, economia e legislação*, onde trazia números das salas de exibição brasileiras, sem indicar a fonte no qual se baseou (FREIRE E ZAPATA, 2017, p.185).

As revistas Geicine e Filme Cultura, são revistas publicadas por órgão federais (FREIRE; ZAPATA, 2017, p.185). A revista Geicine coletou seus dados através do Serviço de Estatística do Ministério da Educação e Cultura (MEC), e a Revista Filme e Cultura, apresenta dados creditados dos IBGE (FREIRE; ZAPATA, 2017, p.185).

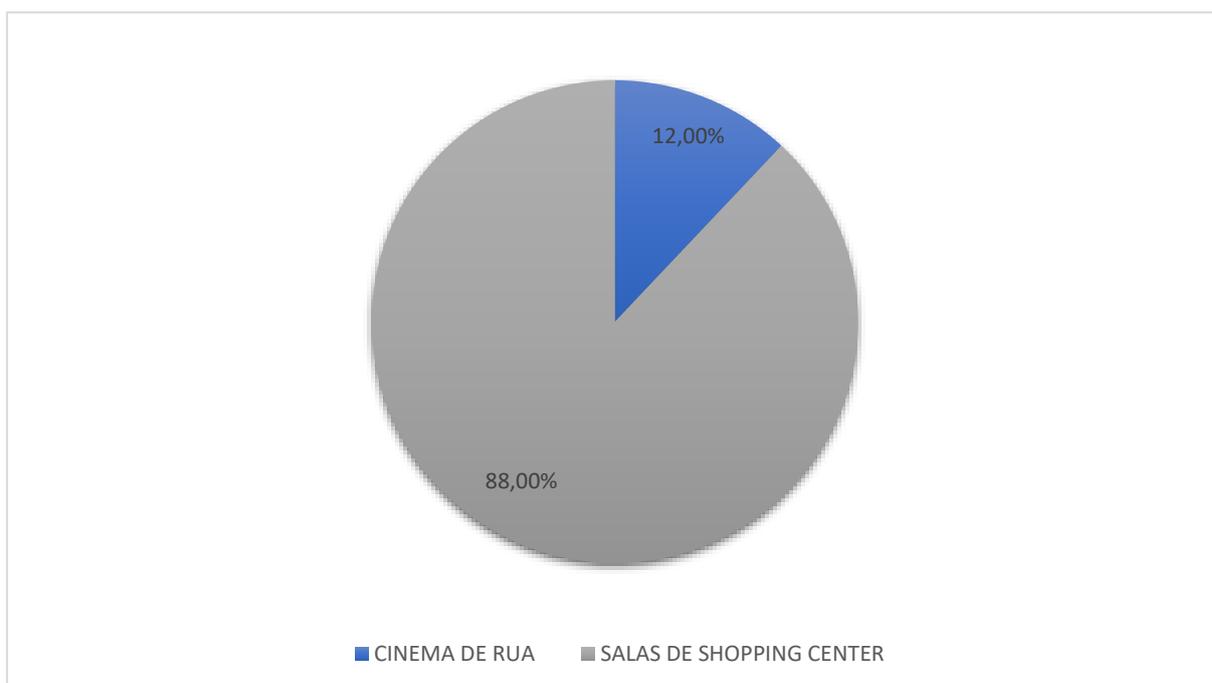
Percebemos na Tabela 6, que Nobre, Fonseca e Pereira, no levantamento de seus dados, somaram as categorias cinema e cineteatros apresentadas pelo IBGE, mas sem mencionar esta questão, diferente da revista Filme Cultura, que fez o mesmo, mas explicou que o número se tratava das duas categorias (FREIRE; ZAPATA, 2017, p.187). A distinção entre as categorias se dá apenas pelo funcionamento, uma vez que os cineteatros oferecem em seu espaço exibição de filmes e peças teatrais, e salas de cinema se limitam apenas na exibição dos filmes. Segundo Freire e Zapata (2017), a opção dos autores e da revista em unir os dados das duas categorias, se torna coerente sabendo que a maior parte destas salas de diversão funcionavam regularmente exibindo filmes, peças teatrais, shows e vários tipos de atrações culturais.

Apesar das diferenças apontadas na Tabela 6, podemos indicar um crescimento acelerado após o fim da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), com o ápice do circuito chegando no final da década de 1950.

A partir de 1970, mais da metade dos brasileiros já se encontrava em áreas urbanas, cuja oferta de emprego e de serviços, como saúde, educação e transporte, eram maiores. Uma

característica importante deste período foi a decadência dos cinemas de rua, e o surgimento cada vez mais forte das salas em shopping center. Como brevemente observado nas Tabelas 5 e 6, no primeiro ano da década de 70, os números de salas de cinema de rua começam a despencar. São Paulo por exemplo, que no ano de 1960 contava com mais de mil salas de cinema, termina a década de 70 com um número inferior, com 644 salas. Compreende as amostras dessa maneira, entendendo que o Anuário Estatístico do Brasil, contabilizava apenas os cinemas de rua. Dentre alguns motivos que encadeiam esse novo movimento, poderíamos citar possivelmente o crescimento das metrópoles. Segundo Ribeiro (2011), essa situação traz consigo problemas sociais e um inchaço populacional que as grandes salas de rua não puderam suportar. As salas de cinema de rua, não poderiam suportar o imenso avanço desproporcional que estava ocorrendo com o crescimento das cidades. As transformações culturais e de ordem econômica foram determinantes para a escolha do público por cinemas situados em shopping centers, visto do Gráfico 2. No entanto, as razões pelo crescimento do cinema em shopping são complexas e muito mais profundas, derivam de uma gama de condicionantes, que formaram essa situação que se faz presente até os dias atuais. Tendo em vista que cidades não metropolitanas também tiveram fechamentos de cinema de rua como mostra Bessa da Silva (2017) para Campos dos Goytacazes/RJ.

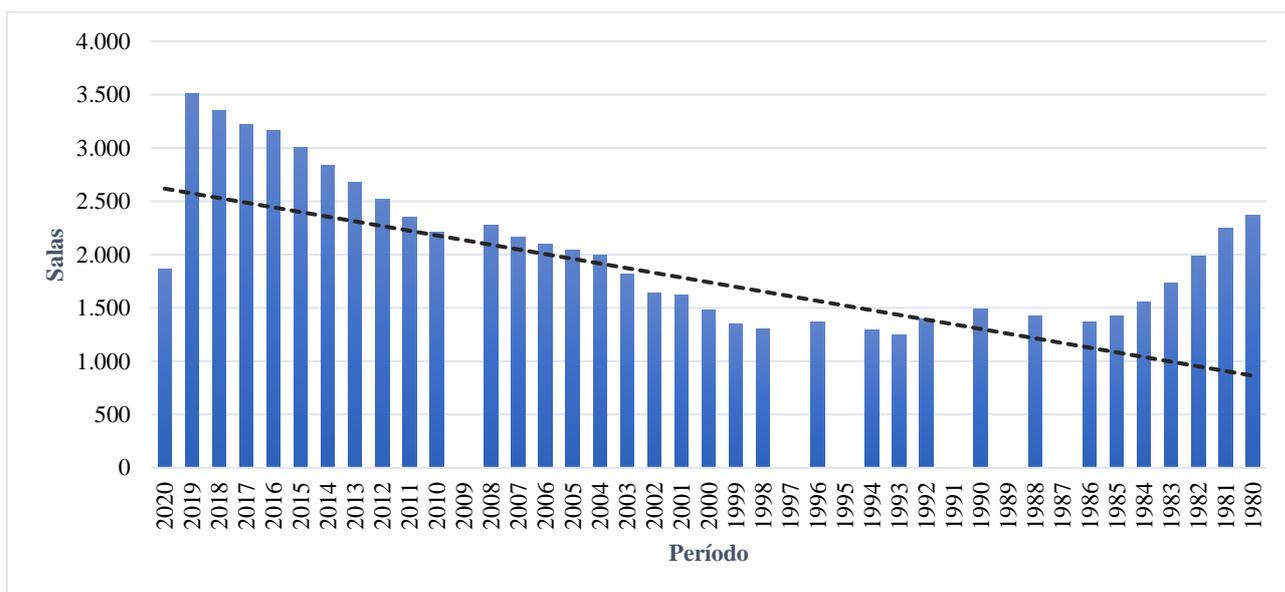
Gráfico 2: Percentual de salas de exibição por local de funcionamento (2019).



Fonte: Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro de 2019. Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas.

A partir da década de 1980, o anuário estatístico do cinema brasileiro, as salas de cinemas contabilizadas referem-se a ambas localidades (rua e shopping). Analisando a série histórica, é possível perceber forte correlação ao longo dos anos, períodos breves de divergência entre as variáveis, determinados por fatores externos. Como ressalta a Gráfico 3:

Gráfico 3: Evolução do Número de Salas de Exibição (1980 a 2020)



Fonte: de 1971 a 2005, os dados foram retirados do sítio especializado Filme, a partir de 2006, as informações foram produzidas pela ANCINE. Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas.

Santos (2013) retrata que de fato o novo perfil urbano se tornou mais complexo. A metrópole agora responde por vários fluxos de informação, que passam por cima dos fluxos de matéria, formando a nova cadeia dos sistemas urbanos. No entanto, o que Milton Santos expõe é que esse novo espaço também carrega uma certa “involução”, já que mesmo com o alto investimento, as metrópoles tinham o crescimento econômico menor do que as regiões agrícolas dinâmicas e respectivas cidades regionais (SANTOS, 2013, p.10). Por esta condição, a grande cidade fomenta a expansão da crise urbana. A alta demanda demográfica, o gasto público que visa majoritariamente atender interesses de agentes socioeconômicos hegemônicos, delineada pela falta de acesso aos empregos e falta de investimento em políticas públicas, incorpora a grande cidade o polo da pobreza:

O novo perfil industrial tem muito a ver com esse resultado. Por isso, a grande cidade, mais do que antes, é um polo da pobreza (a periferia no polo...), o lugar com mais força e capacidade de atrair e manter pobre, ainda que muitas das vezes em condições sub-humanas. A grande cidade torna-se o lugar de todos os capitais e de todos os trabalhos, isto é, o teatro de numerosas atividades “marginais” do ponto e vista tecnológicos, organizacional, financeiro, previdenciário e fiscal. (SANTOS, 2013, p.10).

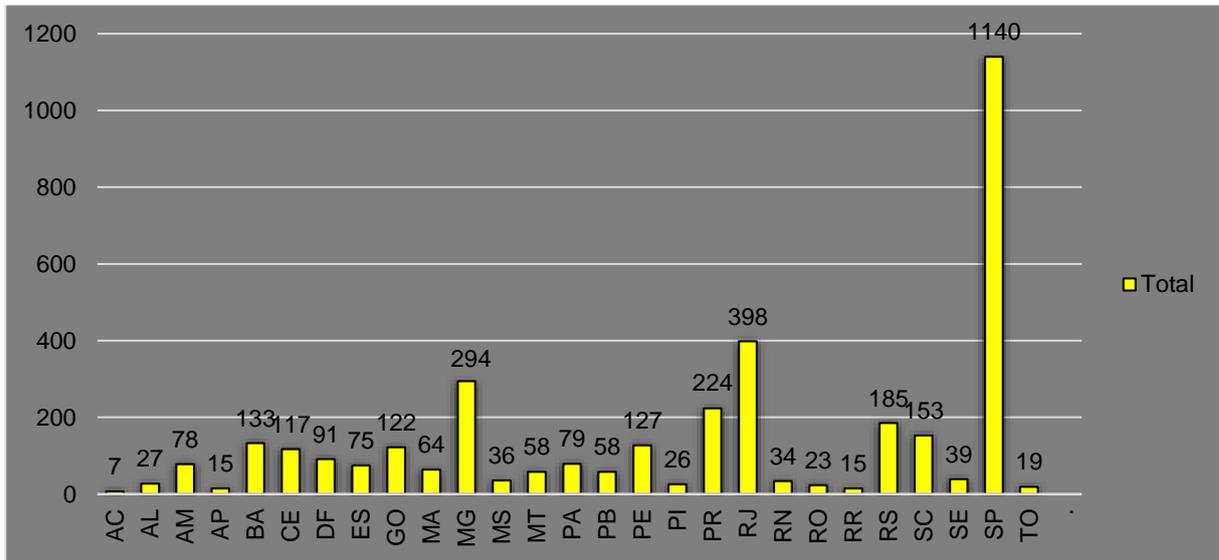
O caso da evolução dos Shopping centers, que comunicou diretamente com fim das salas de cinema de rua, justifica-se também, pela mesma ideia trazida por Milton Santos. Os shopping centers passaram a oferecer cinemas mais confortáveis e luxuosos, com o discurso da maior segurança e qualidade, diferenciando-se dos localizados em outros espaços da cidade. Além disso, o shopping center chega como elemento modernizador do espaço urbano, com fortes mecanismos de propaganda. Já as salas de cinema de rua devido a especulação imobiliária, fez com que aqueles espaços ganhassem outros significados. Por ser espaços muitos privilegiados (do ponto de vista de determinadas ações), de grande porte e localizados em nos grandes centros, além de já serem pontos conhecidos pela população, ficaram na mira de determinados grupos de agentes modelares do espaço urbano. É nesta mesma época que houve o crescimento das igrejas evangélicas, que começaram a ver nas grandes salas espaços ideais, grandes estacionamentos e espaços administrativos. De acordo com Pozzo (2020) as cidades com mais 500 mil habitantes apresentam substancialmente o aumento da presença de shoppings centers, e são justamente essas cidades que as salas de cinemas mais crescem.

No que diz respeito aos dias atuais, vimos que o cenário de desigualdade na disponibilidade de salas de exibição não se manteve muito diferente. A concentração de salas de exibição ainda se encontra em maior número nas grandes cidades brasileiras, como pode ser observado na Tabela 5, e agora no Gráfico 4, as regiões Norte e Nordeste do país, encontram os menores quantitativos de salas de cinema desde 1940, até os dias mais atuais. Essa afirmativa se dá porque a região Nordeste é a que apresenta hoje a menor taxa de urbanização no Brasil. E várias questões sobre essa desigualdade, pobreza urbana e renda baixa, além da concentração de shoppings (consequentemente de salas de cinemas) serem menores. Pozzo (2020) explica que a rede urbana brasileira historicamente de fato se organizou de forma desigual, dendrítica e concentrada,

Pois apresenta fraca presença de centros intermediários e sub-regionais. Nossa rede dendrítica possui origem colonial, e é caracterizada por poucas e grandes metrópoles em contraposição aos numerosos e pequenos centros, indicando

um caráter unilateral dos fluxos e baixa divisão territorial do trabalho. (POZZO, 2020, p.64).

Gráfico 4: Número de Salas de Cinema nas Capitais (2021)



Fonte: Agência Nacional do Cinema - ANCINE (2021). Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas.

Essa menor urbanização está apoiada no fato de que dessa região partiram várias correntes migratórias para o restante do país e, além disso, as cidades nordestinas detinham renda menor, equipamentos industriais reduzidos, atividade econômica menos dinâmicas, em comparação a outras regiões. Logo, não era capaz de atrair a sua própria população rural. Segundo dados do IBGE, até os anos de 1960 a Região Norte era a segunda mais urbanizada do país, como destaca a Tabela 7, porém a concentração da economia do país no Sudeste e o fluxo de migrantes dessa para outras regiões, fez com que o crescimento relativo da população urbana regional diminuísse.

