

## **O EMPODERAMENTO DE LIDERANÇAS RELIGIOSA NAS MÍDIAS**

Como vimos no item anterior, às religiosidades de matriz evangélica após a Constituição de 1988 experimentaram um crescimento em larga escala. A seguir faremos análise na tentativa de compreender o que vem a ser essa sociedade midiaticizada e como o segmento religioso a qual este trabalho se destina a compreender passou a ocupar lugar neste espaço midiático.

Além da participação no campo político, os líderes religiosos perceberam que as mídias poderiam ser importantes ferramentas para o engrossamento das suas cadeiras e também veículo poderoso para divulgar novas ideologias político-religiosas. Os estudos de Alexandre Brasil Fonseca (2008), Heinrich Araújo Fonteles (2007) e Leonildo Silveira Campos (2008) nos servem como base para elaboração deste assunto que nos ajudará na compreensão sobre a influencia da mídia religiosa e seu impacto nas eleições.

É tarefa da sociologia estudar a que se deu este novo fenômeno e seus impactos, pois como ciência procura estudar as transformações sociais que de uma forma ou outra afetam e também alteram as relações sociais.

Objeto de estudos da sociologia, a Revolução Industrial não apenas provocou mudanças na sociedade europeia e posteriormente no mundo, como abriu espaço para o surgimento de novas transformações e a que nos interessa aqui, são as transformações ligadas ao mundo da tecnologia. Então temos justa relação entre tecnologia e mídia e com isso a midiaticização da sociedade.

Mas do que se trata a mídia? O que seria a sociedade midiaticizada? Que efeitos têm sobre os indivíduos e grupos sociais? Qual a relação desse fenômeno com a religião? Essas perguntas são necessárias, uma vez que elas norteiam para o objeto do qual nos propomos.

Segundo Liziane Guazina, o uso generalizado da palavra mídia é recente nas pesquisas em Comunicação no Brasil. A partir da década de 1990 é que começou a ser amplamente empregada. Em muitas das publicações especializadas, porém, mídia é utilizada no mesmo sentido de imprensa, grande imprensa, jornalismo, meio de comunicação, veículo. (GUAZINA, 2007, p. 1).

Para Délia Dutra, "fala-se em mídia, normalmente, para se referir ao conjunto dos meios de comunicação social, tais como: imprensa escrita, radiodifusão sonora e televisiva, publicidade e cinema" (DUTRA, 2008, p. 8).

Desta forma, podemos entender que mídias são mediadores técnicos para a comunicação e a interação humana. São conteúdos, códigos e suportes que se combinam, carregada então de conteúdo sociológico, pois deste conteúdo emana implicações ideológicas que reverberam nas interações humanas.

Para entendermos o processo de construção e desenvolvimento das mídias, utilizo o texto sobre "Sociologia e as novas tecnologias", ali os autores trazem a ideia de que "a modernidade nasceu com uma revolução midiática" (NETO; GUIMARÃES; ASSIS, 2012, p. 82), viveu uma segunda revolução em seu apogeu e há indícios de que está vivendo uma terceira fase revolucionária vista nas primeiras décadas do século XXI". A primeira teria seu ponto de partida na máquina de Gutemberg no século XV, onde passa haver a consolidação do conhecimento científico. A segunda revolução midiática seria aquela que caracteriza o auge da modernidade, remonta a industrialização da cultura através dos meios de comunicação de massas a partir da década de 1920. A terceira revolução midiática esta acontecendo agora, sociedade em rede (NETO; GUIMARÃES; ASSIS, 2012, p. 82-84).

Uma vez que temos a compreensão do termo mídia, podemos buscar compreensão das relações que dela advêm. A pesquisadora Ana Flores e Barichello trabalha a ideia de que a tecnologia e suas relações com a comunicação e a cultura são base para o entendimento da midiatização da sociedade. Desta forma, acreditam que a tecnologia se insere como fator modificador do social na sociedade contemporânea. Em suas palavras lemos: "a mídia constitui importante papel social, pois é fruto de mudanças tecnológicas, culturais da contemporaneidade e são fatores que estruturam o surgimento do fenômeno da midiatização".

Dito isto, cabe-nos a pergunta. Qual a relação da mídia com a esfera religiosa e quais acontecimentos beneficiou o estreitamento e crescimento de programações religiosas na TV?

Segundo Nina Rosas, a inserção dos evangélicos nas mídias (impresa, eletrônica, digital), inicialmente ocorre com a pretensa de alcançar o maior

número de pessoas possíveis. Segundo ela, "nos dias de hoje, como a televisão chega a quase todas as casas brasileiras, isso a torna um eficiente modo de propagar mensagens, divulgar programações e apostar na transmissão de valores"<sup>1</sup>. Segundo Rosas, a midiaticização da fé é frequentemente revestida e justificada por projetos, como os de cunho social, por exemplo.

