

EVERTON VITOR SOBRINHO

**A RELAÇÃO ENTRE A TV E OS NEOPENTECOSTAIS:
O CASO SHOW DA FÉ.**

Monografia apresentada à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel no Curso de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, Setor de Ciências Humanas Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof.º Rubens Sprada Mazza

CURITIBA
2004

Por uma TV que não encare a fé e a crença cristã como forma de se ganhar dinheiro no mundo globalizado.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Rubens Sprada Mazza pela orientação de meu polêmico tema de monografia, dando suporte técnico e moral para a conclusão de meu curso.

Aos professores que aceitaram o convite para julgar o meu trabalho de conclusão de curso.

Aos meus pais, Oscar e Ivanir, pelo amor e apoio a todas as minhas decisões, desde o momento em que decidi deixá-los em busca do sonho de ser publicitário.

Aos meus irmãos e cunhado, Eliane (Nana), Eledir (Didi) e David, pela força, amor e compreensão nas horas mais difíceis e também nas horas de descontração, mesmo à distância.

À Karina, pelo apoio, amor e dedicação que vem tendo para comigo nestes 2 anos e meio de convivência.

Aos meus colegas de faculdade, com quem convivi aprendi muito nestes quatro de curso de graduação.

“SALVA-NOS, Senhor, porque faltam os
homens benignos; porque são poucos os fiéis
entre os filhos dos homens”.
(BIBLIA português, 1995, p.610)

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	VII
LISTA DE ABREVIATURAS.....	VIII
RESUMO	IX
1. INTRODUÇÃO	3
2. O CAMPO DA TELEVISÃO.....	6
2.1 <i>UM BREVE HISTÓRICO SOBRE A TELEVISÃO</i>	<i>6</i>
2.1.1 O Princípio da TV.....	6
2.1.1.1 O Lançamento	6
2.1.1.2 A Televisão no Brasil.....	8
2.2 <i>A TV MERCADO</i>	<i>10</i>
2.2.1 A Hegemonia da TV Mercado	11
2.2.2 Características da TV Mercado	13
3. O CAMPO DO PENTECOSTALISMO.....	17
3.1 <i>PROTESTANTES TRADICIONAIS - ANTECEDENTES</i>	<i>17</i>
3.2 <i>O PRINCÍPIO DO PENTECOSTALISMO</i>	<i>18</i>
3.3 <i>CARACTERÍSTICAS CENTRAIS DO PENTECOSTALISMO NO BRASIL.....</i>	<i>21</i>
3.4 <i>OS NEOPENTECOSTAIS.....</i>	<i>23</i>
3.4.1 Teologia da Prosperidade e a Supervalorização do Diabo	25
3.4.1.1 Teologia da Prosperidade	25
3.4.1.2 A Luta contra o Diabo.....	27
3.5 <i>BREVE HISTÓRICO DAS IGREJAS NEOPENTECOSTAIS DO BRASIL</i>	<i>28</i>
3.5.1 Igreja Nova Vida.....	28
3.5.2 Igreja Universal do Reino de Deus	29
3.5.3 Igreja Internacional da Graça de Deus	30
3.5.4 Igreja Renascer em Cristo	32
3.5.5 Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra	33
3.6 <i>DADOS DEMOGRÁFICOS</i>	<i>33</i>
3.6.1 O Público	33
3.6.2 Protestantes em Números	34
4. METODOLOGIA: A INTEREFÊNCIA ENTRE OS CAMPOS.....	36
4.1 <i>A TEORIA GERAL DOS CAMPOS.....</i>	<i>36</i>
4.2 <i>A INTERFERÊNCIA ENTRE CAMPOS</i>	<i>37</i>
4.2.1 A Interferência da TV entre os Neopentecostais	38
5. O SHOW DA FÉ.....	40
5.1 <i>A IGREJA NO MERCADO TELEVISIVO</i>	<i>40</i>
5.1.1 O Produto	41
5.1.2 O Preço	42
5.1.3 O Ponto de Vendas.....	43
5.1.4 A Promoção	43
5.2 <i>A TV É O TEMPLO.....</i>	<i>44</i>
5.2.1 O Fiel Telespectador	44
5.2.2 O Cenário e a Capacidade Técnica.....	45
5.2.3 O Apresentador	46
5.2.4 A Estrutura do Programa.....	47
6. CONCLUSÃO	52
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS.....	59

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Protestantes tradicionais em números.....	35
TABELA 2 – Protestantes pentecostais em números.....	35
TABELA 3 – Protestantes neopentecostais em números.....	35
TABELA 4 – Assuntos abordados nos Show da Fé em %.....	50
TABELA 5 – Assuntos abordados nos Show da Fé em %.....	50

LISTA DE ABREVIATURAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

CCB – Congregação Cristã no Brasil

CESNT – Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IEQ – Igreja do Evangelho Quadrangular

IEAD – Igreja Evangélica Assembléia de Deus

IIGD – Igreja Internacional da Graça de Deus

IURD – Igreja Universal do Reino de Deus

SEPAL – Serviço de Evangelização para América Latina

UFPR – Universidade Federal do Paraná

RESUMO

O estudo proposto por esta monografia focaliza a relação entre a Televisão Comercial e a Religião Protestante Neopentecostal, tomando como exemplo de caso o *Show da Fé*, apresentado por R. R. Soares. Como metodologia, utiliza-se a Teoria da Interferência entre Campos proposta pelo cientista Pierre Bourdieu, através de uma análise qualitativa de um grupo de programas captados da televisão. Desta maneira, realizou-se uma pesquisa bibliográfica para levantar questões pertinentes ao assunto, bem como foram coletados dados diretos do próprio *Show da Fé*. De caráter exploratório, este estudo denota as características comerciais adquiridas pelos neopentecostais através da influência da TV aberta do Brasil.

Palavras-chave: Televisão, Religião, Neopentecostais.

1. INTRODUÇÃO

Uma forte onda tem invadido a televisão brasileira: o Televangelismo. Este movimento, vindo da TV americana dos anos 60 (MARIANO, 1999, p. 7-22), é composto pela tomada de espaços de horários comerciais da TV para a transmissão de cultos religiosos.

Todo este acontecimento tem chamado, cada dia mais, a atenção da mídia brasileira. Exemplo disso, são as reportagens dedicadas pelas Revistas Época e Veja, nos últimos três anos¹, tentando explicar a existência dos neopentecostais e o porquê do seu gosto pela televisão. Não obstante disso, encontra-se reportagens da Rede Globo de Televisão, através de seu programa Globo Repórter², dedicando um espaço em sua reportagem especial sobre religião para os evangélicos neopentecostais do Brasil.

Já pelo lado científico, não se encontra nada conciso sobre a TV e os Neopentecostais. De acordo com Roberto Moreira, nem mesmo a TV sozinha tem sido objeto de estudos dos cientistas (BUCCI et al, 2000, p. 50). Ricardo Mariano (op. cit, passim), em seu livro “Os Neopentecostais” relata o gosto desse nicho religioso pela TV, mas não vai além disso. De fato, falta um estudo científico que denote a estreita relação entre a TV de Mercado dos anos 2000 com a religião protestante dos anos 2000: o neopentecostalismo.

Pierre Bourdieu, através da Teoria Geral dos Campos, propõe a existência de campos que se relacionam e lutam em prol da conquista ou domínio de outro (BOURDIEU, 1980, p. 89-91). Cada campo tem suas próprias características e

¹ VEJA on-line. São Paulo: Agosto, 1995; Setembro, 2000; Julho, 2002; Julho, 2003. Disponível em <www.veja.com.br>. Acesso em: 20 ago. 2003.

EPOCA on-line. Rio de Janeiro: Janeiro, 1999. Disponível em <www.globo.com/epoca>. Acesso em: 11 nov. 2003.

peculiaridades, denominadas *habitus*. Através dessas características é que um campo se arma contra um campo que esteja o influenciando. Porém, em alguns casos, a influência é inevitável.

No caso da TV, a necessidade de influenciar outros campos é notória pela homogeneização que ela provoca (BUCCI et al, op. cit, p. 17-53 *passim*). Seu caráter geralista transforma os campos que passam por ela. Ela constrói a moralidade e consciência social através de sua presença nos lares. No Brasil, sua abrangência permite que sua moralidade se torne padrão de consciência social, política e democrática brasileira. O Brasil, dessa forma, é o país da TV e pode ser pensado através dela. (Ibidem, p. 08)

Já no caso da religião, a influência que ela exerce ou recebe tem um caráter especial. Com o advento do neopentecostalismo e seus *habitus* da Teologia da Prosperidade – que prega a riqueza, a vida próspera e saudável e a riqueza material – a Cura Divina e a Luta contra o Diabo, a TV se torna um canal de prospecção e conquista de fiéis. Não se deve tratar necessariamente a influência televisiva um sinal negativo para a sua existência enquanto campo forte de religião.

O *Show da Fé* é exibido no horário nobre – das 20h às 21h – de segunda à sábado em rede nacional pela TV Bandeirantes. Além desse horário, há exibição do programa em canais menores, como RIT (Rede Internacional de Televisão). Dessa forma, pode-se afirmar que o *Show da Fé* é o programa que mais tempo fica no ar³, gerando um investimento de cerca de R\$ 2,5 milhões por mês por parte de sua detentora, Igreja Internacional da Graça de Deus – entidade liderada pelo missionário Romildo Ribeiro Soares.

² CRENÇAS E RELIGIOSIDADE. Sergio Chapelin. Rede Globo de televisão, 11 jul. 2003, 60 min: color (PAL-M) padrão 8mm, VHS.

³ Em torno de 100 horas semanais. Ver: VEJA on-line. São Paulo: Abril, 2002. Disponível em <www.veja.com.br>. Acesso em 10 out 2003.

É importante deixar claro que não há a intenção de criticar doutrinas nem formas de conquista de fiéis, mas sim denotar a influência da Televisão sobre os dogmas neopentecostais que vigoram sobre a Igreja Internacional da Graça de Deus, bem como de muitas outras igrejas neopentecostais.

Além disso, esta monografia visa a entender e iniciar uma exploração acerca da estreita relação existente entre a TV Mercado generalista e o protestantismo neopentecostal que prega a Teologia da Prosperidade (vivendo o mundo de hoje sem esperar a “Salvação Divina”) bem como a Luta contra as forças do mal (responsáveis por qualquer desgraça que venha a acontecer a um ser humano).

Primeiramente, será demarcado o campo da Televisão, área de estudos pouco explorada como objeto pela ciência (Ibidem, p.53). Em segundo lugar, será demarcado e caracterizado o protestantismo neopentecostal brasileiro. Por fim, ter-se-á uma breve comparação entre as duas áreas a fim de abrir caminho para a notificação das trocas de influência entre a televisão (campo) e o caso aqui estudado (*O Show da Fé*, da Igreja Internacional da Graça de Deus).

2. O CAMPO DA TELEVISÃO

A Tv brasileira não existe como objeto de pesquisa. Por exemplo, como podemos analisar um personagem como o apresentador Ratinho sem um levantamento histórico do grotesco na TV? (...) Enquanto não cercarmos este eletrodoméstico de todas as suas determinações históricas e sociais, ele continuará a ser apenas o receptáculo de nossas fantasias, projeções e frustrações. (Ibidem, p. 51).

2.1 UM BREVE HISTÓRICO SOBRE A TELEVISÃO

A invenção da televisão não foi um acontecimento isolado ou uma série de única de acontecimentos. Ela é, muito pelo contrário, o resultado de um longo processo de pesquisas e descobertas, de novas experiências adquiridas (GIOVANNINI, 1987, p. 249).

Segundo Pierre Bourdieu (1996, p. 09), a Televisão tem posto em risco a liberdade e as esferas de produção dos mais diferentes campos da sociedade, seja este campo a ciência, a arte, ou mesmo a religião.

De fato, o que se deve notar é que a televisão mudou a vida das pessoas, desde a sua invenção. Isso tudo porque ela substitui muitas ações cotidianas dos indivíduos. De acordo com Giovanni Giovannini (1987, p. 263) a TV aparece como o principal meio de se passar o “tempo livre”. Ou seja, quando não trabalha, o ser humano assiste à TV e dá ouvidos e olhos apenas ao que ela diz¹.

2.1.1 O Princípio da TV

2.1.1.1 O Lançamento

A televisão é um campo que teve seu processo de desenvolvimento muito

rápido no século XX. A primeira TV surgiu por volta do ano de 1883, no imaginário pessoal provindo de um romance de Albert Robida (Ibidem, p. 251). Este aparelho pode ser considerado uma herança da cinematografia e da fotografia surgida um século antes (Ibidem, p. 250).