De acordo com Pozzo (2020) foi no momento em que o Brasil completa a sua transição urbano-rural, que ocorreu entre 1975 até 1999, que as salas de cinema começam a diminuir. Para a autora essa rede urbana impôs as salas de cinema uma transição tecnológica que a maioria dos empresários do ramo não estavam preparados para se adaptar, “este processo de concentração territorial impulsionado por demandas de modernização tecnológica é comum não apenas ao ramo cinematográfico, mas à toda indústria cultural” (POZZO, 2020, p.65).

Tabela 7: Taxa de urbanização das regiões brasileiras (1940 A 2010)

Região	1940	1950	1960	1970	1980	1991	2000	2007	2010
Brasil	31,24	36,16	44,67	55,92	67,59	75,59	81,23	83,48	84,36
Norte	27,75	31,49	37,38	45,13	51,65	59,05	69,83	76,43	73,53
Nordeste	23,42	26,4	33,89	41,81	50,46	60,65	69,04	71,76	73,13
Sudeste	39,42	47,55	57	72,68	82,81	88,02	90,52	92,03	92,95
Sul	27,73	29,5	37,1	44,27	62,41	74,12	80,94	82,9	84,93
Centro Oeste	21,52	24,38	35,22	48,04	67,79	81,28	86,73	86,81	88,8

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas.

As salas de cinema estão presentes em apenas 383 dos 5570 municípios do Brasil, segundos dados revelados pelo IBGE (2019). Esta mesma pesquisa também mostrou que, 64,1% dessas salas de cinema se concentram em cidades com mais de 500 mil habitantes, e o restante das salas, ficam, principalmente, em municípios com 100 mil a 500 mil habitantes. Das 4.911 cidades que contém um número equivalente a 50 mil habitantes, ou menos, apenas 54 tem salas de cinema (IBGE, 2019).

O livro digital "Uma nova política para o audiovisual", publicado pela ANCINE em 2017, lembra que o Brasil já teve um parque exibidor "vigoroso" e "descentralizado" nas décadas que antecedem a de 1970. Naquela época, 80% das salas estavam em cidades do interior, e não somente em shoppings das grandes metrópoles, como é o caso atual. Ainda de acordo com ANCINE, em 2020, 46,4% da população brasileira é atendida com salas de exibição, e há 113.3847 habitantes por sala no país. como demonstra a Tabela 8. Entre 2011 e 2019, registrou-se um aumento acumulado no número de salas de 49,1% frente a um crescimento populacional de 6,5% no mesmo período. Com isso, o índice de habitantes por sala do Brasil vinha caindo e chegou a menos de 60 mil em 2019.

Tabela 8: Dados gerais da exibição no país – 2011 a 2020

Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Número total de salas	2.352	2.517	2.678	2.833	3.005	3.160	3.223	3.347	3.507	1.860
Salas por complexo	3,43	3,59	721	746	742	771	782	809	852	466
População brasileira	197.397.018	199.242.462	201.032.714	202.758.031	204.450.649	206.081.432	207.378.848	208.494.900	210.147.125	211.755.692
Ingressos vendidos	143.206.574	146.598.376	149.518.269	155.612.992	173.022.827	184.327.360	181.226.407	163.457.959	177.719.156	39.437.397
Ingressos per capita	0,73	0,74	0,74	0,77	0,85	0,89	0,87	0,78	0,85	0,19
Habitantes por sala	83.927	79.159	75.068	71.570	68.037	65.216	64.343	62.293	59.922	113.847
Cidades com cinema	392	391	392	398	388	383	396	416	439	284
Salas digitais	ND	784	1.353	1.770	2.874	3.149	3.223	3.347	3.507	1.860
Salas 3D	467	617	854	1.039	1.190	1.280	1.385	1.752	1.833	828
% Cidades com cinema	7,0%	7,0%	7,0%	7,1%	7,0%	6,9%	7,1%	7,4%	7,9%	5,1%
% População atendida	52,9%	53,3%	53,3%	52,9%	54,4%	55,1%	55,9%	57,0%	58,1%	46,4%

Fonte: Agencia Nacional de Cinema (2020) – Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas

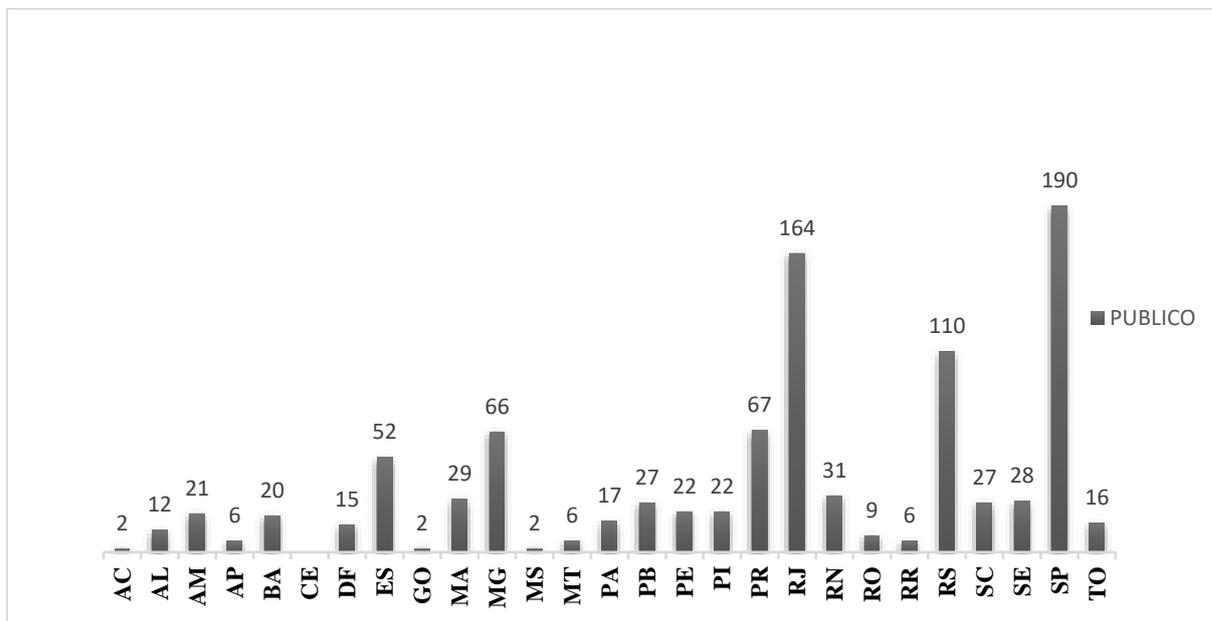
É possível observar que nos anos de 2020 a uma redução considerável no valor quantitativo do número de salas de exibição. De acordo com a ANCINE (2020) tais demandas dizem respeito aos impactos causados pela pandemia do COVID-19, que assolou o mundo nesse mesmo mundo. Essa constatação não será explorada nesse trabalho porque foge dos objetivos, mas é uma questão relevante, sobretudo que não se trata apenas da pandemia, mas como a cultura tem sido tratada na política do atual governo.

O processo de distribuição de filmes no Brasil, também revela essa mesma característica desigual. O processo de execução de um filme é complexo. Primeiro é necessário oferecer uma ideia às produtoras, caso o projeto seja aprovado, precisará de uma boa credibilidade para tentar conquistar determinada distribuidora. Esta, por sua vez, analisará as potencialidades da obra para chegar às salas de cinema e a possível margem de lucro. Fechado o negócio, começa a distribuição dos filmes nas salas de cinema do país. A Agência Nacional de Cinema (ANCINE), a grande responsável por fomentar os projetos cinematográficos.

A distribuição em filme tradicional é um processo difícil e relativamente caro (CHALUPE, 2010). O custo de cópia de uma produção pode variar de acordo com a duração do filme, se houver necessidade de exibição em outros idiomas, o tipo de projeção que determinado filme pede, o transporte e armazenamento, tudo isso é considerado pelas distribuidoras, antes dos filmes chegarem às salas de cinema.

Uma vez analisados todos esses requisitos, começa o processo de escolher quais salas de cinema, de quais localidades do país, receberão os filmes prontos para a distribuição. Considerando a lógica do retorno de lucro, as distribuidoras optam quase sempre por distribuir seus filmes em cinemas com maior fluxo de pessoas, conseqüentemente, nas salas de cinema das grandes metrópoles. Utilizamos o Gráfico 5 com dados do filme “Nada a perder”, para demonstrar a presença de público por região nos cinemas onde o filme foi distribuído.

Gráfico 5: Público presente por estados nas salas de cinemas para assistir o filme “Nada a perder” (2018)



Fonte: Agência Nacional do Cinema -ANCINE (2020). Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas.

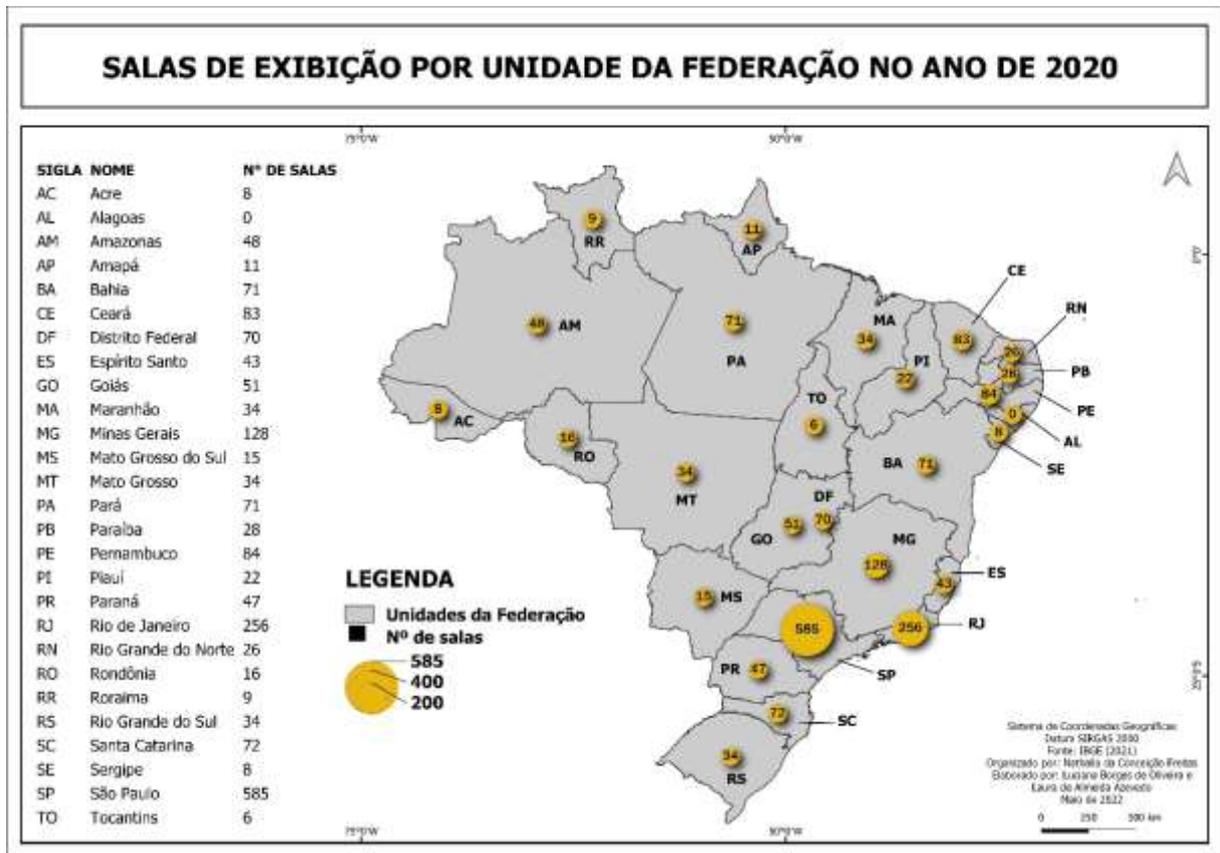
O filme “Nada a Perder”, de 2018, teve a maior arrecadação do cinema nacional, até 2020. Um filme do segmento evangélico (característica esclarecida a seguir no texto), produzido pela Record Filmes, e distribuído para todo o Brasil pela Paris Films (ANCINE, 2018). É interessante observar que mesmo o filme em questão sendo distribuído em larga escala, a retenção maior de público se concentra nas grandes metrópoles. Podemos atrelar isso, ao fato de o Sudeste ter as maiores concentrações de salas por habitantes (IBGE,2019). A ANCINE (2019) aponta que no Brasil há uma sala de cinema para cada 59.922 habitantes. Mas a concentração de espaços varia de região para região. Em 2019, São Paulo liderava com o maior número de salas do país, seguindo por Rio de Janeiro e Minas Gerais. E juntos, esses três estados do Sudeste, detinham 50% das salas do país, conforme a Tabela 9:

Tabela 9: Quantidades de salas de exibição por estado (2007 a 2020)

UF	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009*	2008	2007
AC	8	8	8	7	5	4	5	5	4	7	3	3	2	2
AL	0	29	29	29	29	29	29	14	14	14	10	5	5	5
AM	48	70	71	71	63	63	56	47	41	41	41	31	30	22
AP	11	15	17	17	17	17	7	4	6	6	6	5	3	3
BA	71	132	114	106	100	87	83	88	84	78	82	76	72	68
CE	83	107	99	100	98	86	79	49	40	45	44	40	36	36
DF	70	88	88	88	88	87	81	81	76	73	80	93	88	87
ES	43	78	78	74	72	69	61	53	51	47	47	45	48	48
GO	51	114	116	117	113	99	99	94	86	80	74	76	73	67
MA	34	61	62	62	51	46	34	33	21	20	17	11	18	28
MG	128	279	269	257	259	252	241	217	213	197	184	191	206	198
MS	15	31	28	28	28	30	29	28	24	23	17	17	20	20
MT	34	53	53	46	45	42	36	36	27	27	27	28	29	28
PA	71	84	83	66	66	66	52	48	41	32	28	21	21	15
PB	28	45	40	38	37	34	26	26	26	25	20	20	31	29
PE	84	119	116	96	97	88	89	81	79	59	54	53	60	55
PI	22	34	30	26	26	26	14	10	10	10	10	10	11	11
PR	47	221	200	192	179	169	178	171	160	152	145	141	134	120
RJ	256	382	373	354	366	353	325	312	307	297	269	254	306	296
RN	26	31	31	31	31	31	31	31	19	19	19	14	15	15
RO	16	24	19	18	15	16	16	13	13	12	12	12	12	12
RR	9	15	15	15	15	15	6	6	6	6	5	5	2	2
RS	34	184	177	176	161	156	163	171	163	151	142	139	157	141
SC	72	149	148	133	130	122	114	113	109	96	83	72	82	82
SE	8	28	24	25	21	19	19	19	14	14	14	14	10	15
SP	585	1.107	1.041	1.033	1.031	986	947	915	869	812	770	730	800	753
TO	6	19	18	18	17	13	13	13	14	9	3	4	7	7
Total	1.860	3.507	3.347	3.223	3.160	3.005	2.833	2.678	2.517	2.352	2.206	2.110	2.278	2.159

Fonte: Sistema de Registro, ANCINE, Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), Sistema de Controle de Bilheteria (SCB), Filme B e outras fontes secundárias.
Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas.