Esta forma de atuar como igreja, segundo Capparelli e Santos, seria mais eficaz e rápido ao propósito da evangelização.

Sustentada na retórica dos pastores, a Igreja Eletrônica mostrou-se um instrumento de convencimento e conversão mais eficaz que templos e igrejas. A adoção da tríade "reza, cura e salvação" era o elemento facilitador desta capacidade de convencimento distinguindo-se da lógica das religiões tradicionais que pressupunham um comprometimento mais arraigado. (CAPPARELLI; SANTOS, 2004, p. 4)

Escrevendo sobre a ascensão evangélica na mídia, Heinrich Araújo Fonteles<sup>2</sup>, faz uma análise da atual conjuntura e destaca que o momento histórico no país, os fatores do cenário político, econômico e tecnológico, finda a ditadura militar e o processo de redemocratização, mais a forma como era entregue pelo poder executivo, que utilizava critérios de amizade para distribuir e conceder canais de rádio e TV, propiciou este crescimento de programações religiosas na mídia. (FONTELES, 2007, p. 2).

Esses três fatores, político, econômico e tecnológico, mostram que a estrutura de concessão facilitou a ascensão dos grupos religiosos na mídia, e tais fatores se configuram dentro de um contexto maior de desenvolvimento da indústria cultural no país.

Segundo Fonteles (2007) outro fator também colaborou no crescimento da participação das organizações religiosas na mídia. Segundo este, as lideranças eclesiais aderiram ao ideário do regime militar.

---

<sup>1</sup> ROSAS, Nina. **Religião, mídia e produção fonográfica**: o Diante do Trono e as disputas com a Igreja Universal. 2013. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-85872013000100009&script=sci\\_arttext#nt04](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-85872013000100009&script=sci_arttext#nt04)

<sup>2</sup> O artigo é um desdobramento da pesquisa de Mestrado em Comunicação de FONTELES, H. A. **Programa show da fé**: um retrato da construção midiática da imagem religiosa evangélica. UNIP. São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/6o-encontro-2008-1/A%20ascensao%20da%20midia%20evangelica%202013%20uma%20mutua%20interferencia%20politica.pdf>

A censura tinha por objetivo organizar as ações da cultura, despolitizando todo o conteúdo das programações com o objetivo de fixar a ideologia do poder em voga, e também formar um tipo de ideal de cidadão útil ao tão conclamado progresso. Se a censura era moralista, a religião também o era, o que não provocava nenhum mal estar neste sentido. O discurso dos programas religiosos vem enaltecer o espírito cívico, da ordem, da família e do serviço religioso, necessário para formar uma característica comportamental neste indivíduo: a passividade. Tal tipo de comportamento é um dos requisitos exigidos por aqueles que querem participar de um espetáculo e, neste sentido, as ações da nascente mídia evangélica atendiam aos critérios político-ideológicos do regime, e também às exigências da indústria cultural, que preparava um campo promissor de futuros consumidores (FONTELES, 2007, p. 6).

Deste modo, cumprindo tais deveres, a mídia evangélica tinha então espaço para se desenvolver. Por isso, inegavelmente, temos assistido nos últimos 20 anos o aumento significativo da presença cada vez maior de programações religiosas na mídia televisiva, tanto em canais abertos como fechados. Basta ligar o televisor ou rádio para logo sintonizar em um programa religioso. Justamente neste quadro midiático e pertinente a expansão de novas ideias que a religião encontra uma nova forma para propagar seus ideais utilizando o tele-evangelismo.

Segundo Capparelli e Santos (2004), mediante o crescimento dos evangélicos no uso das mídias e prática do proselitismo, a Igreja Católica esboça reação. Como descrevem os autores (CAPPARELLI; SANTOS, 2004, p. 22).

Ao que parece, a igreja Católica embora presente no uso da comunicação de massa, não possui o mesmo êxito dos evangélicos tanto de segmento tradicional e principalmente pentecostais e neopentecostais. É o que pensa também Fonseca (2008, p. 4), ao declarar; "No entanto, os católicos romanos (mas muito menos do que os evangélicos) têm sido mais vagarosos na incorporação desses novos meios técnicos comunicacionais como forma de expansão de seus domínios".

Em entrevista concedida<sup>3</sup>, Joana T. Puntel, que atua como diretora do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC), com pós-doutorado na área de

---

<sup>3</sup> Entrevista concedida a Paulinas disponível em: <http://www.paulinas.org.br/sepac/pt-br/?system=paginas&action=read&id=1639>. Joana T. Puntel possui pós-doutorado em comunicação pela The London School of Economics and Political Science, na Inglaterra

Comunicação, lançou recentemente o livro com o título "Cultura midiática: Igreja - uma nova ambivalência". Segundo a autora, seu livro discute a forma da Igreja de lidar com a cultura da mídia. Puntel acredita estar havendo um esforço crescente para que a Igreja Católica se conecte à nova cultura midiática, todavia, declara que a ICR possui dificuldades neste campo, pois a igreja carece de formação sobre a "cultura da comunicação e sua constante utilização". Desta forma a igreja se porta ainda de forma bastante amadora, pois não se trata apenas de usar a mídia para difundir a mensagem e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nessa 'nova cultura' criada pelas modernas comunicações.