De fato, a TV só vai surgir realmente a partir dos anos 20 nos Estados Unidos. Giovannini (Ibidem, p. 252) coloca que a década de 20 é marcada pela passagem do desinteresse pela tecnologia televisiva pelo pensamento comercial que esta invenção poderia ter.

Os primeiros protagonistas destes acontecimentos são dois russos emigrados para os Estados Unidos, Farnsworth e Zworykin. O primeiro, que desde os quinze anos interessava-se pela fotoeletrecidade e pelas válvulas a raios catódicos, conseguiu um financiamento junto ao Crocker Bank para instalar um laboratório em 1927. (...) O seu concorrente, Zworykin, nesse meio tempo, na qualidade de pesquisador da Westinghouse, tinha conseguido chegar a importantes resultados para a realização de imagens a (sic) distância, patenteando, em 1923, o inoscópio² (Ibidem, p. 252).

Apesar de os inventores da TV terem obtido financiamentos e conseguirem fazer pesquisas, não foram eles quem alavancou a TV no mundo. A partir dos anos 30, muitas empresas ligadas a conceitos de eletrônica começaram a surgir, e, uma delas, a Radio Corporation of America (RCA), dirigida por David Sarnoff, foi quem obteve sucesso, em meio a litígios legais contra os inventores, na criação do mais novo conceito de Meio de Comunicação de Massa que acabara de surgir: a Televisão.

Em 1938, foi dado o início, então, da produção de aparelhos de TV em larga escala, e em 1939 a National Broadcasting Company (NBC – subsidiária da RCA na época) iniciava a transmissão de programas de TV em condições precárias.

¹ O entretenimento, é o papel universal para Giovannini (op. cit., p. 266): *entertainer* é a palavra usada para definir esta característica televisiva.

Giovannini (Ibidem, p. 254) diz que apesar de os EUA serem os criadores da TV e terem feito iniciado a produção dos aparelhos e da transmissão, foram os ingleses que teriam iniciado um serviço público regular de transmissão televisiva. Até então, a transmissão era apenas a ser estudado.

2.1.1.2 A Televisão no Brasil

Neste estudo, a TV brasileira será identificada por três fases: a TV primitiva, a TV consolidada e a TV mercado. A primeira, é identificada como a fase da implantação dos aparelhos de televisão no Brasil. A década de 50 foi o ano da entrada do Brasil na era da Televisão (MORAIS, 1997, p. 497-516), trazida pelo empresário da comunicação Assis Chateaubriand (Ibidem, p. 516-697 pasim), a Televisão veio junto da criação da Emissora de TV Tupi.

A partir de então, o Brasil parece nunca mais Ter sido o mesmo. O “país da TV” (BUCCI, op. cit., p.7-9) começou a ter seu desenvolvimento na área televisiva de uma maneira surpreendente. Após o surgimento da TV Tupi, pertencente ao grupo das “Emissoras e Diários Associados” de Chateaubriand (Ibidem, p. 697) muitas outras começaram a aparecer.

A primeira emissora do país e do hemisfério sul era a única do Brasil até a década de 60 (PRIOLLI et al, p. 16) quando a TV brasileira começa a se consolidar. Durante seus primeiros meses de existência, a TV Tupi tinha sua transmissão apenas circunscrita a um raio de 100 km da cidade de São Paulo, onde eram geradas imagens ao vivo. Porém, já no ano de 1951, a televisão chegava à cidade do Rio de Janeiro. A partir de 1955, a transmissão das ondas televisivas atingia as

² Inoscópio: aparato capaz de “traduzir” imagens em sinais eletrônicos. <<http://iris.cnice.mecd.es/media/television/extras/docente/transparencias/Trasnparen01TV.doc>>. Ac. out 2003.

cidades de Belo Horizonte (MG), Porto Alegre (RS), Curitiba (PR), Salvador (BA), Recife (PE), Campina Grande (MS), Fortaleza (CE), São Luís (MA), Belém (PA) e Goiânia (GO) em ordem cronológica (Ibidem, p. 17).

Nessa época, a programação televisiva era algo muito complicado. Como ainda não havia sido desenvolvido o equipamento que produz o videoteipe, cada região produzia sua própria programação. Ou seja, a TV primitiva do Brasil tinha uma programação voltada para o regional/local.

Em 1956, o advento videoteipe mudou o cenário da programação televisiva mundial. O primeiro equipamento de videoteipe só chegou ao Brasil no ano de 1960 para cobrir as festas de inauguração da cidade de Brasília – a nova capital do Brasil. Segundo Gabriel Priolli (Ibidem, p. 18), “gravar as imagens, enviá-las por avião e transmiti-las posteriormente era a única forma viável de fazer com que os brasileiros das duas principais cidades [São Paulo e Rio de Janeiro] participassem das cerimônias históricas”.

O videoteipe trouxe o conceito de comércio para a TV no mundo. Este Meio de Comunicação de Massa (MCM), antes da invenção do videoteipe, tinha um caráter primitivo de ação sobre as pessoas. Já com o advento dessa tecnologia, a TV pôde se desenvolver e se tornar a fonte da identidade e integração cultural entre as sociedades brasileiras (Ibidem, p. 19, 113).

Segundo Priolli (Ibidem, p. 18), as “ilhas” de informação e entretenimento formados pela TV ao vivo no Brasil (emissoras regionais) foram se unindo em uma grande rede a partir do videoteipe. Isso fez com que, aos poucos, elas se integrassem em uma única rede de TV. Em 1969, a ditadura vigente na época definiu a “Rede Básica de Microondas”. Esta rede conectava todas as regiões do país para uma transmissão confiável de rádio, telefone e televisão. Dessa rede

nacional, as TVs foram se fundindo, formando assim grandes redes nacionais: Tv Tupi (extinta na década de 80), Rede Globo, Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), Rede Bandeirantes e Rede Record.³

2.2 A TV MERCADO

Como cita Maria Aparecida Baccega (BUCCI et al, op. cit., p. 102):

Tomando como referente o tempo e o dinheiro, Bechelloni sustenta que podemos falar de três tipos de mídia: as velhas mídias (livro, periódicos, filme), que custavam aos fruidores tanto tempo como dinheiro; as novas mídias (o rádio e a televisão) que custam ao fruidores apenas tempo, pois o acesso a elas é gratuito (...).

O Brasil é considerado o país da TV (Ibidem, p. 1-24, 65-94, 133-154, 183-201). Mas, por que um país em desenvolvimento teve uma capacidade tão grande em desenvolver tecnologia suficiente para ter 99,8% de seu território coberto pela transmissão de imagens? Seria a questão comercial?

Segundo Pierre Bourdieu (1996. p. 16), de fato “ser visto é ser visto na TV”. Ou seja, este meio de comunicação é o principal difusor de idéias e produtos nas sociedades, sejam elas democráticas ou hegemônicas. No Brasil, isso não é diferente. A TV tornou-se o principal canal de vendas e de propagação de idéias, sejam estas de ordens comerciais, teológicas, filosóficas ou políticas. Mas, como a TV brasileira teve seu principal foco de desenvolvimento no mundo privado (ampliar lucros e reduzir custos), este veículo se viu na condição de seguir uma lógica de mercado imposta a ela nas sociedades capitalistas hegemônicas ou democráticas (BUCCI et al, op. cit., p. 20).

³ SBT surgiu mais tarde, na década de 80 com sede em São Paulo.

A TV Mercado do Brasil é altamente desenvolvida em termos tecnológicos. Este fato é notório, pois, em um país em desenvolvimento, a TV é o nosso instrumento de integração nacional, e, conseqüentemente, do comércio entre as regiões brasileiras (seja este comércio de caráter cultural ou mercadológico). Giovanni Giovannini (op. cit., p. 254-258 *passim*) coloca a TV como o formador de uma aldeia global, seja ela de caráter nacional ou internacional. Esta aldeia proporciona às emissoras de TV a necessidade de se concretizar enquanto uma empresa que visa a lucros e vendas.

A TV Mercado brasileira coloca-se como um canal em que os telespectadores escolhem o que vão consumir e o que vão condenar. A conseqüência dessa ação conjunta é a formação dos grandes conglomerados de comunicação no Brasil. Como já foi citado, o país possui um dos maiores conglomerados do mundo, a Rede Globo de Televisão (Ibidem, p. 261). Porém, outras TVs conglomeradas vêm garantindo seu espaço no mercado. O SBT, a Rede Bandeirante e a Rede Record de Televisão conseguem entrar na esfera social do Brasil.

2.2.1 A Hegemonia da TV Mercado

A atual TV brasileira pode ser enquadrada dentro do conceito de TV mercado. Para Bourdieu (op. cit., *passim*), o campo da TV não surgiu apenas como sendo aquele que promove trocas de conhecimento sob o caráter monetarista da coisa. Por ser um instrumento que atinge a todos, independente de classes sociais e etnológicas, sua característica primitiva tinha como base a integração/troca cultural e nacional bem como da manutenção de uma identidade nacional padrão em um país cheio de diversidades como o Brasil.

Mas quando a TV Mercado real entra em confronto com a TV ideal, há um rompimento com o conceito primitivo de TV. Ela se rende às questões de lucro, vendas e custo-benefício que as empresas conglomeradas de comunicação têm de se submeter para se manterem competitivas no mercado global. Assim, o conceito nato de mercado⁴ que a TV carrega idealmente na aldeia global da comunicação deixa de ser real. Hoje, a TV Mercado continua exercendo sua função de canal de trocas, definindo a agenda de discussões na esfera pública (Ibidem, p. 71). Todavia, nessa troca está levado em conta o que se vende mais no noticiário das 20h e não o que seja de interesse da promoção cultural de um país ou da informação séria e “não-homogeneizada”⁵.

É necessário entender que a TV Mercado é generalista. A TV brasileira não está atrelada a segmentos específicos, mas sim à grande massa, o público telespectador (BUCCI et al, op. cit., p. 125). Porém, isso promove a identidade nacional brasileira, bem como a soberania de um país, mas por outro lado, traz problemas que só são percebidos quando o povo sai da frente da TV e vai para as ruas.

O “país da TV” é regido então padrões estéticos e culturais televisivos, promovendo uma hegemonia invisível⁶ na troca de idéias entre os públicos. A TV gera sua própria ordem de valores simbólicos bem como determina seus padrões morais ao público, uma vez que ela monopoliza a identidade nacional brasileira (BOURDIEU, 1996, p. 65). Assim, não há discursos nem ações que para ter acesso

⁴ O conceito de mercado aqui seria aquele utilizado por Pierre Bourdieu em sua definição das questões de Interferência entre campos, em que o mercado corresponde a troca de conhecimento, educação e informação. Para saber mais, veja o livro “Questões de Sociologia” (BOURDIEU, 1983 passim)

⁵ Homogeneização se enquadra nos conceitos utilizados por BUCCI (2000, passim) e por Bourdieu (Ibidem).

⁶ Para Bourdieu (1996, p.63-65), a TV se estrutura de acordo com a estrutura mental do coletivo. Ou seja, ela cria estereótipos que se tornam padrões de pensamentos e ações no meio da massa, através de regras morais e conscientização pública..

ao debate público que não devam se submeter a uma ordem de padrões e discursos televisivos (Ibidem).

2.2.2 Características da TV Mercado

Para Bourdieu (BOURDIEU, op. cit., p. 63-65), a TV Mercado criou padrões de consumo e moral que devem ser seguidos por aqueles que nela desejam propagar suas idéias. A hegemonia da TV atrelada à busca pela audiência máxima (ou seja, do maior número de telespectadores possível), transforma a TV em uma máquina de estereotipagem e homogeneização de informações.

Dessa forma, insurgem alguns dos principais *habitus* da TV dos dias de hoje (Ibidem, p.9-97 passim):

- A censura autônoma: esta questão está relacionada ao fortalecimento desse campo enquanto sistema dominante – TV Mercado. A censura autônoma é exercida de duas formas. A primeira está na questão do “dar formas” às coisas. Para Bourdieu (Ibidem), falar e aparecer são questões simbólicas que propõem uma censura de acordo com a necessidade do veículo comercial. A segunda forma está nas condições de trabalho e funcionamento da TV, uma vez que estes são impostos pelos anunciantes, pelos consumidores do produto e não do telespectador que consome o programa da TV.
- *Fatos-omnibus*: Bourdieu (Ibidem, op. cit. p. 62) propõe a não existência de um assunto que não seja reinterpretado em função de interesses. Na TV, toda informação é transformada em *fato-omnibus*,

ou seja, sem aspereza (mesmo que seja grotesca), homogeneizada e carregada de interesses internos ao campo da TV.