Mapa 2: Salas de exibição por unidade federativa no ano de 2020



Fonte de dados: ANCINE; Organização dos dados: Nathalia da Conceição Freitas; Desenho do mapa: Luciana Borges de Oliveira e Laura de Almeida Azevedo.

Com as informações obtidas na Tabela 9 e Mapa 1 fica claro que o Sudeste tem a maior oferta de salas de cinema. Mais salas por região e por habitantes. Logo, as distribuições dos filmes, se destacará mais nestas regiões.

Já a Tabela 10 construída pela ANCINE (2020), informa que a distribuição de filmes brasileiros e internacionais, ocorre de maneira defasada. Uma vez que podemos observar que a maioria dos filmes são distribuído apenas para 300 salas de cinemas espalhadas por todo território nacional. A uma diminuição relevante no número de filmes que são distribuídos para mais de 500 salas, e ofertas para 1000 salas são quase nulas. Compreendendo que os filmes não são amplamente distribuídos, e que a uma desigualdade regional nesse processo (como demonstrado acima).

Tabela 10: Quantidades de salas que receberam filmes nacionais e internacionais por lançamento (2009-2020)

Ano	Mais de 300 Salas no Lançamento		Mais de 500 Salas no Lançamento		Mais de 700 Salas no Lançamento		Mais de 1.000 Salas no Lançamento	
	Brasileiros	Estrangeiros	Brasileiros	Estrangeiros	Brasileiros	Estrangeiros	Brasileiros	Estrangeiros
2009	2	15	0	9	0	4	0	0
2010	4	20	1	5	1	2	0	0
2011	5	37	0	16	0	6	0	2
2012	5	34	2	19	1	9	0	4
2013	12	47	2	28	1	15	0	6
2014	10	61	3	31	0	23	0	9
2015	13	59	7	36	1	26	0	11
2016	17	71	6	44	4	35	2	18
2017	19	74	6	53	0	39	0	18
2018	10	81	6	49	4	33	2	18
2019	14	78	9	53	5	33	3	23
2020	2	31	0	17	0	11	0	8

Fonte: ANCINE, 2020.

A distribuição de salas de cinemas no Brasil e o acesso da população reproduzem a concentração socioeconômica e a desigualdade regional do país, conforme dados da ANCINE, que acabamos de analisar. A exibição de filmes no Brasil está concentrada regionalmente, a distribuição cinematográfica no Brasil em relação aos filmes nacionais sofre com a falta de espaço nas salas de cinema. “Um dos obstáculos para a produção e difusão cultural brasileira é a desigual participação das empresas brasileiras, produtoras e distribuidoras de filmes” (CHALUPE, 2010, p.66).

A falta de acesso, traduz a distância da população de discussões de importância social e cultural. Não ter a possibilidade de ir ao cinema, pensá-lo e discuti-lo, torna a vida cultural mais pobre. Os cinemas são capazes de formar pensamentos, entretenimento é entregue, política é discutida. A cultura sofre muito quando não existe acesso a qualquer tipo de arte.

É preciso destacar que a hegemonia do cinema estadunidense (Hollywood), é expressão da absorção da cultura daquele país na formação socioespacial brasileira e que não corresponde às necessidades e debates nacionais. Nesse sentido, realizamos um panorama do acesso negado a grande parte da população ao cinema por esse equipamento não ser uma realidade para a maior parte dos municípios do Brasil. Sem contar nos preços proibitivos para a maior parte da população. Entretanto, não realizamos a análise do

conteúdo dos filmes exibidos, pois a maior parte delas dedica-se à promoção de filmes do tipo *blockbuster*, ou seja, quando é acessível, não são filmes para a formação política, cultural e social, mas pertencentes à expansão da cultura de massa e globalizante.

3.2 Cinema evangélico: produção e distribuição

Com a necessidade de levar o evangelho para todos os povos, para elevar a porcentagem dos praticantes das religiões cristãs evangélicas, que a introdução dos meios midiáticos se fez necessária para alguns grupos evangélicos. A partir dos anos de 1980, passaram a ocorrer novas maneiras de induzir ensinamentos religiosos através dos meios de comunicação. As casas brasileiras foram invadidas, por esses programas religiosos que tinham principalmente o intuito de romper paradigmas do pentecostalismo tradicional, e difundir ideias modernas do pentecostalismo da terceira onda para os fiéis (MARIANO,2004, p.124).

Segundo dados de 2015, da Ancine (Agência Nacional de Cinema), programas de cunho religioso ocuparam naquele ano 21,1%, ou uma a cada cinco horas, do tempo de programação da TV aberta.⁷ Foram classificados nesta coleta de dados como programas religiosos, transmissões de missas, cultos ou rituais. Sendo eles: o “Show da Fé”, produzido pela Igreja Internacional da Graça de Deus, exibida pela Rede TV e pela Band; a “Santa Missa”, vinculada com o catolicismo, exibida pela Rede Globo; E a TV Record, que disponibiliza seus horários da madrugada para produções pentecostais. Sendo a líder de horários comprometidos a esses conteúdos, a Rede CNT, com 89% de sua grade disponibilizada, seguida da Rede TV com 43,4% e na sequência a TV Record com 21,7%.

É sabido através de Mariano (1999), que de fato as congregações da terceira onda pentecostal, desde de sua jornada inicial de expansão, vem investindo em novas maneiras de se organizar, e principalmente de se comunicar. Religião e arte, tem ligação direta à experiência humana, já que são expressões dessa experiência diante do mundo. A aproximação de ambas se trata, de apreender novas linguagens e compreensões que possibilitam novas interpretações do religioso.

⁷ Folha de São Paulo, 2016. Uma em cada 5 horas na TV aberta é destinada a programação religiosa. <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/06/1782416-uma-em-cada-5-horas-na-tv-aberta-e-destinada-a-programacao-religiosa.shtml>. Acesso em 30/11/2021.

Em uma sociedade cuja o culto pela imagem é um movimento significativo, o cinema passa a ser uma das fontes mais abundantes de elementos para construção de uma manifestação cultural e de imaginário popular. Como declara Schmidt (2008), dentro da história da religião, a imagem de certa forma foi utilizada como um método pedagógico da fé, “Após uma abordagem geral da importância da imagem no mundo atual, desdobra-se inicialmente a importância da imagem na construção dos mitos, da fé cristã e como forma de concretizar os valores religiosos” (SCHMIDT, 2008, p.9).

Ramos (2010), afirma que o cinema antes de tudo é uma “forma de narrativa”, compreende um conjunto de expressões audiovisual articuladas em dimensão narrativa. São muitas as maneiras de olhar um filme, de formas mais concretas e explícitas. Se tratando de filmes religiosos, pode-se considerar formas mais implícitas, abstratas, metafóricas e simbólicas. Há descrito na história uma relação concreta entre a religião e o cinema, formada talvez entre um embate da indústria cinematográfica e o campo religioso, criando-se assim o campo do filme religioso. Como descreve Vadico (2016), é indissociável a produção destes filmes da atuação dos religiosos na sociedade, sejam ligados a alguma instituição ou não.

Considera-se que o início do cinema foi em 1895, na França, quando os irmãos Louis e Auguste Lumière projetaram um filme pela primeira vez. No entanto, antes da fundação daquilo que foi chamado de cinema, pelos irmãos Lumière, a captação de imagens já produzia conteúdos de cunho religioso. Porém, foi após a invenção dos Lumières, que o cristianismo europeu adentrou de fato nesse meio, na virada dos séculos XIX para o XX (MEDITSCH e VALIM, 2018, p.2). Como proposto por Vadico (2009), *A Paixão de Cristo* e *La Vie et la Passion de Jésus-Christ*, foram os primeiros filmes considerados religiosos, como descreve

O historiador Georges Sadoul equivocou-se ao tomar *A Paixão de Horitz* pelo filme dos Lumière, trata-se de filmes diferentes. Ambos bastante longos e ambos do mesmo ano de 1897. Difícil saber qual foi realizado em primeiro lugar. Pois até então a informação de Georges Sadoul deixava claro que o filme dos Lumière foi o primeiro longametrage da história do cinema. Vimos como as citações de Musser que a *Paixão de Horitz* era por sua vez bastante longa também. Mas, não vamos cair na tolice das primazias, importante é que fique claro que *A Paixão de Horitz* foi filmada por 'Doc Freeman', sob encomenda de Hurd e feita com capital americano e que *La vie et la Passion de Jésus-Christ* foi feita sob encomenda dos Lumière para o encenador Georges Hatot, assistido por Brettau, com produtor francês (VADICO, 2009, p.170).

De fato, a religião cristã tornou-se preceptora desse movimento cinematográfico religioso, e serviu para afirmar seus propósitos através de uma nova arte ou ferramenta, na maneira de se comunicar. Uma vez que rapidamente esse novo método fomentou um meio de propagação de fé e ensinamentos de valores. Essa troca existente entre as duas manifestações culturais, influenciam até hoje o percurso de ambas, compreendendo novas espacialidades, como por exemplo: o território, a territorialidade, o espaço, o lugar, a paisagem, e o poder. Dentro da geografia, a abordagem cultural perpassa por diversas concepções desde o final do século XIX. Cosgrove (2003), aponta que a Geografia Cultural apreende e compreende essa dimensão da interação humana com a natureza e seu papel de ordenação do espaço. Logo, está argumentação expõe de maneira direta a relação entre a inserção do pentecostalismo de terceira onda no território e o cinema. Essa corrente do seguimento religioso, nada mais fez, do que repetir um processo já construído dentro da esfera da comunicação com seus fiéis. A busca por mais espaço entre as religiões de outras matrizes, além da hegemonia católica fizeram a fé evangélica ter uma postura mais contundente nesta busca. Em um movimento que vem tomando forma há décadas, a abrangência e variabilidade das formas de se pensar a religião deram espaço a inúmeras vertentes teológicas, mas também a “dessacralização da existência humana”, como escreve Weber (2007 *apud* SOUSA, 2013).

A produção cinematográfica e a fé cristã, tem um relacionamento consolidado que já dura anos. Mas por décadas, a relação entre igreja e filmes foi conturbada (Vadico 2015), com muitas críticas oriundas do meio cristão, que determinavam as obras cinematográficas em sua maioria, pagãs. E não se enxergava um reconhecimento de que a arte poderia trazer ensinamentos religiosos. Quando essa percepção de que um filme pode alcançar mais pessoas, foi entendida pelas igrejas, a postura foi diferente.

Antes do circuito cinematográfico evangélico brasileiro começar a se consolidar, desde o início dos anos 2000, os Estados Unidos já haviam entendido o potencial desse movimento. Um exemplo deste fator, foi o caso do filme “A virada”. Dois pastores norte-americanos, da Igreja Batista, Alex e Stephen Keendrick, fizeram em 2003 este longa-metragem sobre um vendedor de carros que toma rumo na vida ao aceitar Cristo. No cinema, o filme teve lançamento discreto, e arrecadou cerca de 37 mil dólares, mas quando o filme foi vendido em DVD, 300 mil cópias foram compradas. Iniciando um movimento de filmes da temática, feitos com baixo orçamento, mas obtendo um retorno alto.

De acordo com Ygor Siqueira, empresário do ramo do cinema evangélico, é difícil fazer cinema no Brasil, se tratando do meio evangélico, se torna ainda mais trabalhoso. O empresário levanta questões, para a realização deste processo, que envolve temas já debatidos neste texto. Como a desigualdade e falta de acesso da população brasileira acerca desse meio.

Você tem hoje no Brasil, talvez subiu um pouco mais, mas entono de 3.400 cinemas. No Brasil todo. Quando você pega América do Norte, são mais de 50mil. Então, você pega Estados Unidos, são 35 mil salas de cinema. Então aqui, você tem, 3.500, por aí. Então, aí já é um problema que dificulta você colocar um filme nos cinemas. Começa por aí. Quando a gente fala de filmes cristãos, ainda o desafio é maior, porque até pouquíssimo tempo, nem tinha filmes cristão no cinema. (Igor Siqueira, 2022)⁸

Nos Estados Unidos, esse movimento tomou cada vez mais forma, ano após anos, e hoje já alcança números exorbitantes de sucesso desses filmes. Como foi o filme “Deus não está morto” (2014). Um longa-metragem sobre um aluno cristão que tem sua crença questionada por um professor. O filme foi produzido pela Pure Flix Entertainment, que é uma produtora totalmente voltada para o segmento e é hoje uma gigante no seguimento. Possui diversos filmes e oferece uma plataforma de *streaming*, nos moldes já conhecidas como da Netflix, mas com milhares de demandas que oferecem esse entretenimento cristão (Figura 1). O filme “Deus não está morto”, foi produzido por 2 milhões de dólares (o que é



Figura 1: Plataforma de *streaming* da Pure Flix



⁸ Igor Siqueira. Ygor Siqueira 360 WayUp - Miló PodCast. Entrevista concedida para o Miló PodCast, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yxZU2Kl13ic>. Acesso em: 09/06/2022.

considerado baixo para a produção de um filme), mas teve o retorno em renda de 60,7 milhões de dólares. No Brasil, o filme foi lançado pela produtora e distribuidora Graça Filmes, e levou 300 mil pessoas as salas de cinema brasileiras (ANCINE, 2014).

Fonte: Arquivo da autora, 2022⁹.

Sucessos recentes como “Milagres do paraíso” (2016), a Trilogia de “Deus não está morto” (2016), “O céu é verdade” (2014) e “A cabana” (2017), são representativos de como o investimento nesse seguimento foi próspero para o mercado cinematográfico norte americano. Esse aumento na produção de filmes cristãos, levou a criação de um site nos EUA, chamado Christian Film Database (CFDb), um banco de dados cinematográfico religioso com mais de duas mil produções catalogadas.

O cinema brasileiro vem aos poucos se conectando a esse movimento do mercado. Para Ygor Siqueira, houve de fato um crescimento no movimento:

O filme cristão, tem público. A gente tem que entender que, o Brasil hoje, 86% do país é considerado um país cristão. Então você tem aí, 50% católicos e tem 30% num meio evangélico. Então quando a gente em essa gama de pessoas, que se identificam com o cristianismo, a gente sabe que o público quer filmes que tenham esses princípios. (Ygor Siqueira, 2022).¹⁰

Para Ygor, esse nicho não era visto como lucrativo pelo mercado brasileiro, mesmo com a ascensão do movimento nos EUA. No entanto, com o lançamento do filme “Deus não está morto”, o cenário mudou de figura. Essas empresas passaram a apostar nesse segmento. E hoje no Brasil, o investimento do mercado nesses filmes, não se tornou mais um problema.

Esse público e esse potencial, foi visto claramente através do filme Deus não está morto. Foi lançado até pela Graça. A partir desse filme, é que o mercado entendeu que tinha um nicho. Que era algo que já acontecia lá nos Estado Unidos. A gente acaba sempre ficando 10 anos atrasado. [...] Aí o cinema antes, grandes exibidores nem queriam marcar filme cristão. Marcar é colocar nos cinemas. Deus não está morto mesmo, nem entrou em uma das exibidoras mais relevantes do país. Hoje já não. Além de tudo, os cinemas estão preparados para receber grupos. Então, hoje o problema já não é com o exibidor (Igor Siqueira, 2022)¹¹.