Leonildo Silveira Campos (2008)<sup>4</sup>, faz uma espécie de mapeamento dos evangélicos e a mídia no Brasil. O autor trilha o caminho realizado e processo de mudanças ocorridas desde a fase da oralidade e da imprensa até o período contemporâneo, que ele denomina de comunicação mediada eletronicamente. Neste último, o autor apresenta a ideia de que a junção de religião mais a comunicação midiática, reconfigura a mensagem da religião ao clima cultural desenvolvido pela pós-modernidade ligadas ao universo dos negócios. Em suas palavras,

Daí a psicologização da religião e a transformação dos produtos religiosos em produtos e mercadorias oferecidos em série e padronizados. Por sua vez, os distribuidores e comunicadores procuram transmitir a idéia de que são produtos personalizados e que seguem modelos como estes: "mulher, esta bíblia foi feita para você"; ou então, "evangélico, finalmente surgiu um aparelho celular feito especialmente para você" (CAMPOS, 2008, p. 6).

Como podemos observar, o momento histórico foi propício, pois aliado a uma conjuntura política, tecnológica e social que as religiosidades, amparadas pelo crescimento do consumo de massa no país passaram a ter maior projeção e crescimento no Brasil.

Segundo Fausto Neto (2004) a evolução da midiatização da religião no Brasil ocorreu devido a basicamente três fatores; o primeiro deles seria a *indústria cultural* ligadas a TV e a internet, a captura do fiel deve ser

---

<sup>4</sup> Doutor em Ciências da Religião, professor titular da Universidade Metodista de São Paulo, lecionando nos Programas de Pós-Graduação em Ciências da Religião e Administração.

compreendida pelo papel da indústria cultural. O segundo item para Neto é que existe um *mercado religioso* para as ofertas midiáticas. Considerando os números do IBGE, onde os evangélicos representam 22% da parcela da população Brasileira, ou seja, aproximadamente 42,2 milhões de pessoas. E terceiro a saída de cena de *agentes estratégicos*, como por exemplo, o Estado, que faz com que o campo religioso seja protagonista em atuações com "políticas de atendimento", onde a religião deixa de ser uma abstração, e pelo seu trabalho os horizontes de salvação deixam de ter parâmetros de vida após a morte, acionando a problemática do aqui e agora. (NETO, 2004, p. 4 -6).

Nesse sentido, a religião se apropria dos espaços midiáticos, para ser não apenas uma religião do templo, ela entra no mercado religioso reconfigurada e pronta para a captura de novos fiéis não baseadas no abstrato, sobretudo como um serviço de atendimento de necessidades físicas e emocionais.

Quanto à utilização dos meios midiáticos, os programas pioneiros das igrejas evangélicas remontam meados dos anos 50 e 60, época de instauração da TV no país. Para Fonteles (2007) este processo fez parte de todo um percurso que a indústria do entretenimento trilhou para consolidar-se como ideário de modernização da sociedade brasileira. Esta afirmação também encontra suporte nos estudos de Fonseca (2003), que compartilha a idéia ao dizer que o nascimento da mídia evangélica se deu de forma paralela à própria história da TV brasileira.

Na tabela abaixo apresentamos os principais programas exibidos no país a partir da década de 60.

**Tabela 2 – Programas Pioneiros na TV Brasileira**

PROGRAMA	ANO	TV	IGREJA	Apresentador/pastor
Fé para Hoje	1962	—	Adventista	Alcides Campolongo
Café com Deus	Década 60	TV Tupi	Ig. Nova Vida	McAlister
Início: Jesus a esperanças das Nações	1974/ depois entre 1980 a	Início: Amazonas TV	Início: Presbiteriana	Caio Fabio
Final: Pare e Pense	1999	Record/ TV Vinde	INterdenominaciona I	
Encontro com Deus	Década 60	Recife: TV Local	Presbiteriana	João Capos
Um pouco de sol	Década 60	SP: TV Local	Batista	Rubens Lopes
Reencontro	1975	Rede nacional/ TV	Batista	Nilson do Amaral

Início:	1982	Rio/Bandeirantes Rede Nacional	Assembleia de Deus	Fanini de Silas Malafaia
Renascer:	1999	Rede TV		
Vitória em Cristo	1999			
Movimento Pentecostal	1996/1998	Rede Manchete	Assembleia de Deus	Institucional

Fonte: FONTELES, H. A. **Programa show da fé: um retrato da construção midiática da imagem religiosa evangélica**. UNIP. São Paulo, 2007.