- **Moralismo e consciência:** a TV Mercado tem a necessidade de estar presente nos preceitos morais sociais. Dessa forma, ela controla o consciente coletivo do seu público. De acordo com Bourdieu (Ibidem), a TV não traz nada de novo. Ela apenas ajusta as “estruturas mentais” do público a um determinado assunto, satisfazendo assim as necessidades do público.
- **Homogeneização:** em consequência do controle da moral pública e dos *fatós-omnibus*, a TV homogeneiza a informação. Ou seja, tudo se torna padrão (padrão de qualidade, padrão de notícia, padrão de programa, etc).
- ***Fast-thinkers*⁷:** o sucesso comercial e de audiência da TV Mercado depende não somente da padronização da informação, do público e de seu produto, mas também de quem o apresenta. Bourdieu coloca em questão os “vendedores” nesse mercado. A presença dos *fast-thinkers* está na notoriedade de um personagem na “venda dos produtos” e na propagação de idéias padronizadas. Neste *habitus* também está ligado o conceito de cinismo de pensamento, uma vez que são os *fast-thinkers* os propagadores de informações ônibus, bem como de controle virtual do público. Eles pensam pelo público pensamentos já pré-existentes.
- **Submissão de poder:** a TV Mercado necessariamente precisa influenciar outros campos de forma dominante. Bourdieu afirma que

uma das formas de aquisição de poder da TV é na consagração de seus produtos vendidos aos Telespectadores. Portanto, a intrusão dos poderes da mídia transforma o autônomo (campo qualquer) como dependente do campo da TV.

O último, mas não menos importante *habitus* a ser descrito não está atrelado ao campo TV, mas sim ao campo Mercado influenciando o campo TV. A TV Mercado necessariamente impõe aos seus produtos, seja através do *habitus* de anunciantes ou através da submissão ao poder, a questão de vendas e mercadologia. De acordo com Kotler (199-, passim) em seu livro “Administração de Marketing”, assim como McCarthy (1996, passim), em seu livro “Marketing Básico”, um produto bem estruturado precisa estar adequado a quatro padrões, definidos abaixo, da qual a TV Mercado a utiliza para a venda de seus produtos:

- Definição de Produto;

Baseados no exemplo da máquina fotográfica, podemos distinguir três conceitos distintos de *produto*: o *produto tangível*, o *produto ampliado* e o *produto genérico*. O *produto tangível* é a entidade ou serviço físico oferecido ao comprador (...), coisa vendida. O *produto ampliado* é o produto tangível juntamente com todo o conjunto de serviços que o acompanha (...), vendas de sistemas. O *produto genérico* é o benefício essencial que o comprador espera obter do produto (...), solução de problemas. (KOTLER, 199-, p. 564-565)

- Definição de Preço;

De todas as variáveis de marketing que podem influenciar as vendas potenciais de um produto, o preço foi a que recebeu a maior atenção dos economistas profissionais (...). Os preços são quantitativos, inambíguos (sic) e unidimensionais, enquanto a qualidade e a imagem do produto, os serviços aos consumidores, a promoção e outros fatores similares são qualitativos (...). É mais fácil especular sobre o que os consumidores farão se o preço aumentar em 5% do que sobre o que eles fariam se a qualidade aumentasse em 5%. (Ibidem, p. 674-675)

⁷ Pierre Bourdieu (op. cit., p. 57-77) assinala os *fast-thinkers* como os que transformam o público em Marionetes de Divindades. Questões como celebridades, estrelato e endeusamento dos personagens televisivos estão ligados a eles.

- A promoção;

Promoção é a comunicação entre o vendedor e o comprador. É uma das quatro principais variáveis com as quais trabalha o gerente de marketing (...) os objetivos básicos, gerais, da promoção, vêm a ser informar, persuadir e lembrar os consumidores sobre o Marketing Mix da companhia e sobre a companhia em si mesma. (MACCARTHY, 1996, p. 20-21)

- O canal e pontos de vendas.

Na economia de hoje, a maior parte dos produtores não vende seus bens diretamente aos usuários finais. (...) *Os canais escolhidos para os produtos da empresa afetam intimamente todas as outras decisões de marketing.* As decisões de preço dependem de a empresa preferir uns poucos revendedores autorizados com altas margens ou distribuição em massa; as decisões de propaganda são influenciadas pelo grau de cooperação dos membros do canal; as decisões de força de vendas dependem de ela vender diretamente a varejistas ou usar representantes. (...) As decisões de canal impõem limitações importantes nas possíveis configurações dos outros elementos no composto. (KOTLER, op. cit., p. 718)

A TV Mercado, por fim, transforma sua programação em uma “vitrine de loja”, em que o telespectador vê, analisa sob a égide do consumo homogeneizado e compra seu produto. Ela mantém sob seu poder os debates públicos, privados e a moral social. Ela é, em suma, o pensamento coletivo do Brasil – “o país da TV” (BUCCI et al, op. cit., p. 07-17).

3. O CAMPO DO PENTECOSTALISMO

Como cita Rolim (1987, p. 07), em seu livro “O que é Pentecostalismo”:

Pentecostalismo, ou Pentecostalismo é uma religião protestante, nascida do protestantismo (...). Considera a crença no Espírito Santo como a crença maior, em torno da qual giram as outras crenças e práticas religiosas.

3.1 PROTESTANTES TRADICIONAIS - ANTECEDENTES

Segundo Alves (199-, p. 20-60 passim), os protestantes tradicionais do Brasil vieram de dois pontos: os americanos e ingleses calvinistas e metodistas e os luteranos alemães. Já para Mariano (Op. cit., p. 28), o protestantismo pode ser dividido em três vertentes: a puritana, a metodista e a pentecostal. Neste trabalho, será dividido o protestantismo tradicional em calvinistas, metodistas e luteranos¹. Não será incluída a questão dos paraprotestantes², grupo de Igrejas Cristãs que não se enquadram entre os protestantes por ter doutrinas muito divergentes das crenças protestantes e pentecostais.

Mascarados e marginalizados na sociedade brasileira do século XIX (Ibidem), os imigrantes protestantes, no Brasil, tiveram diferentes tipos de consolidação neste país. Os calvinistas e metodistas chegaram ao país a fim de evangelizar a população pagã que existia no país. Para eles, o católico era considerado pagão da mesma forma que os povos gentios. É importante ressaltar que este ascetismo e sectarismo do protestantismo tradicional no século XIX são uma herança marcante deixada ao

¹ Segundo Campos Jr (1995, 17-29), os puritanos são compostos pelos presbiterianos e batistas (de origem calvinista). Portanto, tratarei os puritanos como calvinistas pelo fato destes terem ligação com o puritanismo.

² Termo utilizado para designar os Mórmons (Igreja dos Santos dos últimos dias), os Sabatistas (Igreja Adventista do Sétimo Dia) e os Testemunhos de Jeová. (EDWARD apud REVISTA VEJA 03 jul 2002, p. 94).

Pentecostalismo Clássico. Do grupo dos calvinistas, é importante ressaltar a presença dos Presbiterianos e Batistas, de formação burguesa e capitalista³.

O grupo dos metodistas é responsável pelo reavivamento protestante no século XIX (CAMPOS, 1995, p. 21). John Wesley, o criador desse grupo, era focado na santificação de seus fiéis. Portanto, para ele o crente deveria estar fora do mundo (ascetismo e sectarismo), bem como deveria buscar os dons do Espírito Santo (crença na presença física do Espírito Santo demonstrada através da expressão de línguas estranhas – a glossolália – e dons diversos) e, principalmente, evangelizar o próximo (proselitismo).

Por fim, tem-se o grupo dos luteranos. Este é considerado diferenciado pelo fato de virem de uma cultura germânica. Os imigrantes alemães luteranos se instalaram no sul do Brasil no fim do século XIX e a religião se tornou a principal ferramenta de manutenção da cultura germânica nas colônias (ALVES, op. cit., loc. cit.). Dessa forma, do grupo dos luteranos não há heranças ideológicas sobre os pentecostais, justamente pelo fato da religião, nesse caso, ser usada como meio de manutenção cultural e não como meio de propagação de idéias.

3.2 O PRINCÍPIO DO PENTECOSTALISMO

Segundo Campos Jr (1995, p. 20), “a palavra pentecostal vem de Pentecostes⁴, evento marcado pela efusão do Espírito Santo, cinqüenta dias após a ascensão de Cristo. No livro de Atos, capítulo 2 [BÍBLIA, 1995], está a narrativa sobre esse evento, quando os apóstolos se encontravam reunidos em Jerusalém”. O

³ Para saber mais sobre a ideologia calvinista, ver WEBER, Max: *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo. Pioneira, 1991.

⁴ Pentecostes é um termo vindo do Judaísmo: uma festa onde o Espírito Santo desceu sobre os Apóstolos e dali saiu o cristianismo de fato (após a morte de Cristo). (BÍBLIA, 1995, p. 154-155).

Pentecostalismo tem suas origens fundamentalmente nos Estados Unidos a partir do início do século XIX. Com a vinda dos puritanos da Inglaterra para a América, foi possível a formação dos ajuntamentos protestantes em meio aos campos de povoamento nos EUA⁵. Este movimento também pode ser conhecido como o “Reavivamento do protestantismo”⁶.

Nessa época, um influente grupo começou a ter destaque entre os povos imigrantes nos EUA: os Metodistas. Seu fundador, John Wesley⁷, pode ser considerado precursor das doutrinas pentecostais no mundo. Como principal crença, os pentecostais têm a supervalorização do Espírito Santo e de sua presença entre o povo, seja através de manifestações espontâneas, ou através de grandes aglomerações de pessoas. Para ele, o cristão deveria evangelizar todas as nações consideradas pagãs. Por isso, o avivalismo religioso (resgate a doutrinas do passado) ficou tão forte entre o Pentecostalismo. Além disso, os pentecostais têm como única fonte de doutrina a Bíblia Sagrada (ROLIM, 1987, p. 01), prevê como iniciação o batismo por imersão nas águas⁸ (o que não é comum entre os protestantes tradicionais).

A doutrina pentecostal é baseada em interpretações literais das passagens bíblicas e no iluminismo religioso (Ibidem, p. 34). Por isso, os pentecostais crêem incondicionalmente no batismo do Espírito Santo (evento em que os crentes falam em línguas estranhas ou glossolalia). Também é comum entre os pentecostais a crença de que o *Novo Testamento da Bíblia* é a única fonte de fé e vida (Ibidem, p. 20-26). Ou seja, todas as regras, liturgias e interpretações devem ser regidas de

⁵ CAMPOS JR, Luís de Castro. Pentecostalismo. São Paulo: Editora Ática, 1995.

⁶ Expressão utilizada tanto por MARIANO (1999, passim) como por Campos Jr (1995, passim) em suas pesquisas.

⁷ John Wesley é o fundador da Igreja Metodista, uma igreja protestante tradicional que abriu as portas para a existência do Pentecostalismo através da crença em revelações e na glossolalia. Para ele, “o homem devia, após a justificação, dedicar-se à santificação” (Ibidem, p. 25)

forma literal segundo o *Novo Testamento*. Portanto, interpretar uma doutrina bíblica em realidade é algo que não faz parte da realidade do Pentecostalismo. Assim, pode-se observar todo o fundamentalismo e sectarismo religioso quando se trata de doutrina religiosa.

Os pentecostais são considerados proselitistas segundo os teóricos da área. Isso, pois, para o Pentecostalismo, toda “criatura” deve ser evangelizada e convertida. Para eles, é imprescindível a utilização dos meios públicos para a propagação da religião. Por isso, os meios de comunicação de massa são tão importantes no Pentecostalismo contemporâneo. Atualmente, fica ligada ao proselitismo, à propaganda religiosa a utilização dos meios de comunicação. Além disso, o proselitismo religioso pentecostal conta com o acolhimento fraternal existente entre esse grupo. Os pentecostais não só convertem seus fiéis como também o transformam parte integrante de um grupo fechado e que não abre mão de seus direitos enquanto pentecostal e como proselitista (Ibidem, p. 26). É a partir disso que vem a vontade do crente pentecostal em converter o seu próximo.