9 Print de tela. Disponível em: <https://www.pureflix.com/>. Acesso em: 23/05/2022.

¹⁰ Igor Siqueira. Ygor Siqueira 360 WayUp - Miló PodCast. Entrevista concedida para o Miló PodCast, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yxZU2Kl13ic>. Acesso em: 09/06/2022.

¹¹ Igor Siqueira. Ygor Siqueira 360 WayUp - Miló PodCast. Entrevista concedida para o Miló PodCast, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yxZU2Kl13ic>. Acesso em: 09/06/2022.

E segundo Ygor, hoje o Brasil é o segundo maior produtor de filmes evangélicos¹², apenas atrás dos Estados Unidos. Os grandes sucessos de bilheteria da Record filmes, “Os Dez Mandamentos” e “Nada a perder”, que assumiram recordes no país, demonstram esse fato.

Para a construção desta seção, foram levantadas informações de cinco grandes empresas cinematográficas brasileiras deste seguimento a fim de reconhecer a potência desse novo mercado no território nacional. São elas: a Graça Filmes, a 360WayUp, a Record Filmes, Red Filmes e a Feliz 7 Play.

A começar pela Red Filmes, pioneira do movimento. Foi criado em 2005 em Joinville, Santa Catarina. É a primeira produtora exclusiva do segmento que se tem registro. Criada a partir de um grupo de teatro de igreja. O filme “As estrelas me mostram você”, estreou mundialmente em 2008, do gênero comédia romântica, e foi o primeiro filme produzido pela Red Filmes e lançado pela BV filmes, uma das maiores distribuidoras de material evangélico internacional reconhecida hoje. A empresa também foi responsável por colocar o primeiro filme evangélico brasileiro, em uma grande plataforma de *streaming*, o longa “Quando o Sol se Põe”, lançado pela Netflix em 2020.

A 360WayUp, atua como consultora, distribuidora, produtora, agência de marketing e assessoria de comunicação para filmes cristãos. Para a produtora, seu foco principal é divulgar produtos que alcançam pessoas com uma mensagem de fé e restauração. Contam com um portfólio que dispõe de peças teatrais, longas metragem, comerciais, vinhetas publicitárias e outros. Ygor Siqueira, dono da empresa, já foi diretor executivo da Graça Filmes, e visa hoje a ampliação do mercado audiovisual cristão no país. Quando perguntado sobre o que é a 360 WayUp, Igor à define como:

A 360 é uma produtora. Uma empresa totalmente focada em áudio visual cristão. Então ela é uma produtora, uma distribuidora de filmes, e uma agência de comunicação. Então por isso que é 360 WayUp. Way de caminho Up. Então a gente vem trabalhando, toda essa parte de produção, distribuição, mas, os cinco primeiros anos, totalmente focado na área de marketing. Porque aí, as distribuidoras queiram lançar filmes nos cinemas, aí precisava realmente de alguém que entendesse o mercado.

¹² O ser cristão, é aquele que professa ou frequenta igreja de uma das modalidades do cristianismo. Dentro desta modalidade há várias vertentes, como o catolicismo e o próprio evangelho. De acordo com os preceitos observado nas obras citadas por Ygor Siqueira, a sua produtora se enquadra como produtora de filmes gospels ou evangélicos. Uma vez que, mesmo sob moralidade cristã, perpassam dogmas das igrejas evangélicas. Dito isso, fica claro que o uso da palavra cristã, se referindo a sua produtora, se trata de um vício de linguagem.

Então hoje, a 360 se posiciona como produtora, porque a gente da com cinco, sete projetos de longa-metragem já em desenvolvimento. Outros, a gente já deve rodar agora esse segundo semestre. Como distribuidora, a gente vem co-distribuindo filmes. Tem trabalhado em muitos projetos relevantes. E como agência, a gente já se envolveu em mais de 27 projetos nos cinemas. (Igor Siqueira, 2022)¹³

Fundada em 2015, em seu primeiro ano, a 360 WayUp coordenou os lançamentos dos filmes “Você Acredita”, e do filme “Quarto de Guerra”. Os dois lançamentos geraram repercussão nacional e, juntos, somaram quase um milhão de espectadores nos cinemas do Brasil. Em 2016, foi responsável pelo lançamento no país dos filmes, “Ressurreição”, “Deus Não Está Morto 2”, “Milagres do Paraíso”, “Ben-Hur” e “Para Sempre”. Em 2017, a empresa continuou crescendo e alcançou um público de diferente. O primeiro projeto do ano foi “Papa Francisco”, depois, “A Cabana”. Em seguida, “Em Defesa de Cristo”, “A Estrela de Belém”, “Extraordinário” e “O Poder e o Impossível”. No total, foram mais de 12 milhões de telespectadores em 2017, que acompanharam os filmes distribuídos pela empresa¹⁴. Em 2018, a empresa tinha apenas três anos de existência, contava com mais de 15 projetos nos cinemas, e contava com mais de 15 milhões de espectadores, como afirma Ygor Siqueira¹⁵.

Para Igor Siqueira, o mercado cinematográfico passou a ganhar um determinado foco das distribuidoras e exibidoras de cinema. Fato que não ocorria há tempos atrás, conforme:

Todo esse cenário muda, porque hoje os exibidores, eles procuram a gente, pra saber como a gente pode unir forças pra gerar mais bilheteria. E obviamente que dá um gás extra pros distribuidores investirem mais dinheiro, e trazer coisas novas (Igor Siqueira, 2018)¹⁶.

Ygor Siqueira, destaca o sucesso desse novo nicho demonstrado através do poder da igreja, quando ela se une. Enfatizando também a relação com a mídia, uma vez que, o empresário compreende que para o sucesso deste movimento, é necessário romper os muros da igreja, conforme:

O primeiro filme que eu lancei foi, Três Histórias e um Destino, em 2012. Foi o primeiro filme evangélico que deu bilheteria. Ali, ficou nítido, o

13 Igor Siqueira. Ygor Siqueira 360 WayUp - Miló PodCast. Entrevista concedida para o Miló PodCast, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yxZU2Kll3ic>. Acesso em: 09/06/2022.

14 Cadernopop. 360 WayUp completa 5 anos como referência no mercado cinematográfico cristão. Disponível em: <https://cadernopop.com.br/360-wayup-completa-5-anos-como-referencia-no-mercado-cinematografico-cristao/>. Acesso em: 23/05/2022.

15 15 Igor Siqueira. O cinema cristão avança porque a Igreja se une. Entrevista concedida para Guiame Notícias, 2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=l2N_8QWmiOE. Acesso em: 09/06/2022.

16 Igor Siqueira. O cinema cristão avança porque a Igreja se une. Entrevista concedida para Guiame Notícias, 2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=l2N_8QWmiOE. Acesso em: 09/06/2022.

poder da igreja quando ela se une. Porque qualquer filme que estreia nos cinemas, ele tem o final de semana para dar bilheteria. Se não der, ele tá fora. Então não tem meio termo. Quem que tem influência sobre as pessoas que estão na igreja? O pastor. A liderança. Então foi aí que a gente começou a fazer o trabalho. [...] Neste período, de três anos, por exemplo, a gente já levou mais de 37mil líderes em pré-estreias. Então assim, é essencial. Foi todo uma questão de criar uma cultura, e ainda é. De você falar sobre o final de semana, sobre a importância... Agora, tem outra parceria muito importante, que é a mídia. Toda mídia é essencial pra gente. A gente não pode ficar dependendo do pastor. O pastor, é cheio de coisas, tem um monte de compromissos, então se a gente quer avançar com o cinema, a gente precisa cada vez da mídia cristã, para que ele possa cada vez mais impulsionar os filmes (Igor Siqueira, 2018)¹⁷.

Graça filmes, é uma produtora e também distribuidora, oriunda do Rio de Janeiro, que é uma das líderes no mercado cristão. Foi fundada em 2010 pelo pastor, cantor e apresentador R. R. Soares, também líder e dono da Igreja Internacional da Graça de Deus. Foi responsável pela distribuição aqui no Brasil, de um dos maiores sucessos mundiais do seguimento, o filme norte americano “Deus não está Morto”. E sua primeira produção foi do longa “Três Histórias, Um Destino”, produzido em parceria com a norte americana Uptone Pictures (empresa norte americana de produção filmes evangélicos), baseada na história do pastor líder da igreja. O filme conseguiu, já nos primeiros três dias de lançamento; público de mais de 54 mil pessoas. Alcançou 9º lugar da bilheteria nacional do dia 2 a 5 de novembro, e o 8º na semana seguinte, naquele ano. Ao final do circuito nos cinemas, o filme alcançou público de cerca de mais de 280 mil espectadores. Foi o primeiro filme evangélico a dar bilheteria no Brasil¹⁸.

A Record Filmes, é uma produtora de cinema integrada ao grupo Record. Foi criada em 2005, no Rio de Janeiro, a empresa atua em parceria com outras produtoras independentes nacionais e distribuidoras nacionais e internacionais. O primeiro filme produzido pela empresa, foi o longa metragem “Eliana em o Segredo dos Golfinhos”, lançado em 2015, voltado para o público infantil, sem ligação com o cinema evangélico. O segundo lançamento veio em 2016 numa parceria com a Paris Filmes, “Os Dez Mandamentos”, que foi uma adaptação da novela apresentada pela RecordTV em 2015. Já na pré-venda o filme teve sua aclamação, em duas semanas vendeu mais de 2 milhões de

¹⁷ Igor Siqueira. O cinema cristão avança porque a Igreja se une. Entrevista concedida para Guiame Notícias, 2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=l2N_8QWmiOE. Acesso em: 09/06/2022.

¹⁸ Notícias gospel mais. Três Histórias, Um Destino: filme inspirado em livro do missionário R. R. Soares estreará dia 02/11 em 100 salas de cinema no Brasil. Disponível em: <https://noticias.gospelmais.com.br/tres-historias-destino-filme-rr-soares-estrear-0211-42950.html>. Acesso em: 23/05/2022.

ingressos e bateu também o recorde de salas de cinema ocupadas no Brasil, cerca de 1.000 salas, algo inédito (ANCINE, 2016). Tornou o filme com maior bilheteria do cinema brasileiro com 11,215 milhões de ingressos vendidos. Também neste mesmo ano, a empresa foi coprodutora do filme “Jonas”, uma história bíblica, envolvendo questões sociais e romance. O filme foi vencedor do Prêmio Especial do Júri no Festival do Rio 2015. E o último lançamento da empresa, foram os filmes “Nada a Perder” 1 e 2. É baseado na trilogia homônima “Nada a Perder” e no livro “O Bispo: A História Revelada de Edir Macedo”. Baseada na história do pastor e dono do Grupo Record, Edir Macedo. O primeiro filme, na pré-venda já ultrapassava os 2 milhões de ingressos vendidos e em março já havia chegado aos 3.1 milhões, se tornando a maior bilheteria do ano antes de seu lançamento, superando “Os Dez Mandamentos” (ANCINE, 2019). O primeiro filme, chegou à marca de 11.226.127 ingressos vendidos, tornando-se a maior bilheteria nacional de todos os tempos. Já o segundo filme, arrecadou R\$ 59,2 milhões nos cinemas¹⁹. No entanto, esses filmes mencionados foram alvo de várias acusações de fraude. Doação de ingressos por parte das igrejas, ingressos esgotados com salas vazias, campanhas massivas para resgatar telespectadores, entre outros acontecimentos, marcaram a história desses filmes.

O Feliz 7 Play, é uma iniciativa da Igreja Adventista do sétimo dia, que visa usar desse segmento para inserir jovens nos preceitos transmitidos pela igreja. Em entrevista²⁰ com um representante da empresa, Carlos Eduardo, detalhou que a igreja tem um departamento de estratégia digitais, cuja uma das funções é observar o comportamento das pessoas no meio digital. Sendo uma empresa sediada em Brasília, mas quem atende a oito países da América do Sul.

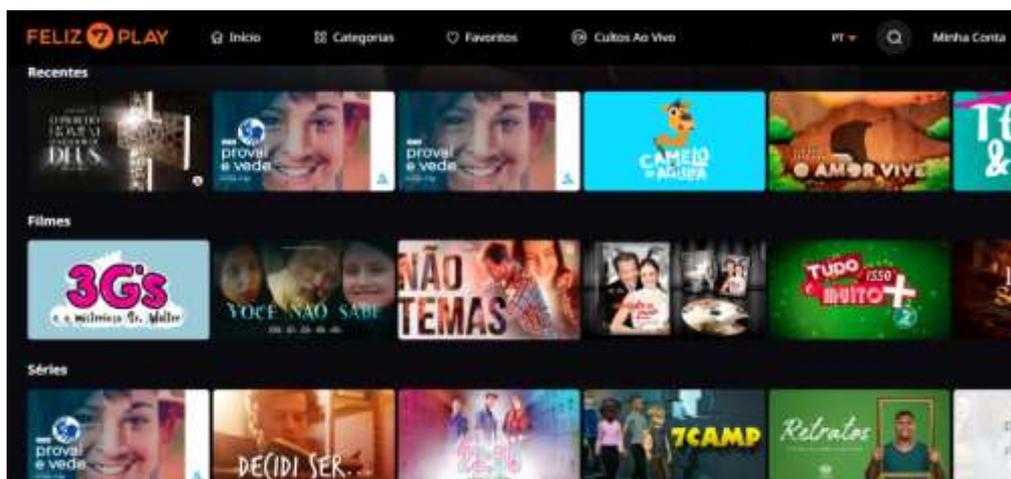
O Feliz 7 Play, foi criado em 2017, como uma plataforma de *streaming* com conteúdo voltados para a temática cristã. De acordo com Carlos, houve a necessidade de investir nessa produção, uma vez compreendendo que, o público cristão é consumidor deste seguimento, mas, no entanto, não enxergava nesses modelos referências que constituísse a sua fé. Para isso, a produtora usou de apoio cinematográfico, para reproduzir ensinamentos calcados na palavra divina, e nos dogmas da igreja. Trata-se de uma plataforma totalmente gratuita, com

¹⁹ O Globo. 'Os dez mandamentos' se torna a maior bilheteria do cinema nacional. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/os-dez-mandamentos-se-torna-maior-bilheteria-do-cinema-nacional-19067279>. Acesso em: 23/05/2022.

²⁰ Entrevista concedida por Carlos Eduardo, no dia 14 de abril de 2022, transmitida via Google Meet. Anexo I.

produções próprias, que vão desde de filmes e séries, a vídeos educativos, para todas as idades (Figura 2).

Figura 2: Plataforma de *streaming* do Feliz 7 Play



Fonte: Arquivo da autora, 2022.²¹

A produtora conta, além da plataforma, aplicativo para smartstv e smatsfone, um canal do Youtube com mais de 600 mil inscritos. Carlos afirma que, esse conteúdo cristão em plataformas, ganhou destaque com a chegada da Netflix no país. Quando as igrejas começaram a perceber que poderiam utilizar desta linguagem visual, para pregar as mensagens que eles acreditam, de maneira mais lúdica, num intuito de posteriormente chamar a atenção dos féis, para um conteúdo mais profundo.