Como podemos observar na tabela 2, apresentada por Fonteles (2007) os evangélicos tradicionais antes da década de 1980 eram mais presentes, foram os pioneiros na utilização da TV para divulgar a fé e fazer evangelismo. Este também é o entendimento de Fonseca quando afirma, "podemos observar que os evangélicos tradicionais foram os primeiros a inserirem suas pregações no vídeo. Já os pentecostais brasileiros inicialmente eram avessos ao uso do rádio e da televisão" (FONSECA, 2008, p. 14). Ainda segundo Fonseca, essa aversão pelo uso da TV entre os pentecostais foi sendo desconstruída ao longo do tempo, especialmente após a década de 90, pois segundo o autor, houve ao menos dois bons motivos pelos quais os pentecostais abandonaram a prática proibitiva do uso da TV, a saber, a visita de Billy Graham ao Brasil, o evento que chegou a lotar o estádio do Maracanã, e foi divulgado por mídias religiosas e uma segunda seria a entrada de televangelistas norte americanos que colocou seu programa no ar no Brasil em 1978 (FONSECA, 2008, p. 15).

De acordo com Fonteles (2007) mediada pelo avanço tecnológico, "no final da década de 1970 e início da década de 1980, surge a Igreja Eletrônica Norte-Americana com seus tele-evangelistas, representada na tabela abaixo" (*apud* FONSECA, 2003).

**Tabela 3 - Programa de Igreja Eletrônica exibido no país**

PROGRAMA	ANO	EXIBIDO	IGREJA	PASTOR
Alguém ama você	1978	TV Tupi / SBT	-----	Rex Humbard
Clube 700	Final de 80 Volta em 95/96	TV Record Manchete	-----	Pat Robertson
Praise The Lord	1988	TV Record / Bandeirantes	Assembleia de Deus	Jimmy Swaggart

Fonte: FONSECA, A. B. **Evangélicos e mídia no Brasil**. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco: Curitiba: Faculdade São Boaventura, 2003.

A análise de Fonteles coloca que dentre os pastores citados na tabela, que são tele-evangelistas, o de maior destaque foi Jimmy Swarggart. Que era parceiro da Assembleia de Deus no Brasil, pois auxiliou financeiramente a editora da instituição - Casa Publicadora da Assembleia de Deus (CPAD). Contudo, devido a problemas pessoais, seu programa saiu do ar tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos, retornando períodos depois; porém, já sem grande credibilidade. (FONTELES, 2007, p. 05)

De acordo com Fonseca,

Foi nesse cenário, em especial no Brasil pós-1980, que pentecostais começaram a se fazer presentes na mídia com mais frequência. Primeiro, comprando espaços nas emissoras de rádio; depois, comprando horários nas madrugadas das emissoras de televisão, em períodos considerados "horas mortas". Depois dessa presença tímida nas "madrugadas com Deus" vieram a compra de emissoras e a ocupação de horários nobres. Por isso é fácil compreender a euforia que a ocupação de um horário nobre na TV Bandeirantes causou no Missionário Romildo Ribeiro Soares. A Universal também ocupa tempo no horário nobre na TV Gazeta de São Paulo (2008, p. 12-13).

Atualmente temos alguns líderes que são ícones e desde que começaram a fazer uso da TV expandiram suas fronteiras e são vistos em rede nacional. Em seu artigo "Evangélicos e Mídia no Brasil - uma história de acertos e desacertos"<sup>5</sup>, Campos (2008) trabalha com a ideia de grandes e pequenos empreendimentos midiáticos. Temos na Igreja Universal do Reino de Deus/IURD - Edir Macedo; a Igreja Internacional da Graça/IIGD - Missionário R.R. Soares; a Igreja Apostólica Renascer em Cristo/IARC com Estevan e Sonia Hernandez e o mais recente ator neste campo na televisão, a Igreja Mundial do Poder de Deus/ IMPD, com o Apóstolo Valdomiro Santiago n. (2008, p. 14-23)

Primeiramente como grande empreendimento, como coloca Campos, temos:

a aquisição da Rede Record pela IURD representou o início de um processo de desregulação do até então laico mercado televisivo no Brasil. A compra da Record por US\$ 45 milhões e

---

<sup>5</sup> Disponível em: [http://www.pucsp.br/rever/rv3\\_2008/t\\_campos.pdf](http://www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_campos.pdf)

o compromisso assumido por Macedo, de pagar US\$ 300 milhões, representaram um novo capítulo na inserção pentecostal na mídia televisiva brasileira" (2008, p. 18).

A igreja Internacional da Graça de Deus também desponta como grande empreendimento, onde seu maior líder, o missionário R. R. Soares, desligando-se da IURD - Igreja Universal do Reino de Deus, passa a operar sozinho com uma nova configuração.