É muito comum observar entre os pentecostais a prática de orações coletivas, bem como a de pregações acerca de preocupações materiais da vida, através de duras doutrinas e regras de vida. Por isso, Pentecostalismo é considerado, segundo Rolim (Ibidem, p. 62-63), a religião moderna para pessoas com problemas e para os pobres. Para ele, o Pentecostalismo, no século XX, passou a ter um caráter terapêutico na vida do homem moderno.

⁸ Segundo Rolim (1987, passim), os pentecostais crêem como verdadeiro batismo aquele feito através da imersão, em Nome do Pai, do Filho e do Espírito Santo.

3.3 CARACTERÍSTICAS CENTRAIS DO PENTECOSTALISMO NO BRASIL

As Igrejas e seitas pentecostais são muitas no Brasil. Fica exposta, então, a necessidade de apresentar somente os principais segmentos dessa religião. Assim, serão trabalhadas as classificações das Igrejas Pentecostais através de três divisões tipológicas: o Pentecostalismo clássico, deuteropentecostalismo e neopentecostalismo (MARIANO, op. cit., p. 23)⁹.

É notório que o Pentecostalismo, no Brasil, nunca foi homogêneo. Desde o seu início, ele já foi criado em dois segmentos: Assembléia de Deus (norte do país) e Congregação Cristã no Brasil (Sudeste). Estas duas Igrejas compõem o Pentecostalismo Clássico brasileiro, com formas doutrinárias e estratégias evangelísticas bem distintas dos demais grupos pentecostais (Ibidem, loc. cit.). Este grupo pentecostal pode ser considerado a gênese do Pentecostalismo brasileiro, hoje detentor da maioria dos pentecostais (Ibidem, p. 9-17).

Há um consenso entre os estudiosos de que estas duas Igrejas, de bases norte americanas, são caracterizadas como Pentecostalismo Clássico. Este termo é empregado pelo pioneirismo e pelo respeito adquirido na sociedade pelo seu caráter social ascetista e sectarista, bem como grupo em que a busca pela santificação e fuga do mundo prevalece como doutrina básica dessas duas Igrejas. Ambas denominações foram fundadas nas décadas de 10 (Luigi Francescon fundando a Congregação Cristã, em 1910, nos Estados de São Paulo e Paraná e Daniel Berg

⁹ Os teóricos em pentecostalismo não entram em um consenso geral quando se diz em subdivisões do Pentecostalismo. Para Bittencourt (1991 apud MARIANO 23-50), autor de formação no Centro Ecumênico de Documentação e Informação (CEDI), os pentecostais são divididos em Clássicos e Autônomos. Já Freston (1993 apud MARIANO, Idem) enquadra as terminologias pentecostais em três vertentes (as utilizadas nessa monografia). Este utiliza as tipologias da Cedi, agregando uma tipologia especial para as seitas fundadas após os anos 70, os neopentecostais. Para Freston, os neopentecostais merecem atenção pela sua quebra de paradigmas no sentido de “mundanizar” suas doutrinas bem como “midializar” seus cultos religiosos. Assim, os pentecostais autônomos se tornam Deuteropentecostais – radical deuterio que significa segundo no livro judeu Pentateuco, ou seja, a segunda vertente do pentecostalismo – e Neopentecostais.

fundando a Assembléia de Deus, em 1911, no Estado do Pará), sob forte influência do teólogo e pastor americano John Willian Durham¹⁰. Ou seja, obrigatoriamente o Pentecostalismo Clássico vem de movimentos norte-americanos em prol do Pentecostalismo através da manifestação do Espírito Santo e da glossolalia.

A conceituação das Igrejas Pentecostais a partir das pentecostais clássicas fica complexa quando se trata de Igrejas fundadas no Brasil a partir das décadas de 40 e 50. Até estas décadas, as Igrejas Pentecostais Clássicas eram as Igrejas que dominavam este cenário de estudo religioso (Ibidem, p. 29). A partir de desse espaço de tempo fica notório um novo tipo de religião pentecostal: as Igrejas Deuteropentecostais. Estas também são classificadas por Bittencourt (1991 apud MARIANO, p. 23-50) como sendo Igrejas Autônomas – igrejas que pertencem ao período de transição entre o Pentecostalismo Clássico e o Neopentecostalismo. Este ramo pentecostal é composto por Igrejas dissidentes do Pentecostalismo Clássico, que cerca de quatro décadas após a chegada do Pentecostalismo ao Brasil, começa a se desenvolver com força no território nacional. Este movimento é baseado no início da utilização dos meios de comunicação, bem como das pregações em praça pública. O Deuteropentecostalismo tem a sua fundamentação institucional na cura divina. Além disso, este grupo é adepto da construção de tendas e dos templos itinerantes. São eles os representantes das criações e inovações religiosas do Brasil do século XX, através da introdução do uso do rádio, cinemas, teatros e tendas para evangelização e do uso da cura divina para o crente¹¹ do mundo moderno.

“Com mensagens inovadoras e eficientes, atraíram, além de fiéis e pastores de outras confissões evangélicas, milhares de indivíduos dos estratos mais pobres

¹⁰ O pastor Metodista John W Durham estimulava o Pentecostalismo entre seus fiéis. Foi com ele que Daniel Berg e Francescon receberam os dons do Espírito Santo (chave central de fé do Pentecostalismo). Para saber mais sobre o histórico dessas Igrejas, ler: CAMPOS JR, Luís de Castro. Pentecostalismo. São Paulo: Editora Ática, 1995

da população” (MARIANO, op. cit., p. 30). Por isso, os deuteropentecostais podem ser considerados o grupo que provocou a grande fragmentação religiosa que encontramos no quadro religioso do Brasil atual. Podem ser enquadradas nesse grupo pentecostal as seguintes Igrejas: Evangelho Quadrangular (São João da Boa Vista/SP, 1947), Brasil para Cristo (São Paulo, 1955), Deus é Amor (São Paulo, 1962), Casa da Bênção (Belo Horizonte, 1964) e outras de menor porte (CAMPOS JR, 1995, p. 27-52, passim).

3.4 OS NEOPENTECOSTAIS

Este grupo pentecostal é o que mais se diferencia do princípio do modelo de Pentecostalismo que conhecemos do Pentecostalismo Clássico ou Deutero. Na verdade, este ramo do Pentecostalismo é o que mais influencia as outras igrejas (tanto as protestantes como a Católica)¹². Como cita Mariano (Ibidem, p. 33), “o prefixo neo mostra-se apropriado para designá-la tanto por remeter à sua formação recente como ao caráter inovador do neopentecostalismo”.

Como foi mostrado até agora, o Pentecostalismo Clássico é baseado na fuga do “mundo”, no sectarismo religioso e no ascetismo contra as crenças estranhas. Já os Deuteropentecostais se distinguem dos Clássicos pela valorização dos dons de cura divina, pregações itinerantes, além da separação de um espaço temporal de cerca de 40 anos entre a fundação da primeira igreja clássica e a primeira igreja deuteropentecostal no Brasil.

¹¹ Crente nessa monografia deve ser encarado como todo aquele indivíduo que crê na fé pentecostal e não como termo pejorativo geralmente empregado nas discussões acerca da religiosidade popular.

¹² Um reflexo do Neopentecostalismo na Igreja Católica é o surgimento da Renovação Carismática entre os Católicos. Já entre os protestantes e Pentecostais está o uso do MCM bem como a mudança em doutrinas básicas de cada igreja. (CAMPOS JR, 1995, passim).

O Neopentecostalismo revolucionou o mundo pentecostal no Brasil. Importado do movimento gospel, dos anos 70 dos EUA (posteriormente denominado carismático), ele é o alvo das maiores críticas da mídia atual. Mas, as igrejas neopentecostais não são apenas herança e nem somente um enquadramento temporal de fundação das igrejas.

No meio acadêmico, o Neopentecostalismo gera muita polêmica. Para o pesquisador Ari Pedro Oro (1992, *passim*), o neopentecostalismo se enquadra como sendo o Pentecostalismo autônomo indicado por Bittencourt (1991 apud MARIANO 23-50). Já para José R. L. Jardimino (*Ibidem*), as Igrejas Neopentecostais são seitas que trabalham como um “supermercado da fé”. Para Mariano (*Ibidem*), este termo é contraditório, pois, uma seita deve ser necessariamente usada para grupos fechados, rigorosos e não para igrejas que pregam o ecumenismo entre as igrejas bem como utiliza os meios de comunicação de massa para se difundir.

Os Neopentecostais, segundo os pesquisadores Paul Freston (1993 apud *Ibidem*) e Ari Pedro Oro (apud *Ibidem*), são o grupo que tem suas bases no combate ao Diabo e na busca pela prosperidade. Ou seja, as bases desse grupo deixam de ser a fuga do mundo e a cura divina e passam a ser o combate direto ao Diabo e a pregação da Teologia da Prosperidade.

De acordo com Mariano (op. cit., p. 36):

(...) Sobre as características do neopentecostalismo, destaco três aspectos fundamentais: 1) exacerbação da guerra espiritual contra o Diabo e seu séquito de anjos decaídos; 2) pregação enfática da Teologia da Prosperidade; 3) liberalização dos estereotipados usos e costumes de santidade”. Uma quarta característica importante, ressaltada por Oro (1992) é o fato de elas se estruturarem empresarialmente.

Para Mariano, as Igrejas Neopentecostais não só se tornaram empresas especializadas em conversão de almas como também passaram a possuir fins

lucrativos. Por isso, o neopentecostalismo rompe totalmente com o Pentecostalismo Tradicional ascetista e apocalíptico. Não há compatibilidade entre a convivência do sectarismo e ascetismo do mundo com a busca da prosperidade e da riqueza a qualquer custo.

3.4.1 Teologia da Prosperidade e a Supervalorização do Diabo

Como já apresentado, para os Pentecostais Clássicos a busca pelos dons espirituais, a fuga do mundo exterior e ao sectarismo são palavras chaves de doutrina. Já para os Deuteropentecostais a cura divina, o proselitismo itinerante – através dos templos móveis – são os pontos centrais.

3.4.1.1 Teologia da Prosperidade

Chamamos de Teologia da Prosperidade o que nos EUA, local de sua origem, além desse nome, é rotulado por seus críticos de *Health and Wealth Gospel*, *Faith Movement*, *Faith Prosperity Doctrines*, *Positive Confession* entre outros. Reunindo crenças sobre cura, prosperidade e poder da fé, essa doutrina surgiu na década de 40. (MARIANO, op. cit., 151)

A Teologia da prosperidade e a luta constante do crente contra o diabo são as questões centrais a serem descritas nos neopentecostais. O primeiro tema pode ser definido através da citação do Artigo Ultimato (VELASCO, 1994, p. 05 apud MARIANO, op. cit., p. 147):

Até bem pouco tempo atrás uma fatia respeitável da igreja cristã empurrava todas as bem-aventuranças para o céu e para eternidade. Dizia-se então que era necessário suportar pacientemente o sofrimento presente (...) A Teologia da Prosperidade está trazendo o celeste provir para o terrestre presente (...).

A Teologia da Prosperidade muda a maneira de se tratar os problemas cotidianos, as doenças e as crises de seus fiéis. As antigas igrejas pentecostais, como já foi dito, voltavam para a fuga do mundo, colocando seus anseios em uma salvação “fantástica”. Os neopentecostais trazem as soluções para o mundo terreno. Ou seja, cria-se um ideal de felicidade, prosperidade e abundância de vida e saúde terrena entre os que seguem a Teologia da Prosperidade.

Segundo Mariano (op. cit., p. 149-157) a Teologia da Prosperidade pode ser considerada uma adaptação da religião ao mercado de consumo, promove aos fiéis a oração para promover resultados ao invés do louvor na Igreja. É é nesse caso em que a Teologia da Prosperidade atinge seu ápice, pois, é aí em que os pastores abusam de termos de ordem (como se mandassem em Deus), por exemplo: “determinar”, “ordenar” e “expulsar” quando oram por alguém ou pregam a palavra¹³ dentro da igreja.

Porém, para o fiel prosperar dentro da igreja, a própria instituição deve prosperar. Dessa forma, a obrigatoriedade do dízimo entre os fiéis da igreja se tornou uma realidade entre os neopentecostais. Como diz Mariano (op. cit., p. 160):

Na interpretação de certos pregadores brasileiros da Teologia da Prosperidade, o pecado cometido por Adão e Eva desfez a comunhão, a aliança ou ‘sociedade’ existente entre Deus e as criaturas humanas, tornando-as escravas do Diabo. Como Deus desejava voltar a ser ‘sócio’ dos homens, mandou seu filho unigênito à cruz para expiar o pecado original.