Quando começamos a fazer os filmes, nós desenhamos uma estrutura básica. O nosso conteúdo tem uma fundamentação um pouco teórica. Então, nós buscamos uma teoria que já existe no mercado, que a gente chama de entertainment education. Nós pegamos fundamentos dessa teoria, e adicionamos ali a espiritualidade. O que eu quero dizer com isso? Que os nossos conteúdos têm, não só, um entretenimento, que é o que atrai ali (o drama, o suspense, tem o romance), ele tem a parte educativa, onde quem assiste vai aprender um pouco da moralidade, da educação, como tratar bem as outras pessoas, depende da temática. E tem a espiritualidade. Então, de alguma forma eu tô passando pra quem tá assistindo preceitos bíblicos do cristianismo, em amar o próximo, amar a Deus, doar, ser empático, e outros valores que a gente tem como cristãos (Carlos Eduardo, 2022).

E para Carlos, essa investida tem dado resultado, observando que cada vez mais os jovens tem estado ligados aos ensinamentos bíblicos. Os filmes produzidos pela Feliz 7 Play, não distribuídos em cinemas pelo alto custo que essa prática demanda. Todo custeio de

²¹ Print de tela. Disponível em: <https://feliz7play.com/pt>. Acesso em: 23/05/2022.

produção e manutenção do site, é pago pela Igreja Adventista do Sétimo dia, e não visa fins lucrativos próprios.

Figura 3: Linha do tempo mercado cinematográfico evangélico brasileiro



Fonte: Elaborado por Nathalia da Conceição Freitas, 2022.

3.3 Cinema evangélico e as igrejas pentecostais: a formação da psicoesfera

Para entendermos o que é um filme evangélico, Vadico (2015), ressalva a necessidade de compreendermos que não se pode considerar filmes de temas com origens religiosas um gênero fílmico. Pois fazem parte de uma lógica que o entende como tipo de produto com um campo de ação que expressa o religioso. Para Turner apud Vadico (2015) o gênero cinematográfico segue uma concepção onde estilos visuais permitem ao telespectador identificar o tipo de enredo do filme assistido. A função nesse caso é informar ao telespectador qual o tipo de narrativa ele pode aguardar no decorrer do filme, falamos aqui em aspectos dramáticos, fantasiosos, de ficção científica, de aventura, e vários outros. É nesse sentido que Vadico (2015) irá afirmar que o cinema religioso não é um gênero, e sim uma abordagem específica que definirá o conteúdo da história. E por isso, é um produto que não visa atingir um mercado próprio, e busca por atingir também um público geral, que não tenha necessariamente uma vinculação religiosa (VADICO, 2015, p. 25).

Em sua colaboração ao estudo do cinema e religião, Luiz Vadico (2015) reuni oito características deste estilo de produção cinematográfica. Sendo elas:

1. Tema ou assunto religioso, socialmente reconhecido;
2. Elementos que buscam especificamente despertar emoções que estão interligadas diretamente ao mundo religioso. Tais quais: arrependimento, compaixão, esperança, fortalecimento da fé ou até mesmo o despertar da mesma, o sentimento de horror a aquilo que não é sagrado e etc. Como explica o autor “da mesma maneira que o gênero comédia deseja provocar o riso, os filmes do campo religioso desejam despertar sentimentos específicos relativos às crenças religiosas envolvidas” (VADICO, 2015, p.26);
3. Todo tipo de produção cinematográfica religiosa deve ter de alguma forma de Teologia vinculada. Aqui o autor sustenta seu argumento a partir da concepção da palavra Teologia (Deus-Fala), é simplesmente o fato de falar sobre Deus ou falar de Deus. De maneira clara, dedutiva ou proposital, esse tipo de produção deve conter essa ligação;
4. Participação direta ou indireta de consultores ou instituições religiosas. No caso dos filmes evangélico por exemplo, seria aparição de líderes religiosos ou igrejas;
5. Intenção da produtora ou do cineasta em produzir um filme que trate o sagrado;
6. A conotação de “produto outro”; diferenciado, puro, adequado;
7. Garantia de qualidade moral do conteúdo do filme;
8. São produtos militantes. A partir do ponto de vista que antes de tudo, são feitos para atingir o público. É um produto que estabelece um reposta social ou individual.

Essa concepção trazida pelo autor, é necessário para observamos quais os filmes especificamente se tratam de uma produção religiosa. Há uma coletânea de produções que trazem sinais ou símbolo daquilo que é considerado sagrado, mas não entram nessa categoria de cinema religioso. Como já vimos anteriormente, esses filmes ocupam uma posição social bem específica e consolidada no espaço urbano. Trata-se de um segmento que compreende

intenções específicas para com a sociedade ou com o território, está atrelada a grupos pré-estabelecidos, e determina funções voltadas ao seu crescimento acelerado de poder, como destaca Rosendahl (2003), as noções de referentes ao estudo de religião, nos estudos geográficos, são compreendidas em dimensões econômicas, políticas e espaciais.

No que diz respeito a realização dessas obras, Ygor Siqueira revela quais pontos são julgados necessários, para a construção de um filme cristão. Conforme,

A leitura é, a mensagem é a prioridade. Tem a licença poética, tudo isso pode ser trabalho. Mas não pode ter heresia na mensagem. Então isso aí é a base, é o principal. Depois disso, tem que entender se é uma mensagem que vai envolver o público. Se o público vai assistir, e vai geral uma boca a boca. Se a liderança vai apoiar. Chegar num líder relevante, ele assistir, e dizer, eu quero que a minha igreja assista. E obviamente, a produção. Qualidade de produção, isso também conta. Mas acaba sendo secundário (Ygor Siqueira, 2022)²².

Com a ascensão do pentecostalismo, houve um rompimento com tradições e valores considerados ultrapassados do segmento protestante. Surge o movimento gospel, seguindo uma nova maneira de evangelizar, com a introdução no cotidiano desses adeptos, elementos que antes eram considerados profanos. Originalmente o termo gospel, reflete um substantivo musical, característico dos cultos evangélicos de determinadas comunidades negras norte-americana. Atualmente impõe um significado mais amplo. Há de se considerar que a cultura gospel se tornou um produto do mercado. Segundo Cunha (2007), o que antes era apenas associado a um termo de música religiosa, hoje assume um papel significativo no estilo de vida das pessoas, passou a designar além das canções dos cultos, um papel fundamental no consumo e no entretenimento, tornando-o uma expressão cultural, ocupando espaços na televisão e no cinema.

Carranza (2005), afirma que a modernidade é o grande marco analítico que propõe essas mutações culturais. Segundo a autora, a modernidade responde a processos históricos e ideológicos que romperam, o modo tradicional de lidar com o mundo, processo que ocorreu graças a difusão do meio-técnico-científico-informacional (Santos, 1998). É necessário haver uma adaptação entre religiosidade e sociedade moderna. Santos (1998), simplifica ao dizer que, o espaço se tornou um sistema de objetos, que se recria e dá formas aos conteúdos

²² Igor Siqueira. Ygor Siqueira 360 WayUp - Miló PodCast. Entrevista concedida para o Miló PodCast, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yxZU2Kl13ic>. Acesso em: 09/06/2022.

diferentes. Esses objetos mediam as relações, ou seja, instrumentalização do mundo que dita as relações (KAHIL, 1997, p.219).

Ao fazer circular imaginários e aspirações, surgidos da sociedade de consumo, naturaliza estilos de vida e modifica costumes. Ela medeia relações sociais através de imagens, dita as temáticas, impondo o que deve ser pensado, e configura sentimentos, na persistência de gêneros melodramáticos, como modelos de relacionamento interpessoal. (CARRANZA, 2005, p.52)

O que é observado, e que as atuais manifestações religiosas, estão em sintonia com as necessidades da era da modernidade. Colocando a lógica cultural, como linguagem que penetra essa sociedade do consumo, que cada vez mais é envolvida numa realidade de mecanismos rápidos e simultâneos, assim construindo um universo de aspirações e referências para estes indivíduos (CARRANZA, 2005, p.53).

Das produtoras e distribuidoras, escolhidas para compor esta pesquisa, todas estão, ou foram, em algum momento ligadas a instituições religiosas pentecostais da terceira onda. Sendo a Graça Filmes e Record Filmes, corporações diretamente ligadas a igrejas, sendo a Igreja Internacional da Graça de Deus e a Igreja Universal do Reino de Deus, respectivamente. Já a 360 WayUp, foi fundada por Ygor Siqueira, que já foi diretor executivo da Graça Filmes. A Red Filmes como já apresentamos, foi criada a partir de um grupo teatral religioso, mas não conseguimos identificar qual igreja vinculada. E por fim, a Feliz 7 Play, que é uma empresa da Igreja Adventista do Sétimo Dia, que não está vinculada ao movimento pentecostal.

Partindo das condições descritas por Vadico (2015), sobre filmes que expressam o religioso, e do entendimento da psicoesfera como produtora do espaço geográfico, a seguir analisamos uma sequência de quatro filmes nacionais deste seguimento gospel, a fim de compreender como essas intuições utilizam do cinema para configurar um espaço a partir de suas doutrinas. Tendo em vista, que não cabe a esta pesquisa abordar análises técnicas ou estéticas de produção de um filme, que fogem da compreensão da autora, a análise segue a despeito dos sistemas de crença e sentimentos (psicoesfera), criados nessas produções. E se limita somente a isso.

As estrelas me mostram você

A começar pelo primeiro filme gospel brasileiro, como já apresentamos acima, produzido pela Red Filmes, em 2008, o filme é a primeira produção evangélica do Brasil.

Conta uma história de amor entre duas pessoas diferentes, mas que encontram algo em comum. O longa se passa na região Sul do país, e mostra dilemas de jovens que estão no último ano do colégio. Abordam temas sobre família, futuro, e um trama cheio de emoções e incertezas. A história contada, é desenvolvida completamente em torno dos protagonistas.

O protagonista masculino, Vitor, é um rapaz temente a Deus, e vive sob os preceitos bíblicos. Seu papel no filme é decretar o herói que vai proteger a mocinha dos pecados do mundo. Esta por sua vez, Júlia, é uma jovem comum, que frequenta festas e anda com pessoas da sua idade. No entanto, Júlia é descrita como um personagem imoral, tendo em vista que ela está envolvida em práticas consideradas pagãs. É construído uma história de amor, sem muitas explicações, ou detalhes de sentimento.

Devido a sua conduta imoral, e por ser uma pessoa afastada de Deus, a protagonista sofre um acidente, e fica claro que sua “cura”, veio diretamente dos incessantes pedidos de milagres feito a Deus, pelo protagonista. Assim, já afirmando o longa como um filme de cunho religioso, segundo as descrições de Vadico (2015). A ideia que só deus é capaz de curar e salvar, e de que se você não está no caminho, considerado “certo”, Deus certamente não está com você.

Ainda sobre a era da modernidade, Carranza (2005), explica que nesse momento nasce a cultura de massa, que tem capacidade de criar e circular estereótipos culturais, ou seja, “a segunda colonização da alma. Colonização, porque é capaz de penetrar o imaginário e os sonhos dos indivíduos modernos, através de todos os meios auditivos e imagéticos” (CARRANZA, 2005, p.50). Esta colonização descrita pela autora, é apresentada no filme, uma vez que somos apresentados a uma história que prega insensatamente a moralidade cristã, a constatação a todo instante que devemos tudo a Deus, a figura do milagre somente sob um olhar material, a apresentação de comportamentos cristãos, exemplificado no relacionamento dos protagonistas, que mesmo noivos não se relacionam com quaisquer intimidades de casal. O filme molda e dita regras de comportamento, com intuito direto de atingir os telespectadores.

Para Kahil (1997), A psicoesfera criada nesse processo, internacionaliza crenças, hábitos e comportamentos, gerando a perda de identidades desses sujeitos ligados a estes consumos. Para Santos (1998), o espaço vem se tornando cada vez mais pautados em ações artificiais, recriando os objetos, e transformando suas formas e conteúdos diferentes. A

racionalidade construída nesses filmes, é constituída por discursos que visam transformar os indivíduos em produtos de consumismo orientado por eles, já que assim, permite a expansão das igrejas e desses discursos condizentes com suas doutrinas e comportamentos.

Os Dez Mandamentos

O filme foi lançado em salas de cinema de todo o Brasil em 2016, pela Record Filmes. Foi uma adaptação da novela, de mesmo nome, apresentada pela emissora Rede Record em 2015. Os 176 capítulos da novela foram comprimidos em duas horas de filme e conta uma história bíblica. A história de Moisés, desde o seu nascimento até sua velhice. E tem a pretensão de traçar um retrato da vida de Moisés, desde de seu nascimento como escravo, até sua ascensão como príncipe do Egito. A história, por sua vez, contada em uma versão mais contemporânea, menos robusta, como são as passagens bíblicas, o que facilita o entendimento da mensagem que a história quer passar.

Como retrata uma adaptação de vários livros, da bíblia, o filme conta com todas as características descritas por Vadico (2015), apresentadas anteriormente neste capítulo, que o determinam como um filme religioso.

O filme é montado a partir da narração do personagem Josué, que reúne pessoas em volta de uma fogueira, no intuito de contar a história do passado do seu povo, ou seja, a história que o telespectador verá no filme. O foco central do filme é o embate entre os personagens principais, Moisés, e seu irmão Ramsés, o vilão da história. Moisés, que foi adotado pela família de Ramsés, quando adulto, recebe um chamado de Deus revelando sua origem. Após descobrir ser judeu, Moisés, tem a missão de reunir seu povo e se voltar contra as injustiças do faraó. Moisés tenta alertar seu irmão, sem sucesso, e o resultado disso é acontecimento das “pragas do Egito”. Expulsos do império, os judeus, juntos de Moisés, percorrem o deserto presenciando vários milagres acontecerem. No fim da jornada, Moisés recebe dos céus as dez orientações, ou mandamentos, de como um cristão de verdade deve viver a sua vida de maneira digna.

O Deus presente na trama, tem uma voz de locutor, grave e forte. Embasado sob características bastantes severas, se mostra muito rancoroso e vingativo, que inspira medo. O Deus do filme, pouco orienta, mas muito pune. Como não ressalta características que vão além das histórias, com relação a profundidade das cenas, as alegorias da trama, o empenho de efeito visuais, o filme tem como único objetivo catequisar seus telespectadores. O filme

tem cenas desconexas, e perde constantemente o foco do enredo principal. A adaptação dos livros bíblicos, cobrem um período de mais de cem anos de histórias. Com tantas tramas paralelas, várias histórias importantes dos protagonistas se perdem, prejudicando o entendimento da história. O esforço do filme se limita somente em repassar discursos religiosos, com uma persistência assídua de recriminar aqueles que não seguem o sagrado, a vista de como é pregado por eles. A sensação é de que o filme não possui uma curva dramática, apenas um amontoado de informações jogadas em duas horas de filme, um retalho de trechos e citações bíblicas. No fim, o filme ainda é usado como espécie de produto de propaganda, modificando o final da história que foi mostrada na novela, para introduzir a nova produção da Rede Record, "A Terra Prometida", outra novela bíblica.

O filme alcançou o maior sucesso do cinema nacional naquele ano. Para Carranza (2005), os movimentos religiosos na modernidade, valorizam os sentimentos. Como a ideia de utilizar de um sucesso televisivo, para alcançar um sucesso cinematográfico, como o mesmo objetivo de evangelização.