A expansão das transmissões da RIT pode ser avaliada pelo aumento no número de estações retransmissoras (Tabela 2). Em 2007 começou a operar a *Nossa TV*, uma operadora de canal a cabo para evangélicos, que vai concorrer com NET-Canal e outras operadoras, a um custo bem abaixo da concorrência, oferecendo canais escolhidos "por não exporem os telespectadores a cenas de sexo ou violência", conforme promessa da IIGD, incluindo-se aí o reforço dos laços familiares (Campos, 2008, p. 19).

A IARC - Renascer em Cristo talvez a mais vulnerável, pois possui um histórico de acertos e desacertos. "Trouxeram para o Brasil a Marcha para Jesus", evento que reúne até 100 mil pessoas nas ruas. Grande número de pessoas também nas gravações de CD's e DVD's (CAMPOS, 2008, p. 20), contudo seus líderes estiveram envolvidos com lavagem de dinheiro, e como coloca Campos,

Há na justiça pelo menos 110 processos averbados contra o casal. Seus bens estão bloqueados por conta de obrigações e dívidas que justiça arbitrou em R\$ 46 milhões. Desde a prisão do casal, a emissora está sendo dirigida por seus filhos, e há risco da passagem da concessão para as mãos de outros pentecostais. (2008, p. 20)

Valdomiro Santiago é dissidente da IURD, líder carismático que faz gênero popular na TV. Sua ênfase está no processo de cura dos enfermos, e segundo Campos (2008 *apud* Carta Capital Ano XV, 28/08/2008, p. 8-14),

*"...desbancou a PlayTV, da Gamecorp, empresa de jogos para celular e tevê que tem como sócio (...) o filho do presidente Lula. A um custo de três milhões de reais ao mês."* Assim, a IMPD assumiu 22 horas semanais de programação na TV 21, e tem programas na RedeTV e na Rede Boas Novas (da Assembleia de Deus).

Nos estudos sobre o tema de Magali N. Cunha, o conceito de "Igreja Eletrônica" foi construído nos anos de 1980 para analisar a presença dos

grupos religiosos nos meios de comunicação social rádio e TV, em especial no contexto da ascensão dos televangelistas norte-americanos<sup>6</sup>. Contudo, segundo Cunha, houve uma nova configuração na relação religião e mídia, conforme artigo publica com o título: "Religiosidades midiática em tempos de cultura gospel":

Diferente dos grupos norte-americanos, a presença dos evangélicos latino-americanos nos meios de comunicação sempre foi mais intensa no rádio – pela facilidade de aquisição de concessões ou de compra de espaços na grade das programações. O fato é que a partir dos anos 90 há um amplo empreendimento da presença cristã na mídia eletrônica. Pode-se constatar o avanço da presença católico-romana na TV e dos evangélicos, e mais intensamente pentecostais, nas diferentes mídias. Este avanço não pode ser avaliado de forma desconectada das transformações vivenciadas no contexto sociopolítico e religioso do continente e do mundo (CUNHA, 2002).<sup>7</sup>

Para expansão de seus domínios, os religiosos de matriz evangélica, fizeram maior incorporação desses novos meios técnicos comunicacionais. Quem desponta nessa estratégia são os pentecostais e os "Neopentecostais", estes últimos baseados na teologia da Prosperidade. Para Cunha, os primeiros televangelistas evangélicos a despontar no cenário nacional brasileiro foram R. R. Soares, Nilson Amaral Fanini e Edir Macedo<sup>8</sup>. (ASSMANN, *apud* CUNHA, 2002, p. 6).

#### Nas palavras de Magali N. Cunha o Pentecotalismo

é caracterizado pelo surgimento de um sem-número de igrejas autônomas, organizadas em torno de líderes e se opõe ao pentecotalismo clássico ou histórico, como o das Assembléias de Deus, por exemplo. Enquanto o clássico é institucionalizado, baseado em um corpo de doutrinas calcadas no batismo do Espírito Santo, na busca de santificação e na ética restritiva de costumes, o autônomo se baseia nas propostas de cura, de

---

<sup>6</sup> CUNHA, Magali do Nascimento. **O conceito de Religiosidade Midiática como atualização do conceito de Igreja Eletrônica.** In. XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002. DISPONÍVEL EM: [http://intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP1cunha.pdf](http://intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP1cunha.pdf)

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=46268>. acesso em 06 de setembro de 2014.

<sup>8</sup> Sobre a trajetória dos líderes acima citados, consultar, [http://intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP1cunha.pdf](http://intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP1cunha.pdf) tendo por referência principal o texto de Hugo Assmann. A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina. Petrópolis: Vozes, 1986.

exorcismo e de prosperidade sem enfatizar a necessidade de restrições de cunho moral e cultural para se alcançar a bênção divina. A igreja que mais simboliza a força deste movimento é a Igreja Universal do Reino de Deus que cresce em número de fiéis e em acumulação de capital, chegando a ser proprietária de veículos de comunicação social nos diferentes formatos: imprensa especializada e secular, rádios e redes de televisão em canais VHF e UHF (respectivamente a Rede Record e a Rede Mulher) (CUNHA, 2002, p. 2).