Ou seja, no caso de ser “sócio de Deus”, fica implícito que o homem deve dividir tudo o que é seu, materialmente, com Deus e, conseqüentemente, com a Igreja Neopentecostal.

¹³ O termo *Pregar a Palavra* é conhecido entre os evangélicos pelo momento do sermão no ritual religioso.

Ser sócios de Deus significa que a nossa vida, nossa força, nossos dons e nosso dinheiro passam a pertencer a Deus, enquanto suas dádivas como pás, alegria, felicidade e prosperidade passam a nos pertencer (SOARES, 1985, p. 61-141).

3.4.1.2 A Luta contra o Diabo

O reavivamento religioso presente no Pentecostalismo pode ser o responsável pelo exagero na luta e na crença no Diabo entre os neopentecostais (CAMPOS JR, op. cit., p. 17-29). Aliado ao poder da Teologia da Prosperidade, os neopentecostais colocaram, na existência do Diabo entre o povo, todos os problemas sociais. Da mesma forma, a supervalorização do diabo criou uma “Guerra Santa” entre os neopentecostais e o Kardecismo, o Umbandismo e o Candomblecismo (MARIANO, op. cit., p. 111-121).

Segundo Mariano (Ibidem), os neopentecostais acreditam que tudo que ocorre em suas vidas é uma consequência da luta entre fiel, Deus e Diabo. E, se o fiel vence, ele é forte, próspero e está ao lado de Deus. Nota-se uma linha tênue entre a Teologia da Prosperidade e a ação do Diabo entre o povo.

Um exemplo memorável que Mariano (Ibidem) coloca como exagero entre a relação Diabo/Igreja é a expulsão dos demônios dentro dos templos neopentecostais. Os fiéis considerados “tomados” pelo demônio chegam até mesmo a serem espancados frente a multidões de pessoas e expostas nas exposições de cultos na Televisão¹⁴. Tudo para que a prosperidade tome conta do indivíduo liberto do mal.

¹⁴ Este caso é muito comum na Igreja Universal do Reino de Deus. Porém o Pr Paulo de Velasco afirma que não há agressão. (...) É que alguns evangélicos ficam exaltados na luta contra o diabo” (REVISTA VEJA, 30 nov 1988 apud MARIANO, 1999, p. 121).

3.5 BREVE HISTÓRICO DAS IGREJAS NEOPENTECOSTAIS DO BRASIL

Como cita Brandão (1980, p. 113):

Se alguma coisa é realmente estável no mundo da religião, essa coisa é a dialética de sua constituição, onde (sic) Igreja conquista o sistema e gera a seita que vira a Igreja que produz a dissidência.

O histórico apresentado a seguir é somente o das principais Igrejas Neopentecostais do Brasil, de acordo com pesquisas realizadas por Francisco Cartaxo Rolim (1987, *passim*), Ricardo Mariano (1999, *passim*) e Luís de Castro Campos Jr. (1995, *passim*).

3.5.1 Igreja Nova Vida

Fundada em 1960, na cidade do Rio de Janeiro (RJ), a Igreja Nova Vida pode ser considerada a primeira Igreja Neopentecostal do Brasil. Dela saíram as principais lideranças do neopentecostalismo de hoje¹⁵: Bispo Edir Macedo (Universal do Reino de Deus) e Missionário Romildo Ribeiro Soares (R. R. Soares – Igreja Internacional da Graça de Deus).

De criação do pastor canadense Walter Robert McAlister, a Igreja Nova Vida tem todas as características de uma Igreja Neopentecostal: prega a teologia da Prosperidade, supervaloriza o Diabo e sua existência entre o povo. Sua presença nessa monografia é muito importante, pois dela se iniciaram as cismas entre as denominações neopentecostais.

¹⁵ De acordo com Mariano (op. cit., p. 51), a Igreja Nova Vida, apesar de cronologicamente estar ligada ao deuteropentecostalismo, tem todas as características de uma Igreja Neopentecostal.

Os públicos (fiéis) presentes na Igreja Nova Vida é o que chama mais a atenção dos pesquisadores. Segundo Mariano (op. cit., p. 51-52), esta é a denominação destinada às classes mais altas dos neopentecostais, e enfrentam grande concorrência das Igrejas neopentecostais dos anos 90 (as comunidades evangélicas e a Igreja Renascer em Cristo).

3.5.2 Igreja Universal do Reino de Deus

A Igreja Universal do Reino de Deus (tratada de IURD a partir de agora) é a mais bem sucedida entre das Igrejas Neopentecostais. Adotando uma postura empresarial, a IURD nasceu da Igreja Nova Vida, no Rio de Janeiro, em 9 de Julho de 1977.

Fundada pelos cunhados Edir Macedo e R. R. Soares, a IURD teve seu nome inicial de Cruzada do Caminho Eterno (1975). Nesse mesmo ano, os dois fundadores foram consagrados pastores na Casa da Benção (uma Igreja Deuteropentecostal de menor porte). A partir disso, iniciaram à sua caminhada rumo ao sucesso religioso – Edir Macedo como tesoureiro e R. R. Soares como líder espiritual.

Dois anos após a fundação da Cruzada do Caminho Eterno, depois de haver desentendimentos administrativos internos, R. R. Soares e Edir Macedo decidiram fundar a Igreja Universal do Reino de Deus. A partir disso, seus líderes estavam livres para agirem de acordo com seus ideais religiosos: através da Teologia da Prosperidade exagerada, misturada à Luta contra o Diabo.

A IURD pode ser considerada a pioneira no ditado dentro da religião: “É dando que se recebe”. Foi nessa denominação em que a Teologia da Prosperidade

foi utilizada através das técnicas de Marketing de fato (Ibidem, p. 66-67). Por isso, o dízimo e as doações de fiéis aqui são obrigatórios, pois, caso contrário a pessoa estará sujeita ao Diabo e aos seus anjos malignos. Como cita R. R. Soares (apud ibidem, p. 161), “ser sócio de Deus significa que nossa vida, nossa força, nossos dons e nosso dinheiro passam a pertencer a Deus (...)”.

Foi através da IURD que o uso dos meios de comunicação de massa se difundiram com maior força entre as igrejas. Com a compra da TV Record, no início dos anos 90, a IURD teve à sua frente o enorme assédio da imprensa e um espaço na mídia que jamais havia se visto no país. Porém, Edir Macedo, líder supremo da igreja após a separação de R. R. Soares em 1980, não admitia que seus fiéis trocassem a Igreja pela televisão (Ibidem, p. 56)¹⁶. Para ele, uma igreja forte deveria ter os fiéis junto de seus respectivos pastores, dentro da Igreja.

3.5.3 Igreja Internacional da Graça de Deus

A instituição foco deste estudo, a Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), foi fundada na mesma região que as outras Igrejas Neopentecostais já citadas: o eixo Rio - São Paulo. Em 1980, em um momento em que Romildo Ribeiro Soares já havia ganhado uma boa posição financeira na Universal do Reino de Deus (Ibidem), decidiu partir para sua própria segmentação de igreja. Uma instituição que segue os mesmos preceitos da IURD, mas que se estabelece melhor através do televangelismo do que através de seus templos físicos.

Aos 23 anos de idade, a IIGD não é apenas uma simples igreja. É praticamente uma empresa de comunicação completa. Dono da editora e gravadora

¹⁶ Para Mariano (1999, p. 17-27), os fiéis que trocam a presença física da Igreja pela presença virtual dela são considerados “Fiéis do sofá”.

Graça Editorial, e da recente RIT (Rede internacional de Televisão) o Missionário R. R. Soares – título da qual ele se autodefine – possui mais de 100 livros publicados¹⁷ no Brasil.

Na Igreja da Graça (abreviação vista até mesmo nas fachadas das igrejas), quem comanda é R. R. Soares apoiado pelo televangelismo, editora e toda sua organização eclesiástica. Os pastores de cada região não têm autonomia para decidir sobre os assuntos inerentes a cada região. Isso acontece, pois, segundo Soares, fica mais difícil a cisão em novas denominações a partir de sua Igreja.

Diferente de outras as Igrejas Pentecostais e Neopentecostais, esta denominação abole, com o tempo, alguns rituais típicos do Cristianismo. Segundo Campos Jr (op. cit., p. 71), falar em “línguas estranhas”, batizar por imersão e pregar a cura divina é fundamental entre muitos pentecostais. Principalmente entre os neopentecostais, isto pode ser considerada uma questão implícita quando se trata do assunto. Mas, R. R. Soares segue apenas os preceitos da Teologia da Prosperidade, da Cura Divina e da “perseguição ao inimigo do mal”. Por isso, não se batiza nesta denominação religiosa. O fiel se torna apenas um associado, pagando mensalidade (com valor mínimo de R\$ 30,00 mensais).

Dessa forma, facilita-se a conversão de fiéis através dos meios de comunicação. A Igreja Internacional da Graça de Deus é a primeira denominação religiosa a tomar espaço de horário nobre na televisão brasileira¹⁸. Em primeiro lugar, ela apresentava-se na grade horária nobre da CNT, Bandeirantes e Manchete (MARIANO, op. cit., p. 101). Com o tempo ela toma mais de 12 horas de programação diária, atingindo até três canais televisivos ao mesmo tempo¹⁹.

¹⁷ Segundo Mariano (op. cit., p. 99), o próprio R. R. Soares já possui a marca de 18 livros publicados.

¹⁸ VEJA on-line, 3 jul 2002. <www.veja.com.br>. Acesso em: 15 nov 2003.

¹⁹ Ibidem.

Atualmente, R. R. Soares é o líder religioso que mais investe em TV no Brasil. Segundo a revista *Veja*²⁰, R. R. Soares compra o horário nobre da TV Bandeirantes para exibir seus programas diários. Isso gera um custo básico mensal de R\$ 2,5 milhões ao mês. Toda esta verba é arrecadada através da colaboração mensal dos fiéis da Igreja e na arrecadação da Graça editorial e gravadora.

Da mesma forma que o programa de TV, a Igreja Internacional da Graça de Deus mantém suas portas abertas todos os dias. Mas mesmo assim, a estratégia proselitista da Igreja está quase que totalmente vinculada à programação televisiva (*Ibidem*, p. 100).

3.5.4 Igreja Renascer em Cristo

A Igreja Apostólica Renascer em Cristo (IARC) é uma instituição fundada por Estevam Hernandes Filho e Sônia Hernandes no ano de 1986. Sua principal característica é a estratégia proselitista voltada ao jovem de classe média. Por isso, a Igreja Renascer em Cristo ficou famosa por promover grandes shows evangélicos recheados por melodias e ritmos considerados diabólicos por Pentecostais Clássicos e Deuteropentecostais.

A partir de seus megaeventos, esta denominação trouxe a marca Gospel para o país – marca da qual eles são detentores de direitos (*Ibidem*, p. 102). O resultado dessa mistura entre neopentecostalismo e mundo jovem foi a criação das bandas evangélicas. Entre elas, destaca-se atualmente a Oficina G3, banda de renome nacional que toca *rock* e *heavy metal*²¹.

²⁰ REVISTA VEJA, 23 jul de 2003. Ed. 1812, nº 29, ano 36.

3.5.5 Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra

A Comunidade Evangélica, nome inicial dessa denominação – que mais tarde teve a terminação *Sara Nossa Terra* acrescentada devido ao grande número de comunidades evangélicas surgidas nos anos 90 –, foi fundada em 1976 por Robson Lemos Rodovalho, na cidade de Goiânia – fugindo do eixo Rio – São Paulo –. Vindo de uma Igreja Presbiteriana do Brasil, Rodovalho prega a Teologia da Prosperidade para a classe média. Além disso, seus membros são, em parte, vindos de outras igrejas evangélicas (MARIANO, op. cit., p. 106), ao contrário das outras denominações neopentecostais que atraem mais católicos e protestantes tradicionais (Ibidem).

Sua estratégia proselitista tem chamado a atenção da mídia brasileira. Atualmente, a Sara Nossa Terra (CESUT) tem chamado para seu caminho muitas celebridades da TV brasileira²², por dar uma maior liberdade doutrinária a seus fiéis.