A Record Filmes em parceria com a Paris Filmes, divulgou nas redes sociais em novembro de 2015, durante o término da exibição de um capítulo da trama, que a novela ganharia uma versão cinematográfica. O filme foi altamente propagado pela Igreja Universal do Reino de Deus em seus cultos e redes sociais. Fez solicitações em seus cultos para que seus fiéis comprassem ingressos do filme e doassem para outras pessoas. Em Recife uma única pessoa comprou 22.700 ingressos por R\$ 220 mil²³. Em abril de 2016, cerca de 11,204 milhões de ingressos haviam sido vendidos para Os Dez Mandamentos, fazendo da obra o maior público do cinema nacional de toda a história. No entanto, houve várias denúncias de salas de cinemas vazias, mesmo com ingressos vendidos²⁴. A IURD negou as informações do sobre lugares vagos em sessões esgotadas.

É sabido que IURD, é um dos grandes exemplos de instituições religiosas da terceira onda pentecostal que se adaptaram ao processo de modernização do território, ao utilizarem dos meios de comunicação em massa, para propagar suas doutrinas. Esses grupos, utilizam

²³ Diário de Pernambuco. Uma única pessoa compra 22 mil ingressos para Os Dez Mandamentos no Recife. 19/01/2016. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2016/01/uma-unica-pessoa-compra-22-mil-ingressos-para-os-dez-mandamentos-no-re.html>. Acesso em: 18/04/2022.

²⁴ O Globo 'Os dez mandamentos' se torna a maior bilheteria do cinema nacional. 12/04/2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/os-dez-mandamentos-se-torna-maior-bilheteria-do-cinema-nacional-19067279>. Acesso em: 18/04/2022.

de estratégias de evangelização com discursos de fáceis entendimentos, e de diálogos diretos, que oferecem respostas imediatas aos problemas, “saúde perfeita, prosperidade material, triunfo sobre o Diabo e vitória sobre todo e qualquer sofrimento” (MARIANO, 2014, p.152).

Esses esforços, somam seu objetivo central de expandir sua influência no espaço urbano, que fogem do domínio eclesial e midiático, e compõem várias esferas de organização do território. A IURD, tem uma participação gigantesca na política brasileira, que vem sendo construída desde 1982. Onde, assim como nos filmes, e programas de TV, buscam poder em seus interesses corporativos, a partir da defesa de discursos morais, conquistando cada vez mais a sociedade, além dos já adeptos a igreja. De acordo com Mariano (2014), o poder centralizador, o carisma dos líderes, o uso da própria igreja, a disciplina dos pastores e a obediência dos fiéis, são combustíveis importantes para esse sucesso político-eleitoral.

Três Histórias, Um Destino

O filme foi produzido pela Graça Filmes e Uptone Pictures. Uma produção brasileira e norte americana, baseado no livro escrito pelo Missionário R.R Soares, pastor e fundador da Igreja Internacional da Graça de Deus. O filme é narrado por três personagens principais, religiosos, mas que por motivos diversos, se afastaram de Deus, e tiveram sua vida voltada para ações do Diabo. O filme foi a primeira produção da Graça Filmes, lançado em 2 de novembro de 2010, e também o pioneiro entre os filmes desse segmento a ser lançado no cinema. Foi feita uma campanha na época, que ficou conhecido como “1+2= 150 mil vida”, tinha como objetivo estimular cristãos a levar dois amigos não-crentes às salas de cinema. Com o objetivo de levar 150 mil pessoas ao cinema, o filme conseguiu atingir 213.098 mil espectadores na terceira semana do mês de lançamento. O longa *Três Histórias, Um Destino* trouxeram um marco à indústria cinematográfica brasileira de filmes evangélicos.

Frank é um dedicado pastor, que fica obcecado pela ambição de expandir a sua congregação. Perde o foco do seu pastorado, se afasta da sua família e dos fiéis da igreja, e perde tudo o que conquistou. Jeremias, é um rapaz da periferia, com uma família muito desestruturada, que fazem de tudo para sobreviver. Mesmo com uma realidade desoladora, a mãe de Jeremias sempre fez de tudo para manter a família na igreja, e junto de Deus. E quando esse vínculo da família é destruído pelas dificuldades de sobreviver sem o mínimo de estrutura, várias desgraças acometem a família ao mesmo tempo. Por fim, Elizabeth, é uma menina de família rica, criada dentro da igreja, mas ao se casar e não conseguir atrelar a nova vida, aos afazeres religiosos, tudo a sua volta começa a dar errado.

Vadico (2015), aponta que filmes religiosos, são militantes, uma vez que, estabelecem uma resposta social ou individual. Como vimos nesse caso. Os três protagonistas acabam tendo problemas externos a igreja, e que fogem de seu controle, e por isso acabam saindo um pouco da rotina religiosa que exerciam antes. E a mensagem que o filme passa, é que isso acontecer com você, será punido por Deus, e ficará suscetível a pragas do Diabo.

No filme, mesmo que diferente, a figura do Diabo é propagada da mesma maneira. Para Frank, na figura de uma mulher, descrita como atraente, que decide lhe oferecer uma oportunidade de emprego, após ele se afastar da igreja, desmotivado pela falta de sucesso nos seus investimentos no crescimento da mesma. Para Jeremias, a figura do diabo surge quando ele passa a fazer pequenos furtos para tirar sua família da miséria. Depois desses atos de Jeremias, seu irmão morre, sua mãe sofre um derrame, e o próprio personagem sofre um acidente que o deixa e coma. Já com Elizabeth, a presença dessa figura do Diabo aparece como bebida alcoólica e adultério, como punição também por se afastar da igreja, assim como acontece nas outras histórias. O casamento fez com que Elizabeth se afastasse da igreja e da mãe, que era superprotetora e invasiva com a vida da filha, mesmo depois de casada. Esse afastamento fez com que a protagonista perdesse um filho, destruiu seu casamento, e ainda foi traída pelo marido.

O filme não propõe nada, segue apenas uma crescente semelhante à de um culto religioso e seu clímax se dá durante uma pregação. Os três personagens, em determinados momentos de suas trajetórias, ousam se “afastar de Deus”, e o que lhe restam é enfrentar o Diabo. E quando os protagonistas voltam a Deus, pedem perdão, e tudo volta a dar certo para eles. Ou seja, a paz do Senhor volta a reinar, basta apenas os pecadores voltarem para a casa de Cristo. O ladrão deixou de roubar, o bêbado vira abstinente e o adúltero para de fornicar. Podemos considerá-lo uma versão cinematográfica da Teologia da Prosperidade.

Aqui vemos um exemplo concreto do que Carranza (2005), chama de espiritualidade performática. Que usa de discursos de salvação, e concentra sua religiosidade em alcançar o sagrado por meio de dons e de graças, seja pela presença do espírito ou pela linguagem persuasiva, “Alguns dos discursos da espiritualidade performática giram em torno da declaração de certezas religiosas, combinadas com técnicas psicológicas que sugerem a melhoria de vida conjugal, familiar, relacional.” (CARRANZA, 2005, p.57). Essas histórias que concentram depoimentos melodramáticos, se referindo a desgraças pessoais ou

familiares, aparem sem solução, mas no fim, é deixado ao telespectador que se ele estiver disposto a seguir os conselhos da igreja, tudo se resolvera. Assim como ocorre nos cultos.

É necessário compreender, que todo esse comando de ações, que é ditado pela informação, seja como for, favorece os interesses dessas instituições. Segundo Santos (1998), a informação é produtora direta da formação do espaço. Essas igrejas, enquanto agentes modeladoras do espaço urbano, são capazes de aumentar sua oferta e influência dentro da sociedade. E a utilização do cinema, é uma forma de disseminar e comandar essas ações. Logo no início do filme, somos levados a entender como a doação dos fiéis a igreja é importante para manter vivo a fé em Deus. E por fim, somos induzidos acreditar, que não há outro caminho sem ser o da igreja, para que tenhamos sucesso mínimo em qualquer coisa que for.

Nada a Perder: Contra Tudo. Por Todos

Outro filme produzido pela Record Filmes, trata-se dessa vez de uma biografia dramática, sobre a trajetória do bispo e empresário e fundador da IURD, Edir Macedo. O filme é uma obra baseada no livro “Bispo: A História Revelada de Edir Macedo. O filme foi lançado em março de 2018, e já na pré-venda o filme já ultrapassava a marca de 2 milhões de ingressos vendidos. Houve um imenso esforço de propaganda para a comercialização dele, vindas desde divulgação pela própria emissora de TV da Record, e até de espaços comerciais em outras emissoras, como a Rede Globo, e até um sorteio promovido pela Cinemark, de uma viagem internacional para aqueles que compraram os ingressos. O resultado não poderia ser outro, o filme se tornou a maior bilheteria do cinema nacional, naquele ano. E como feito com sua produção anterior, o filme também foi alvo de denúncias sobre a comercialização destes ingressos. Houve relatos de salas vazias, ou com menos capacidade, e de pessoas que afirmavam que os ingressos eram distribuídos de forma gratuita pela IURD. O que novamente foi negado pela igreja. Após sucesso nas salas de cinema, o filme estrou em junho de 2018 na plataforma de *streaming* Netflix.

O filme é uma obra dividida em duas partes. Nesta primeira, conheceremos a história do bispo a partir de sua infância até a fundação da IURD, com detalhes da compra da TV Record e o momento da prisão do bispo por charlatanismo. Desde os primeiros momentos, já se nota que é um filme que tem como única pretensão ser uma peça de propaganda. Há um esforço considerável em humanizar a imagem do bispo, com cenas longas que mostram

Edir sendo humilhado e subjugado pelas pessoas, quando sua única pretensão é pregar para os já convertidos e conquistar novos fiéis. O filme narra uma série de situações onde Edir só sofreu demasiadamente. Transformando até cenas simples, de uma briga de um casal de adolescentes, por exemplo, em um grande conflito, com a intenção de transmitir ao telespectador simpatia pelo protagonista. Há cenas onde ele sofre bullying na infância, sofre preconceito religioso, há conflitos com os pais, tudo tratado da maneira mais devastadora possível. Já quando o responsável por cometer esses atos, é o próprio bispo, para um tom cômico nas cenas. Quando, por exemplo, o bispo faz piadas com religiões afrodescendentes e com a Igreja Católica, sempre em um tom de desprezo e superioridade. Para construir a força de Edir, as únicas ferramentas da obra são demonizar todos os seus críticos e opositores e fortalecer a imagem de homem moralmente perfeito e infalível. O protagonista é o único homem verdadeiramente escolhido por Deus, Edir Macedo, aqui, é um homem sem defeitos, pastor incansável, pai carinhoso, bom orador, visionário quanto aos suportes da pregação religiosa, homem de honestidade impecável e sem interesse no enriquecimento pessoal. E como retrata Vadico (2015), um filme religioso conta com a participação direta ou indireta de líderes religiosos, ou igrejas.

No que diz respeito à religião, as denominações pentecostais da terceira onda são apresentadas como a única verdadeiras e eficazes. Após o término do filme há um trecho em vídeo que traz o próprio Edir, agradecendo aos seus fiéis pelo apoio e, pregando. É como se ele próprio se autodenominasse herói ou santo, uma espécie de messias que enfrentou todas as dificuldades em nome de ajudar as pessoas. Como dispõe Vadico (2015), essas cinematografias buscam despertar sentimentos de todos os tipos do telespectador, sempre em função do sagrado. Como podemos observar aqui, o filme foi feito para glorificar seu protagonista e a sua religião, causando comoção a quem assiste. O filme busca mostrar que, para alcançar o êxito, ou para construir um império, como no caso de Edir, há de se ter perseverança para passar pelas lutas e provações. O filme não constrói detalhes de como sucedeu seus problemas com a justiça, ou como o próprio bispo, deixou de viver uma vida simples, para uma luxuosa, em pouco tempo. Apenas concentra-se na ideia de que para ter sucesso, deve seguir as orientações transmitidas por Deus, ou pelo bispo, já que são descritos da mesma maneira.

Da construção de uma psicoesfera pentecostal e neoliberal

Todos os filmes analisados anteriormente, fazem parte do grupo de instituições da terceira onda pentecostal, que passaram a adotar uma postura mais flexível, para acompanhar as mudanças da sociedade. Mariano (2014), já havia mencionado que, estas igrejas fundadas a partir da metade dos anos 70, ou seja, que se referem a terceira onda do pentecostalismo, se tornaram mais liberais, e passaram a investir fortemente em atividades extra-igreja, como é o caso do cinema.

Fica a impressão nessas obras, que o menos importante é a arte. Os filmes foram feitos com intuito de estabelecer uma resposta social, partindo do ponto de vista do sagrado (VADICO, 2015, p.26). Para Carranza (2005), experimentar o sagrado, deveria ser uma vivência pessoal e subjetiva, diferente do que é induzido pelas igrejas nessas cinematografias, onde tentam seduzir, a partir de uma lógica própria, um fascínio pela figura da salvação.

No entanto, como descrito por Rosendahl (2003), podemos entender a religião como um sistema de símbolos sagrados e seus valores, e é a partir do poder simbólico, que se mantém as relações de poder e reprodução religiosas. Esta produção de bens simbólicos, consagra dentro das sociedades os valores que formam o campo religioso. E passar a ser com a utilização dessas formas simbólicas, nesse caso, expressadas pela cultura, que são recriados novos significados e valores dentro dos territórios. Assim, a instalação desse tipo de conteúdo, construídos pelas igrejas pentecostais, materializa as concepções religiosas produzidas a partir das vivências de suas formas e valores simbólicos.

Nessas produções fílmicas, vemos que em religiosidades performáticas, os discursos de conversão são colocados no centro, ignorando cada singularidade e originalidade pessoal (CARRANZA, 2005, p. 57). Limitando a figura do sagrado e divino, a manifestação das crenças difundidas por determinada corporação institucional.

Porém, a singularidade e a originalidade pessoal da conversão passa a ser homogeneizada e estereotipada pela linguagem midiática, que exige mensagens diretas, curtas e repetitivas para ter efeito de sentido (Ramonet, 2003), de tal forma que os discursos de conversão são estruturados nos mesmos moldes – regeneração comportamental, moral e psíquica, com repercussão direta na vida financeira – e delimitados por linguagem telegráfica e frases de impacto: *Caí na desgraça, mas Deus me resgatou, agora sou vitorioso; antes tinha uma vida devassa, mas o Senhor me transformou...* (CARRANZA, 2005, p.57)

Dito isso, fica consolidado a presença desse fenômeno, como responsável também da expansão evangélica no território nacional. Sendo o espaço, esse conjunto indissociável

de sistemas de objetos, de ações (SANTOS, 1999, p.39), se torna inseparável a compreensão da formação dessa expansão evangélica, sem compreender a psicoesfera que cria e produz esse espaço.

Sabendo que o religioso, manifesta-se também em uma dimensão simbólica, entendemos a ocorrência desses atos culturais. Essas práticas condensam uma racionalidade, que não se desloca de uma realidade material, uma vez que há uma correlação entre materialidade e imaterialidade. Que no caso da compreensão da formação do espaço, podemos entender como tecnoesfera e psicoesfera, assim como proposto por Santos (1999). De acordo com o autor, a tecnoesfera responde a esse sistema de objetos, e a psicoesfera ao sistema de ações, e tudo aquilo que permite o indivíduo a reagir comportamentalmente.