Mariano (2010<sup>a</sup>) empresta o termo utilizado por Paul Freston<sup>9</sup> que segundo ele foi o primeiro pesquisador a dividir o movimento pentecostal a partir de um corte histórico-institucional e da análise da dinâmica interna do pentecostalismo brasileiro em ondas, como segue:

O pentecostalismo brasileiro pode ser compreendido como a história de três ondas de implantação de igrejas. A primeira onda é a década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e da Assembleia de Deus (1911) (...) A segunda onda pentecostal é dos anos 50 e início de 60, na qual o campo pentecostal se fragmenta, a relação com a sociedade se dinamiza e três grandes grupos (em meio a dezenas de menores) surgem: a Quadrangular (1951), Brasil para Cristo (1955) e Deus é amor (1962). O contexto dessa pulverização é paulista. A terceira onda começa no final dos anos 70 e ganha força nos anos 80. Seus principais representantes são a Igreja Universal do Reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça (1980) (...) O contexto é fundamentalmente carioca. (MARIANO, 2010<sup>b</sup>, p. 29).

Desta forma, as tipologias do pentecostalismo pode ser abordada em três vertentes; pentecostalismo clássico (primeira onda), deuterpentecostalismo<sup>10</sup> (segunda onda) e o neopentecostalismo (terceira onda).

Utilizando desta nomenclatura, a fase que mais nos interessa aqui, é especificamente a terceira onda, justamente porque ela inaugura o neopentecostalismo, que tem como característica fundamental por se estruturar empresarialmente e também por que historicamente são igrejas que mais utilizam a mídia televisiva como espaço para divulgar o evangelho, alcançar

---

<sup>9</sup> Cf. FRESTON, Paul. *Protestantes e política no Brasil: da constituinte ao impeachment*. Campinas. Tese de doutorado em sociologia, IFCS-UFRJ.

<sup>10</sup> Tendo em conta que a segunda onda mantém o núcleo teológico do pentecostalismo clássico, mas se estabelece 40 anos depois e com distinções evangelísticas e ênfases doutrinárias próprias, optamos por nomeá-la de Deuterpentecostalismo. O radical *deutero* (presente no título do quinto livro do pentateuco) significa *segundo* ou *segunda vez* sentido que o torna muito apropriado para nomear a segunda vertente pentecostal. (2010, p. 32)

adeptos e vender produtos do mercado religioso. Como se segue na fala de Mariano, "elas verdadeiramente agem como empresas e, pelo menos algumas delas, possuem fins lucrativos" (MARIANO, 2010<sup>a</sup>, p. 36).

A partir daí, podemos ter compreensão a partir de uma análise conjuntural, onde a religião inserida dentro de um contexto da indústria cultural de massa<sup>11</sup>, não está mais apenas para o templo e com isso inaugura um novo discurso religioso, como coloca Neto, quando diz:

Contribuindo para as novas formas de permanência da religião na esfera pública, os processos midiáticos apresentam-se como uma instância organizadora de operações tecno-simbólicas que são apropriados pelo campo religioso para dar forma a e instituir um novo tipo de discurso religioso<sup>12</sup>.

Para além da imprensa escrita, da televisão, a abundância de signos inaugurados pela mídia em rede, ou seja, a Web<sup>13</sup> reflete o cenário da vida pós-moderna e sociologicamente isso nos vêm provocando profundas mudanças, trazendo novas formas de sociabilidade e novos critérios para a construção de relações sociais.

Nas novas mídias denominadas de "redes sociais", pessoas plugadas emitem e recebem mensagens imediatamente e pela mesma máquina... Essa tecnologia permite o nascimento de comunidades virtuais com interesses diversos, sugerindo que as formas mais elementares de sociabilidade, como o "estar junto com" e o "estar junto por estar", venham se desprendendo da sua obrigatoriedade presencial para uma relação a distância... Além da sociabilidade, as redes sociais também são apropriadas pelos interesses comerciais, constituindo-se em grande potencial de negócios (NETO; GUIMARÃES; ASSIS. 2012, p. 84).

---

<sup>11</sup> A respeito dessa cultura evangélica de massas, consumista, é indispensável a leitura de Magali do Nascimento Cunha, que chamou o fenômeno que contém essas novas de comunicação de "explosão de uma cultura gospel". Descrito em seu livro *"A explosão gospel: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico brasileiro"*.