3.6 DADOS DEMOGRÁFICOS

3.6.1 O Público

De acordo com Mariano (op. cit., p. 10-17), os protestantes pentecostais são, em sua maioria, de classe baixa ou média baixa. Além disso, segundo o pesquisador, cerca de 61% dos protestantes brasileiros são de bases pentecostais.

Apesar de as Igrejas Neopentecostais formarem estratégias para ganhar o apoio das classes média e alta, seu maior crescimento tem ocorrido entre os pobres

²¹ Mariano (op. cit., p. 103), a Igreja Renascer conta com mais de 80 bandas gospel e tem mais de 20 CDs gravados.

do país²³. Mas, não está descartada a conversão dos ricos nesse caso. Existem denominações, como o caso da Igreja Nova Vida, Renascer em Cristo e Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (CAMPOS JR, op. cit., p. 50-52; MARIANO, op. cit., p. 51-108), que têm entre seus fiéis uma maioria de classe média e jovem. Não obstante, as Igrejas Protestantes Tradicionais e Pentecostais Clássicas, como a Congregação Cristã, detêm também uma boa parte da classe média e alta evangélica (CAMPOS JR, op. cit., p. 28-30).

3.6.2 Protestantes em Números

O país mais católico do mundo está ficando cada vez mais evangélico. O resultado do censo demográfico no quesito religião, divulgado neste ano, mostra que mais de 15% dos brasileiros – um rebanho de 26 milhões de pessoas – são protestantes. É um percentual cinco vezes maior que em 1940 e o dobro do de 1980. Em Estados como Rio de Janeiro e Goiás, o índice supera 20% dos habitantes. No Espírito Santo e em Rondônia, os evangélicos passam de um quarto da população. Esse ritmo indica que metade dos brasileiros poderia estar convertida em cinco décadas – um tempo mínima quando se fala em avanço religioso (Revista Veja, 3 de julho de 2002, p. 89).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Operation World e o Serviço de Evangelização para América Latina (SEPAL, 2003)²⁴, em cerca de 20 anos os protestantes poderão dividir em meio a meio a população brasileira com os católicos. Atualmente, cerca de 17% da população brasileira (30 milhões de pessoas) já se declaram evangélicos (ou protestantes) e crescem em média 2,8 vezes mais do que a população brasileira²⁵. A seguir ser demonstrado em números os principais grupos de protestantes no Brasil. É interessante notar a redução no número de templos construídos entre as Igrejas Neopentecostais devido ao advento do televangelismo.

²² VEJA on-line, 3 jul 2002. <www.veja.com.br>, Acesso em: 15 nov 2003.

²³ Ibidem

TABELA 1 – Protestantes Tradicionais em números

	Tradicionais		
	Luteranos	Presbiterianos	Batistas
Fiéis em 2001	930.000	500.000	1,8 milhão
Templos	3.108	3.000	10.000
Pastores	1.550	2.500	10.000

Fonte: IBGE, Operation World, SEPAL, Revista Veja, 03 jul. 2002

TABELA 2 – Protestantes Pentecostais em números

	Pentecostais			
	CCB	IEAD	IEQ	Deus é Amor
Fiéis em 2001	2,2 milhões	4,5 milhões	1 milhão	750.000
Templos	14.300	22.000	6.300	5.000
Pastores	18.700	21.000	12.500	9.000

Fonte: Ibidem

TABELA 3 – Protestantes Neopentecostais em números

	Neopentecostais			
	IURD	IIGD	Renascer	CESNT
Fiéis em 2001	2 milhões	270.000	120.000	150.000
Templos	7.000	900	400	350
Pastores	14.000	1.500	1.000	1.100

Fonte: Ibidem

²⁴ <www.infobrasil.org/brasil/brasil2003.htm>. Acesso em: 18 jun 2003.

²⁵ Idem. Acesso em: 07 dez 2003.

4. METODOLOGIA: A INTEREFÊNCIA ENTRE OS CAMPOS

4.1 A TEORIA GERAL DOS CAMPOS

Os campos se apresentam à apreensão sincrônica como espaços estruturados de posições (ou de postos) cujas propriedades dependem das posições nestes espaços, podendo ser analisadas independentemente das características de seus ocupantes. (BOURDIEU, 1983, p. 89).

De acordo com Bourdieu (Ibidem), os campos são espaços independentes de “discussão”, mas que são regidos por bases parecidas. Segundo ele, há uma lei geral dos campos, como segue:

Há leis gerais dos campos: campos tão diferentes como o campo da política, o campo da filosofia, o campo da religião possuem leis de funcionamento invariantes (é isto que faz com que o projeto de uma teoria geral não seja absurdo e que, desde já, seja possível usar o que se aprende sobre o funcionamento de cada campo particular para interrogar e interpretar outros campos, superando assim a antinomia mortal entre a monografia idiográfica e a teoria formal e vazia). (Ibidem)

Portanto, fica explícito que, segundo Bourdieu, os campos são constituídos por fundamentações semelhantes em sua base com suas peculiaridades posteriores. São sistemas básicos que, com distintas características, promovem a troca de conhecimento e a troca de influências entre os campos (ou seja, sem os campos, o jogo de troca de idéias não seria possível). Um campo específico tem definido seus objetos de lutas e suas disputas por espaço. Deve haver também quem lute pela causa do determinado campo, “pessoas prontas para disputar o jogo, dotadas de *habitus*¹ que impliquem no conhecimento e no reconhecimento das leis

¹ “O *habitus*, sistema de disposições adquiridas pela aprendizagem implícita ou explícita que funciona como um sistema de esquemas geradores, é gerador de estratégias que podem ser objetivamente afins aos interesses objetivos de seus autores sem terem sido expressamente concebidas para este fim”. (BOURDIEU, op. cit., p. 94)

iminentes (sic) do jogo, dos objetos de disputas, etc”. Caso contrário, não se pode considerar a área de estudo como sendo um campo.

A estrutura de um campo é formada por um estado da relação entre sua força e seus agentes engajados na luta de sua conservação e crescimento. Os *habitus* funcionam, nesse jogo, como o combustível de um campo. Como os campos estão sempre em luta, ou seja, relacionando-se em um mercado de trocas e influências, o *habitus* se encarrega de manter a integridade de certo campo ou mesmo de aumentar a capacidade do campo de se expandir. Segundo Bourdieu (Ibidem, p. 90-93), os campos também são traduzidos pelos *habitus* e pelas pessoas que a possuem.

4.2 A INTERFERÊNCIA ENTRE CAMPOS

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade (...). (BOURDIEU, 1996, p. 57)

Conforme já relatado, os campos se relacionam entre si. Caso contrário não haveria campos, nem funções e, conseqüentemente, nem história das sociedades (dos públicos). É esse relacionamento, que Bourdieu coloca como sendo uma luta constante, são medidas as forças de cada campo.

Nota-se que, numa interferência (luta) entre campos, o lado mais forte que o outro acaba monopolizando “capital específico” (Idem, 1983, p. 90) que esteja em discussão. Ou seja, um campo passa a dominar o outro de forma que o lado mais fraco passa a assimilar *habitus* do campo mais forte.

O lado mais forte da luta passa a exercer um processo de censura sobre o lado mais fraco (Ibidem, p. 109) promovendo, assim, a subversão dos valores do

campo mais fraco. Isso acontece pois, o lado mais forte é o detentor da estrutura de propagação das idéias a serem difundidas e a serem aceitas pela sociedade, ou melhor, do capital a ser distribuído entre os que pertencem aos campos interferidos.

A interferência entre os campos promove, também, a mudança de gostos acerca do consumo dos atuantes e dos pertencentes ao sistema de *habitus*. Para Bourdieu (Ibidem, p. 127), o campo deve sempre se adaptar aos gostos dos consumidores desse campo. Ou seja, em uma troca de *habitus* entre campos (ou interferência) fica definido o gosto daquele que está consumindo, ou seja, do campo mais forte.

4.2.1 A Interferência da TV entre os Neopentecostais

Observa-se que a TV e a Religião são dois campos completamente diferentes um do outro (Ibidem, p. 89). Porém, a interferência entre estes dois sistemas tem sido inevitável com o surgimento dos neopentecostais. Dessa forma, a TV não apenas parece divulgar a fé neopentecostal como tem promovido mudanças entre seus adeptos.

Tomar-se-ão os *habitus* neopentecostais e da TV, conforme descritos nos capítulos 1 e 2, como pontos de análise na busca da interferência entre um campo e outro. O *Show da Fé*, programa de TV exibido em horário nobre é o modelo para estudo neste caso por ser o único programa profissionalizado religioso exibido em rede nacional no horário nobre².

Portanto, este estudo pretende mostrar uma estreita ligação entre a Teologia da Prosperidade e a Luta contra o Diabo (bases do Neopentecostalismo), as

² REVISTA VEJA, 13 set 200, nº 37, Ed. 1666, p. 140-141.

mensagens padronizadas, mercadológicas³ e homogeneizadas da TV Mercado brasileira e como os *habitus* da TV podem acabar se sobrepujando contra os *habitus* neopentecostais.

³ Mercadológicas, seguindo o conceito que Kotler (199-, passim), além de Semenik e Bamony (Ibidem), chamam de 4ps: Produto, Preço, Ponto e Promoção. Ou seja, o que importa é a venda do produto bem feita.

5. O SHOW DA FÉ

O programa de televisão *Show da Fé* é conduzido pelo Missionário R. R. Soares, líder da Igreja Internacional da Graça de Deus. Adepto ao Televangelismo¹, o *Show da Fé* pode ser considerado diferente dos outros programas evangélicos, pois, de fato, este programa fica em torno de 100 horas semanais na TV² e faz de R. R. Soares o homem que mais aparece na televisão no Brasil.

Segundo comentários em seu próprio programa³, R. R. Soares comemora a aquisição de sua própria rede de TV, a Rede Internacional de Televisão em UHF. Dessa maneira, o missionário ficará, por muito tempo ainda, como sendo o homem que mais aparece na TV Brasileira.

O *Show da Fé* será analisado na programação da Rede Bandeirantes de Televisão – canal de TV que abrange todo território nacional. O horário disponível para este programa é considerado o melhor da TV Brasileira. Assim, seu programa tem transmissão das 20h até às 21h (sua duração varia entre 45 minutos e 1 hora).

5.1 A IGREJA NO MERCADO TELEVISIVO

A TV Mercado se sustenta financeiramente através de duas maneiras: a publicidade e a venda de seu espaço na programação (BUCCI, et al, op. cit., p. 167-171). A Igreja Internacional da Graça de Deus compra seus espaços televisivos (exceto em sua própria TV), fazendo assim sua transmissão no horário nobre nacional. Ou seja, ao comprar espaços, ela teria mais autonomia em seu discurso e

¹ Movimento dos EUA, em que as Igrejas procuram fiéis através das ondas televisivas e não mais através dos templos (MARIANO, op. cit., p.7-21).

² REVISTA VEJA, 23 de jul 2003, nº 29, Ed. 1812, p. 104-105.

³ *SHOW DA FÉ*, 2003, 13 out 2003.

nos métodos de produção de seu programa. Mas, não parece ser isso o que acontece neste programa. O direcionamento para vendas, manutenção da programação e conquista de público é um ponto intrínseco ao *Show da Fé* e não somente a conversão de fiéis.

Um exemplo importante do direcionamento para vendas está no fato do *Show da Fé* não exigir o batismo de seus fiéis⁴. Para R. R. Soares, basta o fiel se inscrever e receber uma oração através das ondas televisivas. Dessa forma, o crente já está inserido no contexto da Igreja da Graça bem como já deve iniciar seu processo de pagamento de dízimo e propagação da Teologia da Prosperidade. Esse processo diferenciado proposto pela Igreja Internacional da Graça de Deus facilita as relações entre o telespectador, que não sai de casa para ir à Igreja, e aumenta as possibilidades comerciais da Instituição bem como do programa de TV.

5.1.1 O Produto

A Igreja Internacional da Graça de Deus deve ser considerada um produto que, durante o horário nobre da TV, é divulgada através de um nome fictício: O *Show da Fé*. Durante a programação, os pastores e o missionário R. R. Soares não separam a Igreja do Show (o programa).

De acordo com seus preceitos neopentecostais, o *Show da Fé* vende aos telespectadores o conceito de Teologia da Prosperidade como objetivo de vida, bem como a luta constante contra o Diabo, através da condenação de rituais afro-brasileiros e indígenas. Para Kotler (op. cit., p. 564), o *Show da Fé* se enquadra

⁴ Com o fato de os Pentecostais retomarem raízes do cristianismo, fica explícita a necessidade de o fiel ser batizado por imersão no ato de sua entrada em uma seita ou Igreja de cunho pentecostal. (CAMPOS JR, op. cit., p. 25)

como sendo o produto genérico, ou seja, aquele que vende somente as soluções de problemas para o público ávido pelo consumo.