A psicoesfera antecede a tecnoesfera (KAHIL, 1997, p. 219). A psicoesfera materializa as ações que formam e regulam a padronização de imagens de mundo, e são formadores de identidades sociais. A tecnoesfera constitui a objetividade técnica que permite atingirmos o conhecimento através do uso da ciência e da informação. Ou seja, o cinema passa a ser a ferramenta técnica (tecnoesfera) que compõe essa ação racional e modernizadora de difundir valores culturais formadores de comportamentos (psicoesfera).

4 Considerações finais

Sabemos por, Milton Santos, que psicoesfera e tecnoesfera são complementares, por sua vez, precursoras de um espaço geográfico que se entende por um conjunto de ações indissociável dos sistemas de objetos. Nesse sentido, a necessidade de compreender o espaço geográfico como um importante responsabilizador da realização do mundo, tendo em vista que o meio atual, técnico-científico-informação, possibilita indissociavelmente os sistemas de ações e os sistemas de objetos a alcançarem lugares no mundo. Instalando assim, novas dinâmicas aos lugares e as pessoas.

Nesta pesquisa o método e o objetivo se projetam de maneira indissociável, já que os resultados levantados para investigar o movimento da cinematografia gospel, nos permite incorporar a relação da psicoesfera criada pelas instituições religiosas em questão, com a formação dos novos usos do território brasileiro.

Por objetivo, essa pesquisa buscou analisar o segmento religioso da terceira onda pentecostal e sua organização e produção do espaço através do cinema. Para isso, foi feita uma periodização da evolução do cinema gospel/evangélico nacional. Onde observamos que foi um movimento que começou de fato em 2008, com o lançamento do filme ‘As Estrelas me Mostram Você’”, que obteve bilheteria significativa, e deu espaço para futuros filmes de

a temática alcançarem maiores amplitudes, e que causaram grande impacto no cinema nacional. Por exemplo, o filme “10 Mandamentos”, que obteve diversos recordes ligados à sua exibição nos cinemas. A pesquisa também definiu quem são os principais produtores e distribuidores brasileiros. Sendo a 360 WayUp, Record filmes e Graça filmes as maiores e mais significantes dentro do território. Seja por sucesso de bilheteria, alcance internacional ou demandas oferecidas. Foi evidenciado o vínculo das igrejas com essas produtoras. Estando a Graça filmes e Record filmes, estreitamente ligadas a igrejas de origem pentecostal de terceira onda, e a 360 WayUp, que mesmo afirmando suas convicções cristã, não está ligada diretamente a nenhuma instituição religiosa. Por fim, analisamos o conteúdo veiculado nos filmes, em especial, os elementos que demarcaram pautas que transcendem à religião em si e como esses filmes contribuem para a formação da psicoesfera do território brasileiro. Chegando à conclusão que de fato esses filmes são capazes de criar por si próprio sistemas de ações, hábitos, crenças e induzir comportamentos.

A cinematografia gospel é um campo que se organizou e se reorganiza conforme os conflitos de interesses de uns e de outros. E procura impulsionar seus dogmas e pensamentos. As transformações, ocasionadas pela nova era informacional, causam mudanças sociais profundas, ancoradas por ferramentas técnicas e tecnológicas, alterando os meios audiovisuais em uma das principais formas de comunicação e expressão, um instrumento formador de opinião e de comportamento. Foi a partir dessa constatação que as instituições entenderam a necessidade de colocar a dispor de seus fiéis tais ferramentas, buscando o não afastamento deles e incorporando a esta nova realidade seus preceitos.

Foi compreendendo a relevância desta temática, que construímos esta pesquisa. No primeiro momento, foi necessário analisarmos como ocorreu a expansão evangélica no Brasil, com intuito de entendermos em que momento essa era informacional ganha espaço, e quais grupos foram responsáveis. Após essa compreensão, ficou claro a constatação que este foi um movimento que ganha relevância a partir da terceira onda do pentecostalismo, onde as doutrinações passaram a investir em novos meios de atrair e de se comunicar com seus fiéis. É nesse período que surgem os grandes movimentos midiáticos que posteriormente, se alastraram até o movimento cinematográfico.

Posteriormente, analisados e sistematizados, os dados passaram a evidenciar algumas das principais relações existentes nesse movimento fílmico gospel. O terceiro capítulo que debateu a relação entre meio técnico-científico-informacional, urbanização brasileira e

cinema evangélico. Isto porque, fica indissociável a compreensão de elementos do circuito cinematográfico brasileiro, com a formação de uma urbanização desigual. O cinema nacional passa por dificuldades que estão ligadas desde a sua produção, até a sua distribuição. Já que se trata de uma configuração territorial que expressa a desigualdade e de um circuito cinematográfico com pouco espaço para debate de referências nacionais. Por sua vez, mesmo com essas problemáticas, o cinema gospel vem conseguindo ampliar sua atuação. Dados sobre bilheterias é um primordial defensor deste argumento, bem como o surgimento de produtoras e distribuidoras especializadas no segmento.

Vimos que este investimento feito pelas instituições foi premeditado e calculado. A igreja por si só, já é responsável pela formação de uma psicosfera no território, sabendo que esta também se baseia numa gama de sistemas de sentimentos, crenças, racionalidade. Uma vez que esse mesmo sistema ocupa uma nova ferramenta técnica, ou seja, a tecnoesfera, que nesse caso passa a ser o circuito de produção cinematográfico, há de fato a construção de uma outra psicosfera, que dessa vez busca na arte a implementação de seus objetos e objetivos.

Nesse sentido, é necessário entender o circuito de produção cinematográfico como uma janela sobre as relações sociais do mundo, e o pentecostalismo como organizador determinante do espaço geográfico, atuando através da psicosfera.

Dessa forma, consideramos a relevância da pesquisa em razão das lacunas existentes de estudos que relacionem esses dois fenômenos, expansão evangélica e cinema, e compreendem a sua importância desses na constituição da formação socioespacial brasileira no atual período. Há uma carência de bibliografia e de dados sobre a temática e extrema dificuldade de ter acesso aos dados que já existem. Logo, por estas questões sinalizamos a necessidade da realização de mais pesquisas sobre a temática, sendo esse trabalho uma pequena contribuição, mas que reconhecemos que não supre ainda a compreensão do fenômeno em sua complexidade.

5 Referências bibliográficas

- ANCINE. Agência Nacional de Cinema. Disponível em: <<http://www.ancine.com.br>>. Múltiplos acessos entre 2021 e 2022.
- ANCINE. *Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro – 2019*. Rio de Janeiro.
- CHALUPE, H. O filme nas telas: a distribuição do cinema nacional. São Paulo: Ecofalante, 2010.
- CARRANZA, B. Lógicas e desafios do contexto religioso contemporâneo. *Revista Eclesiástica Brasileira*, v. 65, n. 257, p. 46-63, 2 maio, 2005.
- COSGROVE, E, D. Em Direção Uma Geografia Cultural Radical: Problema da Teoria/ Denis E. Cosgrove. In: CORRÊA, LR. ROSENDAHL, Z (org). *Introdução à Geografia Cultural/ Rogério Lobato Corrêa e Zeny Rosendahl*. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- CORRÊA, Roberto Lobato & ROZENDAHL, Zeny. Apresentando leituras sobre paisagem, tempo e cultura. In: CORRÊA, Roberto Lobato & ROZENDAHL, Zeny (orgs.). *Paisagem, Tempo e Cultura*. p. p.7-11. Rio de Janeiro: Eduerj, 1998.123.
- CUNHA, Magali do Nascimento. A Explosão Gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: Vol. 2. Mauad Editora Ltda, 2007.
- ELIAS, Beatriz Vicentini. Vieram e Ensinaam –Colégio Piracicabano, 120 anos. Piracicaba, SP: Editora Unimep, 2001.

ELLUL, Jacques. A técnica e o desafio do século. 1º. ed. Língua francesa 1952. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.

FEBVRE, Lucien. Martinho Lutero, um destino. São Paulo: Três Estrelas, 2012.

FERNADES, Rubem Cesar. et al. Novo Nascimento: os evangélicos em casa, na igreja e na política. 1.ed. Rio de Janeiro, Mauad, 1998.

LEFEBVRE, Henri. La Presença y la Ausencia. Fondo de Cultura Econômica: Mexico, 1983.

MAIA FILHO, Pedro Paulo Pinto. Geografia e cinema: entre a representação e a experiência da paisagem. In: xiii enanpege, 2019, são paulo. Anais do xiii enanpege, 2019.

FREIRE, R. de L.; ZAPATA, N. H. A. Quantas salas de cinema existiram no Brasil? Reflexões sobre a dimensão e características do circuito exibidor brasileiro. Significação: Revista de Cultura Audiovisual, [S. l.], v. 44, n. 48, p. 176-201, 2017. DOI: 10.11606/issn.2316-7114.sig.2017.135195. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/135195>. Acesso em: 5 abr. 2022.

FRESTON, Paul. Protestantes e política no Brasil: da constituinte ao impeachment. Tese de Doutorado – Departamento de Ciências Sociais do instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas. São Paulo: USP, 1992.

GOMES, P. C. C. PARENTE, Leticia Ribeiro. A Produção De Imagens Para A Pesquisa Em Geografia. Espaço e Cultura, UERJ, RJ, n. 33, P.27-42, JAN./JUN. DE 2013. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/espacoecultura/>. Acesso em: 10/04/2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Brasileiro de 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Anuário estatístico do Brasil: ano 6 – 1941/1945. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1946.

_____. Anuário estatístico do Brasil: ano 11 – 1950. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1951.

_____. Anuário estatístico do Brasil – 1960: ano 21. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1960.

_____. Anuário estatístico do Brasil – 1974. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1974. v. 35.

_____. Anuário estatístico do Brasil – 1976. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1976. v. 37.

KAHIL, Samira Peduti. Psicoesfera: a modernidade perversa. Revista de departamento de geografia. 1997, v. 11, p. 217-220.

- MACIEL, Kátia (org.). In livro: Transcineamas. Rio de Janeiro, 2019. Contracapa.
- MARICATO, Ermínia. Brasil, cidades: alternativas para a crise urbana. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- MARIANO, Ricardo. Igreja Universal do Reino de Deus: a magia institucionalizada. Revista USP, 1996.
- MARIANO, Ricardo. Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. 5. ed. São Paulo, Loyola, 2014.
- MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. Revista Estudos Avançados, n 18. 2004
- MARIANO, Ricardo. Crescimento Pentecostal no Brasil: fatores internos. Revista estudos da religião. Dez/2008, p.68-95. Acesso em: 24/01/2022. Disponível em: http://www4.pucsp.br/rever/rv4_2008/t_mariano.pdf.
- MATOS, Alderi Souza de. BREVE HISTÓRIA DO PROTESTANTISMO NO BRASIL. Cem anos do Pentecostalismo brasileiro, Vox Faifae: Revista de Teologia da Faculdade FASSEB, v. 3, n. 1, ed. 4, p. 1-26, 2011.
- MEDITSCH, Pedro Martins e VALIM, Alexandre Busko. A Representação da Fé Cristã no Primeiro Cinema: Um Breve Panorama Histórico. Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville - SC – 2 a 8/09/2018. Acesso em: 01/12/2021. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-2120-1.pdf>>.
- MENDONÇA, Antônio Gouvêa; FILHO, Prócoro Velasques. Introdução ao protestantismo no Brasil. 2. ed. rev. Programa Ecumênico, de Pós-graduação em Ciências da Religião: Edições Loyola, São Paulo, Maio 2002. 277 p. ISBN 85-15-00119-5.
- MOREIRA, Tiago de Almeida. A dimensão espacial nos filmes. In: Revista de Geografia da UFPE, Pernambuco, v. 28 - n. 2, p. 34-43, 2011.
- NELSON, Wilton M. (1976). Bosquejo y bibliografía para una historia del protestantismo em América Latina. In CEHILA. Para una Historia de la evangelización em América Latina. III Encontro Latinoamericano de CEHILA em Santo Domingo. Barcelona: Hogar del libro.
- NEVES, A. A. Geografias de Cinema: do espaço geográfico ao espaço fílmico. Revista Entre-Lugar, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 133–156, 2010. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/entre-lugar/article/view/617>. Acesso em: 10 abr. 2022.

- OLIVEIRA, Rafael de Souza. Pentecostalismo e Protestantismo histórico no contexto da Missão no Brasil. *DISCERNINDO - Revista Teológica Discente da Metodista* 143v.1, n.1, p. 143-153, jan.dez.2013.
- PIERUCCI, Antônio Flávio. De olho na modernidade religiosa. *Tempo Social*, v.20, n. 2, p. 9-16, 2008.
- POZZO, Renata Rogowski. Telas migrantes: uma geografia urbana das salas de cinema no Brasil do século XXI. *Revista brasileira de estudos de cinema e audiovisual*. N.1 – Rebeca 17. junho, 2020.
- RADEK, Juliana Cunha Costa. *Percursos da Cinematografia Ocidental e Representações da Violência Urbana no Cinema Brasileiro*. 2019. Tese de Doutorado – Curso do Programa de Pós-Graduação em geografia, Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2019.
- RAMOS, Pessoa Fernão. Estudos de Cinema na Universidade Brasileira. *ALCEU* - v. 10 - n.20 - p. 161 a 167 - jan./jun. 2010. Disponível em: <(PDF) Estudos de Cinema na universidade brasileira (researchgate.net)>. Acesso em: 10/04/2022.
- RIBEIRO, Boanerges. *Igreja evangélica e república brasileira: 1889-1930*. São Paulo: O Semeador, 1991.
- RIBEIRO, Vivian Codogno. *O cinema sem rua*. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/120775>>. Acesso em: 05/04/2022.
- ROSENDAHL, Zeny. *Espaço e religião: uma abordagem geográfica*. 2ª.ed. Rio de Janeiro: Eduerj, 2002.
- _____. *Espaço, cultura e religião: dimensões de análise*. P.187-224. In: CORRÊA, Roberto Lobato & ROSENDAHL, Zeny (Orgs). *Introdução a geografia cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- SANTOS, M. *Território globalização e fragmentação*. São Paulo: Hucitec, 1994.
- _____. *Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e meio técnico-científico informacional*. Hucitec, São Paulo, 1994. (4ª edição: 1998)
- _____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- _____. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- _____. *A urbanização brasileira*. Edusp, 2013.

SANTOS, João Marcos. PROTESTANTISMO, IDEOLOGIA E EDUCAÇÃO NA AMÉRICA LATINA. Comissão de Estudos de História da Igreja na América Latina/CEHILA-Brasil. UFGC. Campina Grande, PB. 2017. Disponível em: file:///C:/Users/natim/Downloads/5217-Texto%20do%20artigo-16462-1-10-20171109.pdf. Acesso em 22/04/2022.

SCHMIDT, Gerson. TV Brasileira: novo púlpito da igreja Eletrônica. O verbo se faz imagem televisiva. Tese de mestrado em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Faculdade Dos Meios de Comunicação Social – FAMECOS. Rio Grande do Sul, 2012.

SENHORAS, E. M., Santos, A. F. P. dos, & Cruz, A. R. A. de S. (2016). Expansão do protestantismo no Brasil e suas configurações na Amazônia Legal. *Ciencias Sociales Y Religión/Ciências Sociais E Religião*, 18(25), 136–149. Disponível em: <<https://doi.org/10.22456/1982-2650.62809>>. Acesso em 03/03/2022.