<sup>12</sup> No texto "A religião teleterapeutizante: discursividades dos templos midiáticos. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6589>

<sup>13</sup> Em Inglês World wide web, expressão traduzida para o português como "rede de alcance mundial", representa um sistema de transferência de dados e conteúdos em formato multimídia, operada pela internet. NETO, Euclides Guimarães; GUIMARÃES, José Luis Braga; ASSIS. Marco Arcanjo. Sociologia e as novas tecnologias. In. NETO, Euclides Guimarães, 2012, p. 78).

Aqui, as religiosidades midiáticas se enquadram, pois como coloca Neto (2004, p. 03) "além dos clássicos templos, o uso dessas novas técnicas midiáticas, seria um processo de "re-encantamento do mundo" (NETO, 2004, p. 03).

Foi o que ocorreu nas eleições presidenciais de 2010, devido a grande inserção midiática, os fiéis conectados espalhados país afora, assistiram e propagaram vídeos e mensagens que inflamou as comunidades religiosas alterando então a campanha eleitoral.

Em seu livro Deus, Diabo e Dilma, Alonso compartilha essa ideia ao dizer que, a partir do ano de 2000 "houve uma crescente inserção midiática nas diversas denominações" (2010, p. 92). O Brasil vivenciando o ápice da democracia viu nas eleições de 2010, o poder da informação que chega rapidamente e inflama as massas. A internet como um todo, sobretudo, as redes sociais e TV. Os debates nas eleições mostraram que os evangélicos cresceram suficientemente para engendrar investidas políticas religiosas na construção ideológica no Brasil. (ALONSO, 2012 p. 92) O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), revelou que os evangélicos representam 22% da parcela da população Brasileira, ou seja, são aproximadamente 42,2 milhões de pessoas. Disto, podemos inferir que seria este um contingente expressivo que pode alterar e mesmo decidir uma eleição. Sem contabilizar aqui as manifestações religiosas provindas da Igreja Católica Romana. Cabe ressaltar a evidente realidade de que essa matriz religiosa a qual estamos estudando não é homogênea, pois existem muitas vertentes, contudo os líderes religiosos e pastores que são ícones na mídia utilizam a Bíblia, a fé e através da técnica midiática tentam ser a voz dos evangélicos no Brasil como um todo. Os mais proeminentes são, a Igreja Universal do Reino de Deus - IURD, a Assembleia de Deus - AD e a Igreja Internacional da Graça - tendo como porta vozes respectivamente, Edir Macedo, Silas Malafaia e R.R. Soares.

## REFERÊNCIAS

ALONSO, Leandro Seaveright. **Entre Deus, Diabo e Dilma – Messianismo evangélico nas eleições de 2010**. São Paulo: Fonte Editorial, 2012.

BERGER, Peter. A dessecularização do mundo: uma visão global. **Religião e Sociedade**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 9-24, maio 2000.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de Acertos e Desacertos**. Revista de Estudos da Religião. Setembro, 2008 / p. 1-26. Disponível em: <[http://www.pucsp.br/rever/rv3\\_2008/t\\_campos.pdf](http://www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_campos.pdf)>. Acesso em: 26 de abr. de 2013.

CAPPARRELLI, Sérgio; SANTOS, Susy. **CRESCEI E MULTIPLICAIVOS: a explosão religiosa na televisão brasileira**. Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 11, p. 1-24, julho/dezembro 2004. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4071/4446>>. Acesso em: 02 de maio de 2013.

CAVALCANTI, Robson. **Participação dos Evangélicos na Política Brasileira**. Minas gerais, v. 315, p. 36-37, nov. 2008.

CUNHA, Magali do Nascimento. **O conceito de Religiosidade Midiática como atualização do conceito de Igreja Eletrônica**. In. XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002. Disponível em: <[http://intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP1cunha.pdf](http://intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP1cunha.pdf)>. Acesso em: 15 de dez. de 2014.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, Atlas, 2005.

\_\_\_\_\_; Entrevista em profundidade – cap. IV. In: \_\_\_\_\_ **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, Atlas, 2005, p. 62-83.

FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêia. Análise do conteúdo – cap. XVIII In: DUARTE, Jorge, BARROS, Antonio (Org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, Atlas, 2005, p. 280-304.

FONSECA, Alexandre Brasil Carvalho da. **Secularização, Pluralismo religioso e democracia no Brasil: um estudo sobre os evangélicos na política nos anos 90**. 2002. 279f. Dissertação (Mestrado em Sociologia). IFCS-UFRJ, 1997.

FONTELES, H. A. **Programa show da fé: um retrato da construção midiática da imagem religiosa evangélica**. UNIP. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/6o-encontro-2008-1/A%20ascensao%20da%20midia%20evangelica%202013%20uma%20mutua%20interferencia%20politica.pdf>>. Acesso em: 14 de Out. de 2014.

FRESTON, Paul. *Evangélicos na Política Brasileira. **Religião e Sociedade***, Rio de Janeiro: ISER, 1992. v. 16

\_\_\_\_\_. **Protestantes e Política no Brasil: da Constituição ao impeachment**. Tese de Doutorado, Campinas, IFCH-Unicamp, 1993.