5.1.2 O Preço

Como cita R. R. Soares:

Ser sócio de Deus significa que nossa vida, nossa força, nossos dons e nosso dinheiro passam a pertencer a Deus, enquanto suas dádivas como paz, alegria, felicidade, e prosperidade passam a nos pertencer. (SOARES, 1985, p. 141)

A principal forma de se manter o programa *Show da Fé* está ligada ao dízimo fornecido pelos fiéis telespectadores (muito mais dos que freqüentam a Igreja física). Percebe-se que, em média, 8,5% de seu programa está destinado a pedidos diretos de verba para manutenção do programa especificamente.

O valor mínimo solicitado, para patrocínio de programas, gira em torno dos R\$ 30,00, que pode ser pago através de boleto bancário, depósito em conta corrente ou mesmo entregue nos postos de arrecadação (os templos físicos). Observa-se também que há telefones de apoio, em que os fiéis podem tirar suas dúvidas sobre como fazerem seus pagamentos⁵.

R. R. Soares deixa claro, em seus programas, que o valor de R\$ 30,00 é o mínimo que ele pede para que seus fiéis se mantenham na Igreja. Dessa forma, ele avisa que se o telespectador quiser doar mais do que ele pede, fica a cargo da indicação de Deus⁶.

⁵ Telefone de contato da Igreja/Programa com cobrança de R\$ 0,28 mais impostos por minuto: 0300-7895022.

5.1.3 O Ponto de Vendas

O *Show da Fé* se limita, na maior parte do tempo, à conquista de clientes na TV. Dessa forma, seu principal ponto de vendas é a televisão. Mas, isso não descarta o posicionamento dos templos físicos. A Igreja Internacional da Graça de Deus tem seus templos espalhados em pontos estratégicos nas principais cidades brasileiras. Com portas abertas o dia todo, os templos da Igreja da Graça, nome abreviado utilizado por fiéis, fica disposto em locais populares, como em frente a terminais urbanos e metropolitanos.

Tanto através da TV como nos templos, os fiéis podem se associar, comprar produtos (com amplas possibilidades de pagamento, conforme divulgação nos programas) das editoras e gravadoras de CD da Igreja, ou mesmo contar os prodígios recebidos através da propagação da Teologia da Prosperidade, da Luta contra o Demônio e da Cura Divina.

5.1.4 A Promoção

Os “fiéis do sofá” têm vantagens ao se filiarem à Igreja Internacional da Graça de Deus. Pagando o dízimo em dia, o associado pode receber de brinde livros de teologia (escritos por pastores da Igreja), CDs e entradas para cultos em estádios de futebol e quadras de esportes em grandes cidades do Brasil.

Além disso, nota-se que durante a programação do *Show da Fé* há o anúncio de produtos com preços especiais para associados. Como exemplo, está a venda de “kits” com CDs de doutrinas espirituais, durante a semana pesquisada, que poderiam

⁶ R. R. Soares utiliza aqui de um dos dogmas Pentecostais para conquistar o doador: a revelação pelo Espírito Santo, em que o ser recebe um aviso para fazer algo em nome de Deus (CAMPOS JR, op. cit., 17-26)

ser pagos em até 3 vezes sem juros no cartão de crédito (*SHOW DA FÉ*, 15 out 2003).

5.2 A TV É O TEMPLO

O fato de o Missionário R. R. Soares permanecer na TV mais do que qualquer apresentador de televisão (Veja, 13 de setembro de 2001, p. 140-141) reforça a idéia de que o televangelismo é a grande influência da TV sobre sua instituição. De fato, o culto religioso perdeu as características de ritual religioso, após se adequar às normas comerciais impostas pela TV (BOURDIEU, 1996, p. 62-69). Apesar de manter os temas e a mensagem religiosa, o que assistimos todos os dias não deixa dúvidas: o programa de TV – a virtualidade – substitui a necessidade de um ritual religioso físico.

5.2.1 O Fiel Telespectador

Segundo IBGE (MARIANO, op. cit., p. 10-17, 99-101) o público do *Show da Fé* não é variado. Basicamente, ele é composto por mulher, idosa, negra, pobre e de baixa escolaridade. Porém, em sua programação parece haver um filtro para a inclusão de espectadores reais.

Já na platéia de R. R. Soares, a visibilidade que se tem nos *closes* feitos pelas filmagens é de pessoas brancas e negras, mistos entre homens e mulheres, geralmente adultos e idosos. Todos eles dispõem de Bíblias e participam ativamente dos cânticos, leituras e orações. Um ponto importante a se acrescentar no público do *Show da Fé* está o foco no deficiente auditivo. Todos os programas de R. R. Soares

dispõem de um tradutor da linguagem de sinais em tempo real para que o telespectador deficiente auditivo possa compreender a mensagem do *Show da Fé*.

Segundo o IBGE (Revista Veja, 3 de julho de 2002, p. 105), A Igreja Internacional da Graça de Deus conta com quase 300 mil associados dizimistas ativos (excetuando-se o público virtual que não se inscreveu no programa ainda).

5.2.2 O Cenário e a Capacidade Técnica

De acordo com os programas analisados, foi possível perceber que o ambiente do programa não é apenas um templo comum. Nota-se que o templo foi transformado em um cenário especial para a TV. Um cenário especialmente montado para o evento, com platéia para mais de mil pessoas, ar condicionado e cadeiras estofadas. Ou seja, para o telespectador que está em casa existe o conforto do lar, mas para aquele que decidi passar para o “lado de lá da telinha” existe o conforto do estúdio. Bourdieu (op. cit., p. 39-54 *passim*) coloca que a Televisão exige a criação do “ambiente falsamente verdadeiro ou verdadeiramente falso”. Essa premissa de Bourdieu é importante ser citada, pois, é a partir dela que notamos a intrusão do templo para um estúdio de TV.

A iluminação do estúdio é diferenciada – especialmente no palco, onde se apresentam os cantores e pastores – para garantir uma boa qualidade de imagens. Além disso, o palco possui um painel iluminado em formato de “céu” que traz a conotação de salvação, cura, perdão.

Outros pontos importantes a se notar no cenário estão as questões técnicas de sonorização e captação de imagens. De acordo com os programas analisados, a captação destes dois elementos não é constituída apenas na conexão Igreja/Casa,

mas sim na elevação do telespectador a corpo presente no evento, seja na emotividade na sonorização ambiente, ou seja, na captação da emoção do espectador que está ao vivo no programa.

5.2.3 O Apresentador

Pode-se pensar com velocidade? Será que a televisão, ao dar a palavra a pensadores que supostamente pensam em velocidade acelerada, não está condenada a ter apenas *fast-thinkers*, pensadores que pensam mais rápido que sua sombra...? (...) A resposta é, ao que me parece, que eles pensam por 'idéias feitas' (...) idéias aceitas por todo mundo, banais, convencionais, comuns. (BOURDIEU, op. cit., p. 40)

R. R. Soares é o *fast-thinker* do *Show da Fé*. Isso ocorre porque ele homogeneíza (em um sentido de dar formas ao show – colocar os traços dele no programa) e define a agenda do programa. É ele quem pré-pensa o rumo da programação semanal. Bourdieu (Ibidem) considera este *habitus* da televisão mercado como sendo um dos maiores influenciadores sobre os outros campos.

De fato, o que o *fast-thinker* do *Show da Fé* diz é aceito por todo o seu público. Segundo Mariano (op. cit., p. 100), o missionário Romildo Ribeiro Soares comanda o televangelismo e organização da Igreja Internacional da Graça de Deus com mãos de ferro. Ou seja, tudo passa por ele e tudo deve ser filtrado (censurado de acordo com as necessidades do público que o assiste).

Detentor da Graça Editorial, da Graça Records e da RIT (Rede Internacional de Televisão – em UHF), com mais de 100 livros e CDs publicados, R. R. Soares parece assumir o caráter de conselheiro do povo de sua Igreja através do televangelismo (Ibidem, passim).

5.2.4 A Estrutura do Programa

A orientação do programa de R. R. Soares é sempre a mesma durante o horário nobre. Por isso, ao decompor o *Show da Fé* de uma maneira racional, pode-se segmentá-lo em uma estrutura formada por nove partes básicas:

- Abertura: neste espaço do programa, o fiel é inserido no contexto religioso que ali se inicia. Com palmas e músicas cantadas pelo próprio R. R. Soares, há a afirmação da crença na fé neopentecostal e na realidade virtual colocada como o “culto/show dentro de casa”.
- Atrações Musicais: duas vezes por programa, um artista gospel, convertido ou mesmo pastores cantam músicas com letras evangélicas e ritmos variados (gospel, forró, rock, etc). Nas músicas, as letras sempre citam o poder e a cura divinos bem como as bênçãos que Deus pode derramar sobre os fiéis.
- Testemunhos (Quadros): há dois quadros testemunhais com produção especial dirigido ao telespectador intitulados *Novela da Vida Real* e *Abrindo o Coração*. No primeiro, o telespectador se depara com pessoas que tiveram problemas e que após “se associarem” à Igreja tornaram suas vidas melhores. No segundo quadro, há o espaço do fiel que tem pessoas não-associadas na família e que sofrem por esse problema. Este quadro é essencial para provar ao fiel o quão importante é para ele ser associado ao *Show da Fé*, pois, é neste quadro onde se trata dos *factos-omnibus* intrínsecos ao Neopentecostalismo Televisivo. Exemplo disso são os temas abordados durante a semana pesquisada que giraram em torno da

Teologia da Prosperidade, na Luta contra do Diabo (incluindo questões sobre religiosidade afro-brasileira e expulsão de demônios), o uso de drogas, álcool e problemas conjugais. Todos os temas têm como solução imediata a associação ao *Show da Fé*.

- **Dízimo Direto/Patrocínio:** este espaço é colocado em curtas inserções durante todo o programa. O missionário R. R. Soares convida a todos a se associarem, bem como chamar àqueles que têm suas mensalidades atrasadas a pagarem a dívida que têm com Deus.
- **Dúvidas (Perguntas e Respostas):** este momento do programa, a produção mostra fiéis nas ruas tirando suas dúvidas, acerca de temas relevantes aos neopentecostais, como prosperidade material, cura divina e luta contra o diabo.
- **Palavra:** o momento da pregação, ou “Palavra”, como define R. R. Soares, é a única parte comum entre esta denominação neopentecostal e as outras denominações pentecostais. Aqui, o missionário lê a Bíblia Sagrada e abre um debate pré-pensado⁷ sobre os trechos bíblicos lidos no programa.
- **Oração: (Cura Divina):** o momento de meditação do programa *Show da Fé* é voltado para a cura divina, seja através de milagres, ou através de gritos de ordem regidos sob a Teologia da Prosperidade (como “caia fora doença, caia fora maligno”) contra as enfermidades do povo. Neste espaço, o missionário entrevista a platéia para saber quem foi curado e quem recebeu milagres.

⁷ Note que neste caso o *fast-thinking* também entra em ação, uma vez que o fiel escuta atentamente ao que R. R. Soares tem a dizer para a platéia e telespectadores.

- Vendas (divulgações): consideram-se vendas o espaço em que os produtos industrializados pelas empresas subordinadas à Igreja Internacional da Graça de Deus são oferecidos ao público bem como a divulgação dos eventos externos à Televisão. É interessante perceber que livros, CDs, shows em estádios e grandes cultos ao vivo (com temas neopentecostais) são anunciados a todo tempo, seja através do anúncio ou através de legendas em Grounded Characters (GC).
- Regional: espaço presente nos momentos finais da programação, a área regional do programa é definida assim por haver mudança de apresentador e de produção de cenário. Ou seja, o programa vem para a cidade de onde o telespectador está assistindo⁸ a fim de mostrar o que ocorre em cada região.

Conforme as tabelas abaixo, vê-se que a grande atração do programa *Show da Fé* está nos testemunhos, ou em questões testemunhais. É esta etapa do programa em que R. R. Soares induz o público a pensar o porquê do pagamento de dízimo e a razão de pertencer a uma Igreja onde o culto é virtual. Em média, 19% da programação é destinada a este tipo de atração porque dessa forma, fica menos agressiva a venda da Religião e convencimento dos telespectadores a se associarem ao programa.