SETARO, André. Exibição na Bahia. *Gazeta Mercantil – Gazeta Bahia*, Salvador, Terça-feira, 05/01/1999.

SILVA, A.P.R; DAVI, T.D. O Recurso Cinematográfico como Ferramenta em Sala de Aula, *Cadernos da FUCAMP*, v.11, n.14, p.23- 36, 2012.

SOUZA, C. R.; FREIRE, R. L. “A chegada do cinema sonoro ao Brasil”. In: RAMOS, F.SCHVARZMAN, S. Nova história do cinema brasileiro. São Paulo: SESC, 2017.

SOUSA, Marco Túlio. Sobre o discurso neopentecostal e suas inscrições midiáticas: estudo de caso sobre um programa televisivo. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação – BOCC*, 2013. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-marco-2013-sobre-discurso-neopentecostal.pdf>>. Acesso em: 05/04/2022.

VADICO, L. Filmes de Cristo: oito aproximações. SP: Ed. a lápis, 2009.

VADICO, Luiz. O Campo do filme religioso: Cinema, Religião e Sociedade. 1º. ed. Rio de Janeiro, Paco Editorial, 2015.

WEBER, Max. A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo. São Paulo: Martin Claret, 2013.

WOLFHORST, Ingo. O Pentecostalismo no Brasil. *Estudos Teológicos*, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, v. 35, ed. 1, p. 7-20, 1995.

6 Bibliografia consultada

ALMEIDA, R. A universalização do Reino de Deus. Dissertação de Mestrado. Campinas, IFCH/Unicamp, 1996.

AUMONT, J. et al. A Estética do filme. São Paulo: Papyrus Editora, 2007.

CAMPOS, Leonildo Silveira. Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis: Editora Vozes, 1997.

_____. O marketing e as estratégias de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus. Estudos de Religião, São Bernardo do Campo, v. 15, p. 21-38, 1999.

CARRANZA, Brenda; GUADALUPE, José Luis Pérez (Org.). Novo ativismo político no Brasil: os evangélicos do século XXI. Rio de Janeiro: Konrad Adenauer Stiftung, 2020.

COSGROVE, Denis. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. p.219-237. In: CORRÊA, R.L; ROSENDHAL, Z. (Orgs.) Geografia Cultural: uma antologia. vol.1. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2012.

GOMES, P. C. C. PARENTE, Leticia Ribeiro. A Produção De Imagens Para A Pesquisa Em Geografia. Espaço e Cultura, UERJ, RJ, n. 33, P.27-42, JAN./JUN. DE 2013.

MACEDO, Edir. Nada a Perder. 1. ed. rev. Unipro: Editora Planeta, 2012.

MARTELLI, S. A Religião na Sociedade Pós-Moderna. São Paulo: Paulinas, 1995.

MOREIRA, Tiago de Almeida. Geografia e cinema no Brasil: estado da arte. In: Tempo Técnica-Território, Departamento de Geografia da UnB, Brasília, v. 2 - n. 1, p. 77-95, 2011a.

MOREIRA, Tiago de Almeida. A dimensão espacial nos filmes. In: Revista de Geografia da UFPE, Pernambuco, v. 28 - n. 2, p. 34-43, 2011.

_____. Geografia a e Cinema: Uma Revisão de Literatura. Revista GeoPantanal. UFMS/AGB. Corumbá/MS. N. 19. 131-140. jul./dez. 2015.

_____. Geografias Audiovisuais: Para além das Geografias de Cinema. In: GeoTextos, Departamento de Geografia da UFBA, Salvador, v. 7 - n. 2, p. 85-97, 2011.

ROSENDAHL, Z. O espaço, o sagrado e o profano. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R.L. (Orgs). Manifestações da cultura no espaço. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

ROSENDAHL, Z. História, Teoria e Método em Geografia da Religião. Espaço e Cultura. UERJ, RJ, N. 31, p.24-39, jan./jun de 2012.

ROSENDAHL, Zeny. Território E Territorialidade: Uma perspectiva geográfica para o estudo da religião. Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina – 20 a 26 de março de 2005 – Universidade de São Paulo.

XAVIER, I. O discurso cinematográfico – a opacidade e a transparência. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

7 ANEXO A – Termo de consentimento livre e esclarecido TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da pesquisa: Território e psicosfera: um estudo geográfico do cinema evangélico no Brasil

Nathalia da Conceição Freitas (Pesquisador nível de iniciação científica – UFF)

Silvana Cristina da Silva (Docente-pesquisadora – UFF)

Número do CAAE: 48951921.3.0000.5243

Você está sendo convidado a participar como voluntário de uma pesquisa. Este documento, chamado Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, trata-se de uma autorização, que visa assegurar seus direitos como participante e foi elaborado em duas vias, uma que deverá ficar com você e outra com o pesquisador.

Por favor, leia com atenção e calma, aproveitando para esclarecer suas dúvidas. Se houver perguntas antes ou mesmo depois de assiná-lo, você poderá esclarecê-las com o pesquisador. Se preferir, pode levar este Termo para casa e consultar seus familiares ou outras pessoas antes de decidir participar. Não haverá nenhum tipo de penalização ou prejuízo se você não aceitar participar ou retirar sua autorização em qualquer momento.

Justificativa e objetivos:

Por meio desta pesquisa, busca-se compreender qual o entrelaçamento do segmento religioso neopentecostal para organização e produção do espaço através do cinema. O desdobramento desse fenômeno social manifesta-se em distintas dimensões da sociedade brasileira e traduzem a importância da temática para compreender as dinâmicas espaciais, disputas de poder, disseminação de informações e sobre todas estratégias de territorialização que integram o poder religioso, ao poder político e econômico.

Para tanto, através das entrevistas objetivamos analisar:

- Fazer uma periodização da evolução do cinema evangélico nacional;
- Definir quem são os principais agentes produtores e distribuidoras responsáveis por essa disseminação;

- Identificar os vínculos entre as igrejas e as produtoras e distribuidoras desses filmes com relação ao financiamento e os profissionais atuantes no circuito do cinema evangélico;

- Investigar e selecionar os filmes de grande impacto (em termos de bilheteria) entre 2000 e 2020 (a pré-seleção já realizada);

- Analisar o conteúdo veiculado nos filmes, em especial, os elementos que demarcaram pautas que transcendem à religião em si e como esses filmes contribuem para a formação da psicosfera do território brasileiro.

Procedimentos:

Participando do estudo você está sendo convidado(a) a conceder uma entrevista, com duração prevista de 30 minutos. Você pode ter acesso às perguntas da entrevista antes de aceitá-la ou não, e poderá optar por responder apenas parte das questões propostas, sem que haja qualquer prejuízo.

Caso você autorize a gravação da entrevista, sua autorização estará expressa no início da gravação. Caso prefira que não seja gravada, as respostas serão anotadas em formulário próprio.

Os dados da pesquisa serão armazenados no computador do Laboratório de Geografia Humana TeCidades (Grupo de Pesquisa Territórios e Cidades) da Universidade Federal Fluminense (UFF Campos), pelo período de pelo menos 5 (cinco) anos após o final da pesquisa (prevista para março de 2022), de acordo com a Resolução CNS510/16 e poderão ser utilizados em outras pesquisas correlatas do mesmo pesquisador.

Os participantes serão recrutados através de contato por e-mail. Os participantes serão indicados pelas produtoras por solicitação das pesquisadoras. Estes profissionais, por sua vez, receberão os termos (TCLE) via e-mail para aceitar ou não realizar as entrevistas a serem feitas pelo Google Meet.

Desconfortos e riscos:

Riscos e Benefícios

A realização da pesquisa não impõe riscos eminente ao pesquisador e aos sujeitos da pesquisa. De qualquer forma, todas as precauções com relação ao sigilo dos entrevistados das produtoras e distribuidoras dos filmes evangélicos serão tomadas. Devido sua elaboração

ter sido em período da pandemia do COVID-19, as entrevistas ficarão retida aos meios digitais.

No entanto compreende-se a possibilidade de riscos gerados a partir da prática de entrevistas, que será utilizada na realização deste projeto, como os participantes escolhidos. Poderá haver constrangimento ao responder o questionário, desconforto, estresse, quebra de sigilo e quebra de anonimato dos participantes envolvidos. Situações que poderão ocorrer mesmo que involuntária e não intencional. Porém, os pesquisadores garantirão o sigilo dos participantes que participarão das entrevistas não mencionando nomes em relatórios e publicações derivadas da pesquisa.

Para isso então, garantiremos aspectos que envolvam: respeito aos valores, sejam eles, culturais, sociais, religiosos ou éticos, dos participantes. Assegurar que os dados obtidos ficarão exclusivamente restritos para finalidade da elaboração da pesquisa, conforme acordado no TCLE. Manteremos a confidencialidade e a privacidade dos participantes. Garantindo a não utilização das informações em prejuízo dos mesmos.

Benefícios

Não haverá benefícios diretos aos participantes da pesquisa. Os benefícios da pesquisa compreendem em analisar como grupos religiosos neopentecostais vem investindo em novas ferramentas técnicas para difusão da fé e a formação de um novo território envolvido em suas doutrinas. Essa relação direta com os telespectadores difundiu uma nova maneira de construir valores sociais, tornou a religião cada vez mais presente dentro de esferas políticas e também contribuiu para que o número de fiéis neopentecostais triplicasse. No entanto, há poucas pesquisas que investigaram o uso do cinema como forma elemento constituinte da expansão evangélica neopentecostal e o surgimento de produtoras e distribuidoras especializadas no cinema evangélico. Por isso, esse estudo tem caráter exploratório e contribuirá com o conhecimento do tema e das dinâmicas socioespaciais do território brasileiro.

Acompanhamento e assistência:

A qualquer momento, antes, durante e mesmo após o término da pesquisa, os participantes poderão entrar em contato com os pesquisadores para esclarecimentos e assistência sobre qualquer aspecto da pesquisa.

Sigilo e privacidade:

Você tem a garantia de que sua identidade será mantida em sigilo e nenhuma informação identificada será dada a outras pessoas que não façam parte da equipe de pesquisadores. Na divulgação dos resultados desse estudo, seu nome não será citado, a menos que expresse esse desejo de maneira afirmativa e registrada no processo de consentimento, de livre e espontânea vontade.

Ressarcimento e Indenização:

Não haverá despesas ou remuneração aos participantes da pesquisa. Contudo, você terá garantia ao direito à indenização caso haja alguma despesa ou eventuais danos decorrentes da pesquisa quando comprovados nos termos da legislação vigente.

Contato:

Em caso de dúvidas sobre a pesquisa, se precisar consultar esse registro de consentimento ou quaisquer outras questões, você poderá entrar em contato com a pesquisadora (i); Nathalia da Conceição Freitas. Laboratório de Geografia Humana TeCidades (Grupo de Pesquisa Territórios e Cidades) da Universidade Federal Fluminense (UFF Campos) ESR - Instituto de Ciências da Sociedade e Desenvolvimento Regional. Rua José do Patrocínio, 71 - Centro, Campos dos Goytacazes - RJ, 28010-385. E-mail: nathaliacf@id.uff.br; Celular: (21) 965087527 e, (ii); Silvana Cristina da Silva, Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências da Sociedade e Desenvolvimento Regional, Departamento de Geografia. R. José do Patrocínio, 71 - Centro, Campos dos Goytacazes - RJ, 28010-385. E-mail: silvanasilva@id.uff.br; Celular: (22) 996048734.

Em caso de denúncias ou reclamações sobre sua participação e sobre questões éticas do estudo, você poderá entrar em contato com a secretária do Comitê de Ética na rua Marquês do Paraná, nº 303, 4º andar, prédio anexo ao HUAP, Niterói, RJ; telefone: (21) 2629-9189; e-mail: etica.ret@id.uff.br

O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP).

Os Comitês de Ética em Pesquisa (CEPs) são compostos por pessoas que trabalham para que todos os projetos de pesquisa envolvendo seres humanos sejam aprovados de acordo com as normas éticas elaboradas pelo Ministério da Saúde. A avaliação dos CEPs leva em consideração os benefícios e riscos, procurando minimizá-los e buscando garantir que os participantes tenham acesso a todos os direitos assegurados pelas agências regulatórias. Assim, os CEPs procuram defender a dignidade e os interesses dos participantes, incentivando sua autonomia e participação voluntária. Procure saber se este projeto foi aprovado pelo CEP desta instituição. Em caso de dúvidas, ou querendo outras informações, entre em contato com o Comitê de Ética da Faculdade de Medicina da

Universidade Federal Fluminense (CEP FM/UFF), por e.mail ou telefone, de segunda à sexta, das 08:00 às 17:00 horas: E.mail: etica.ret@id.uff.br Tel/fax: (21) 26299189.

Consentimento livre e esclarecido:

Após ter recebido esclarecimentos sobre a natureza da pesquisa, seus objetivos, métodos, benefícios previstos, potenciais riscos e o incômodo que esta possa acarretar, aceito participar:

Nome do(a) participante:

_____ Data:

___/___/___.

(Assinatura do participante ou nome e assinatura do seu RESPONSÁVEL LEGAL)

Responsabilidade do Pesquisador:

Asseguro ter cumprido as exigências da resolução 510/2016 CNS/MS e complementares na elaboração do protocolo e na obtenção deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Asseguro, também, ter explicado e fornecido uma via deste documento ao participante. Informo que o estudo foi aprovado pelo CEP perante o qual o projeto foi apresentado. Comprometo-me a utilizar o material e os dados obtidos nesta pesquisa exclusivamente para as finalidades previstas neste documento ou conforme o consentimento dado pelo participante.

_____ Data:

___/___/___.

(Assinatura do pesquisador)

8 ANEXO B – Questionário parcial de entrevista



Professora: Silvana Cristina da Silva

Aluno: Nathalia da Conceição Freitas

CAAE: 48951921.3.0000.5243

Território e psicoesfera: um estudo geográfico do cinema evangélico no Brasil

1. Como se deu a criação da produtora/distribuidora? Em relação ano, lugar, pessoal envolvidas, intuito e etc.
2. Quais os filmes de maiores sucessos?
3. O sucesso adquirido pelo cinema evangélico internacional ajudou para criação desse movimento no Brasil?
4. Como foi a chegada desse movimento no país?
5. Como se dá a produção desses filmes?
6. Quando o mercado do cinema evangélico alcançou um número considerável de telespectadores?
7. Quais são hoje as grandes referências nesse segmento no Brasil?
8. Qual a importância da relação direta de algumas dessas produtoras com as igrejas evangélicas?
9. Qual a importância de construir novas maneiras de se comunicar com os fiéis?
10. Qual a importância do cinema para a difusão da fé?
11. Você acredita que o cinema visto como uma atividade sociocultural, pode disseminar concepções homogeneizadoras através do uso de imagens e de discursos?

OBS: Este questionário será destinado as produtoras/distribuidoras. Sendo estas inicialmente as questões que nos interessam. No entanto, este roteiro sofrerá alterações segundo a indicação do profissional relacionado para a entrevista. E também em função das particularidades de cada produtora/distribuidora selecionadas. Tendo em vista que as entrevistas serão semiestruturadas, estas serão algumas perguntas

iniciais, podendo assim haver a necessidade de perguntas adicionais a serem exploradas em função dos rumos das respostas.