GOMES, Antônio Máspoli de Araújo. **As fontes dos messianismos na literatura luso brasileira**. *Revista Lusófona de Ciências das Religiões*. São Paulo, Ano X, n. 18-19, Abr de 2013. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cienciareligioes/issue/view/648/showToc>. Acesso em: 22 dez. 2014.

GUAZINA, Liziane. O conceito de mídia na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares. **REVISTA DEBATES**, Porto Alegre, v.1, n.1, p. 49-64, jul.-dez. 2007. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/2469/1287>>. Acesso em: 21 de Dez. de 2014.

LOPES, Marcelo. **NEOPENTECOSTALISMO E MODERNIDADE RELIGIOSA: BREVES APONTAMENTOS SOBRE ALGUNS DE SEUS PARADOXOS A PARTIR DA ÓTICA HERVIEU-LÉGERIANA**. Disponível em: <<http://www.sophiaweb.net/repositorio/iberica/iberica21/iberica21.pdf#page=4>>. Acesso em: 19 de jul. de 2013.

MAIA, Eduardo Lopes Cabral. Os evangélicos e a Política. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, Vol. 2 n. 2 (4), agosto-dezembro/2006, p. 91-112. Disponível em: <[www.emtese.ufsc.br](http://www.emtese.ufsc.br)>. Acesso em: 26 abr. 2012.

MALISKA, Marcos Augusto. **Max Weber e o Estado Racional Moderno**. *Revista Eletrônica do CEJUR*, v. 1, n. 1, ago./dez. 2006.

MARIANO, Ricardo. **As eleições e a cruzada moral de católicos e evangélicos**. Entrevista concedida 27 de Outubro de 2010. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/37713-as-eleicoes-e-a-cruzada-moral-de-catolicos-e-evangelicos-entrevista-especial-com-ricardo-mariano>>. Acesso em: 18 de maio de 2012<sup>b</sup>

\_\_\_\_\_. **Nepentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010<sup>a</sup>.

\_\_\_\_\_. (2002<sup>c</sup>) **Secularização do Estado, Liberdades e Pluralismo Religioso**. Trabalho apresentado no III Congresso Virtual de Antropología y Arqueología. Disponível em: [http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/ricardo\\_mariano.htm](http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/ricardo_mariano.htm), acessado em 11 de set. de 2013.

MENDONÇA, Antônio Gouvêa; VELASQUES FILHO, Prócoro. **In-tradução ao protestantismo no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 1990.

NETO, Antonio Fausto. A religião Teleterapeutezante: discursividade dos templos midiáticos. **Revista Fronteiras** - estudos midiáticos. Unisinos, São Leopoldo. VI, n. 2, Julho/dezembro de 2004. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6589>>. Acesso em: 06 de jan. de 2014.

PEREIRA, Edilson. **Poder e Medo**: Os evangélicos na política e o combate à agenda feminista do Brasil. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-85872013000100011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-85872013000100011&script=sci_arttext)>. Acesso em: 12 de dez. de 2013.

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

\_\_\_\_\_. Representantes de Deus em Brasília: a bancada evangélica na Constituinte. In: **ANPOCS**, Ciências Sociais Hoje. São Paulo, Vértice e ANPOCS, p. 104-132, 1989.

PUNTEL, Joana T. **A igreja deve educar e formar para a comunicação**. Disponível em: <<http://www.paulinas.org.br/sepac/pt-br/?system=paginas&action=read&id=1639>>. Acesso em: 17 de nov de 2014.

RANQUETAD, Cesar A. Jr. **Laicidade, Laicismo e secularização**: Definindo e esclarecendo conceitos. Disponível em: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/sociaisehumanas/article/view/773/532>>. Acesso em: 06 de maio de 2013.

ROSAS, Nina. **Religião, mídia e produção fonográfica**: o Diante do Trono e as disputas com a Igreja Universal. 2014. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010085872013000100009&script=sci\\_arttext#nt04](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010085872013000100009&script=sci_arttext#nt04)>. Acesso em: 04 de jun. de 2013.

SAQUETTO, Diemerson. **A invenção do pastor político**. Imaginário de poder político construídos a partir da história das bancadas evangélicas. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em História Social das Relações Políticas, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória. 2007. Disponível em: <<http://religioeesferapublica.wordpress.com/tag/poder>>. Acesso em: 24 de set. de 2014.

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo. Biblioteca Pioneira de Ciências Sociais, 1967.

\_\_\_\_\_. A psicologia social das religiões mundiais. In: GERTH, H.; WRIGHT MILLS, C. (orgs.). **Ensaio de Sociologia**. 5ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1982.

\_\_\_\_\_. **Ciência e Política: duas vocações**. São Paulo: Cultrix, 1998.