⁸ Nesse caso somente aparecem as principais cidades de cada região do país. Exemplo: no Paraná, somente Curitiba, Maringá, Londrina e Ponta Grossa recebem esta programação final.

TABELAS 4 e 5 – Assuntos abordados nos *Show da Fé* em porcentagem.

	TOTAL	ABERTURA	MÚSICA	TESTEMUNHAL	DÍZIMO
Programa 1	100,0%	5,4%	15,9%	14,9%	17,1%
Programa 2	100,0%	2,9%	16,5%	21,7%	5,3%
Programa 3	100,0%	2,8%	17,2%	16,8%	4,0%
Programa 4	100,0%	4,1%	19,5%	25,6%	3,9%
Programa 5	100,0%	2,9%	19,7%	18,7%	7,2%
Média	100,0%	3,8%	17,5%	19,0%	8,5%

	TOTAL	DÚVIDAS	PALAVRA	ORAÇÃO	VENDAS	REGIONAL
Programa 1	100,0%	7,5%	7,7%	10,8%	11,2%	9,4%
Programa 2	100,0%	11,8%	25,9%	9,7%	6,1%	0,0%
Programa 3	100,0%	15,2%	27,4%	7,5%	5,7%	3,4%
Programa 4	100,0%	3,6%	21,0%	13,1%	5,1%	4,1%
Programa 5	100,0%	16,8%	15,6%	11,0%	4,4%	3,7%
Média	100,0%	10,7%	18,8%	10,3%	7,1%	4,5%

Fonte: programas analisados de 13 a 17 de outubro de 2003, na Rede Bandeirantes de Televisão.

Apesar dos testemunhos (*Novela da Vida Real* e *Abrindo o Coração*) atraírem o público ao pagamento do dízimo, o programa persiste em manter, em média, 8,5% de seu espaço de horário nobre para divulgar telefones e falar diretamente a respeito do dízimo e as ações que o fiel deve tomar para pagar suas dívidas para com a instituição. Já, separadamente, há 7,1% de espaço em que os produtos da Igreja Internacional da Graça de Deus são vendidos (CDs, livros, shows), sejam eles de ordem religiosa ou não.

O que se pode notar é que, somente 40% (menos da metade) do programa *Show da Fé* é destinado à discussões acerca da fé cristã. Nesses 40%, encontram-se o momento de palavra (momento em que o debate gira em torno da Bíblia – 18,8%), de oração (que afirma a fé neopentecostal através da cura divina, prosperidade e luta contra o maligno – 10,3%) e dúvidas, em que os fiéis têm um

contato direto com o apresentador do programa (debate sobre assuntos inerentes ao determinado programa – 10,7%).

Do restante da duração do programa (cerca de 60%) as abordagens dos assuntos carregam o caráter de *fato-omnibus*, na qual o contato com o telespectador é feito através da Teologia da Prosperidade, na supervalorização do diabo (enquanto ser inconveniente e responsável pela desgraça alheia). Essa longa duração se deve às soluções propostas por R. R. Soares a todos os problemas que são mostrados em suas novelas, testemunhos e vendas: associação, dízimo e manutenção do poder do programa televisivo.

6. CONCLUSÃO

A influência do campo da TV sobre o campo da Religião se tornou inevitável. De fato, historicamente o campo da Televisão atinge a todas as pessoas, independente de classificação social e étnica no Brasil (BOURDIEU, 1996, p. 10; BUCCI at al, op. cit., p. 15, 113 passim), provocando uma sensação de integração e comoção nacional na população.

Para o campo da Religião Neopentecostal, uma área em constante crescimento (Veja, 02 de julho de 2002, p. 91), que prega a Teologia da Prosperidade e a vida no presente enquanto humanos “abençoados por Deus”, a TV se transforma no canal preferido de evangelização e conquista de fiéis, como mostra o caso do *Show da Fé*. Porém, qual a reação do público? O que o “fiel do sofá” pode ter de diferente dos outros fiéis evangélicos ou de outros credos?

Este estudo se propôs, em caráter exploratório, a abrir caminho para uma verificação na estreita relação que há entre os campos da TV Mercado e do Neopentecostalismo. E nesse sentido, expôs-se a mercantilização da religião enquanto produto exposto na vitrine de enlatados, de *fatós-omnibus*, que todos os dias se vende no horário nobre da TV Brasileira.

O campo da Televisão, como afirmado anteriormente, não teve ainda condições científicas de ser abordado enquanto objeto único de estudo. O que se vê é a crítica social sobre esta mídia de comunicação de massa que se tornou o maior meio de comunicação do Brasil. Para Bucci (op. cit., p. 17), o Brasil é o país da TV. E para esta mídia que nomeia um país, dividiu-se seu contexto historio em três fases: a TV primitiva – que constituiu o momento da chegada da TV ao país –, a TV consolidada – constituiu o momento da institucionalização da TV brasileira –, e por

fm, a TV Mercado. É esta última fase que constitui a televisão comercial que se encontra hoje no Brasil e no mundo globalizado, regido sob *habitus* ligados às leis de mercado bem como na necessidade de adaptação a todos os outros campos da qual se pode vender algo.

Já o campo da Religião Protestante, segmentado após o reavivamento espiritual ocorrido no século XIX, tem sua estrutura mais complexa. Através do surgimento do Neopentecostalismo, no Brasil dos anos 60, foi possível notar a abertura de um grupo que anteriormente poderia se considerado sectarista e ascetista para “coisas mundanas”. Os *habitus* neopentecostais – a Teologia da Prosperidade bem como a Luta contra o Mal na busca da cura divina – acelera o processo de abertura e da mercantilização religiosa nesse campo.

Quando se colocam em comparação a TV e o Neopentecostalismo, nota-se uma estreita ligação entre seus *habitus*. Os fatos de os Neopentecostais terem encontrado um canal comercial em que seja possível a evangelização provocou uma forte interferência da Televisão sobre a Religião Neopentecostal.

O *Show da Fé* é o exemplo da interferência da TV sobre o campo da Religião. A substituição de cultos por shows, do templo pelo estúdio cenográfico são elementos que provam a comercialização declarada da religião na TV brasileira. E não é somente em questões visíveis que a interferência ocorre. Através da censura invisível (BOURDIEU, op. cit., p. 55), a interferência ficou clara através da transformação de pastores originais em missionários *fast-thinkers*, homens que não mais doutrinam um grupo religioso, mas sim vendem seus produtos divinos ao público telespectador.

Como cita Mariano (op. cit., p. 238), a interferência TV/Religião não traz a destruição de um dos campos, mas sim o fortalecimento comercial de tais áreas,

uma vez que, cada vez mais o *Show da Fé* fica comum aos nossos olhos de telespectadores:

O futuro dessa religião, como já dá mostras de sobra o presente, aponta noutra direção: flexibilização, ajustamento, assimilação, aculturação. Assimilação à cultura ambiente que nunca será total, sempre parcial, mas que, com o passar do tempo, com o crescimento e a progressiva institucionalização e acomodação social do Pentecostalismo, tende a tornar sua agressividade contracultural e sua contribuição cultural cada vez menores, cada vez mais indistintas, e dirá, menos significativas. E isso tende a ocorrer apesar de seu tamanho, presença, visibilidade, soberba e poder político tornarem-se cada vez maiores. (Ibidem)

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Rubem. *Teologia Protestante*, in *História da Teologia na América Latina*. Rio de Janeiro: Ed(?), 1995

BÍBLIA. Português. *Bíblia Sagrada*. Tradução por João Ferreira de Almeida. Brasília: Sociedade Bíblica do Brasil, 1995.

BORELLI, Silvia H. S.; PRIOLLI, Gabriel et al. *Mordidas no Calcanhar: concorrência e segmentação*, in *A Deusa Ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência* – São Paulo: Summus Editorial, 2000. p. 95-108.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Ed. Marco Zero, 1983.

_____. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Os Deuses do Povo*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1980.

BROSE, Reinaldo. *Cristãos usando os meios de comunicação social telehomiléticos*. São Paulo: Edições Paulinas, 1980.

BUCCI, Eugênio et al. *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinqüentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CAMPOS JR, Luís de Castro. *As religiões na História: Pentecostalismo*. São Paulo: Ed. Ática, 1995.

CRENÇAS E RELIGIOSIDADE. Sergio Chapelin. Rede Globo de televisão, 11 jul. 2003, 60 min: color (PAL-M) padrão VHS.

CRIVELLARO, Débora. *Deus está no ar*. Revista Época, Rio de Janeiro, 11 jan. 1999. Mídia e Sociedade, p38-40.

DANTAS, Edna. *Sai, Satanás*. Revista Veja, São Paulo: 09 ago. 1995. Religião, p.80-83..

EDWARD, José. *A força do Senhor*. Revista Veja, São Paulo: 03 jul. 2002. Religião, p. 88-93.

GIOVANNINI, Giovanni. *Evolução na Comunicação: do sílex ao silício*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987, p. 249-280.

HALLIDAY, Tereza Lucia. *Atos retóricos: mensagens estratégicas de políticos e igrejas*. São Paulo: Summus Editorial, 1988.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostalismo: sociologia do novo Pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MELO, Aislan Vieira de. *Religião e afirmação étnica no Brasil contemporâneo: notas sobre a conversão no campo religioso brasileiro*. In <http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/aislan_vieira_de_melo.htm>.

Acesso em: 05 jul. 2003.

MOREIRA, Wladimir Blossonia Virgínia. *Os meios eletrônicos a serviço da fé: um caso brasileiro*. Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo: ECA/USP. Edição XV, 02 de jul. - 1 dez. 1992.

RIBEIRO, José Wagner. *O Marketing como instrumento de manipulação da fé*. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande: INTERCOM, 2001.

ROLIM, Francisco Cartaxo. *O que é Pentecostalismo*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1987.

SEPAL on-line. São Paulo: Junho, 2003. *Panorama e análise dos Evangélicos – 2003*. Disponível em <<http://www.infobrasil.org/>>. Acesso em: 09 dez. 2003

SHOW DA FÉ. R. R. Soares, Rede Internacional de Televisão, 12-17 out. 2003, 60min: color (PAL-M) padrão VHS.

SOARES, Luciano Saramago Pinheiros. *Mídia eletrônica: o palco do novo templo*. 1994. Doutorando Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1994.

SOARES, Romildo Ribeiro. *As bênçãos que enriquecem*. Rio de Janeiro: Graça Editorial, 1985.

VALLADARES, Ricardo. *Templo é dinheiro*. Revista Veja, São Paulo: 13 set. 2000. Televisão, p.140-141.

_____. *Todo mundo quer um programa*. Revista Veja, São Paulo: 23 jul. 2003. Televisão, p.104-105.

VIEIRA, Leocélia Aparecida. *Projeto de pesquisa e monografia: o que é? Como se faz? Normas da ABNT*. Curitiba: Ed. do Autor, 2003.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, Curitiba. *Normas para apresentação de documentos científicos, 2*. Curitiba, 2002

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 1983.

ANEXOS

ANEXO 1 – REVISTA VEJA. *Sai Satanás*. 9 ago 1995, p. 80-83.

ANEXO 2 – REVISTA ÉPOCA, *Deus está no ar*. 11 jan 1999, p. 38-40.

ANEXO 3 – REVISTA VEJA, *Templo é Dinheiro*. 13 set 2000, p. 140-141.

ANEXO 4 – REVISTA VEJA. *A Força do Senhor*. 3 jul 2002, p. 88-95.

ANEXO 5 – REVISTA VEJA, *Todo Mundo quer um Programa*. 23 jul 2003, p. 104-105.

ANEXO 6 – SEPAL. *Panorama e Análise dos Evangélicos 2003*

<www.infobrasil.org.br>. Acesso em: 23 nov 2003.

ANEXO 1

9 DE AGOSTO DE 1995

veja

BIBLIOTECA PUBL. DO PARANÁ
R. CANDIDO LOPES 133
CENTRO CURITIBA
80020-080

O HOMEM DO IMPOSTO

A luta do ministro da Saúde, Adib Jatene, pela volta do IPMF

Sai, Satanás

Exorcismo por atacado e depoimentos na TV são as novas armas da Igreja Universal

EDNA DANTAS

As sextas-feiras, os demônios estão à solta nos 2 000 templos da Igreja Universal do Reino de Deus espalhados pelo Brasil. Exu-Caveira, Tranca-Rua, Oxalufã, Pombajira, Maria-Bonita e os habitantes do inferno, liderados pelo deus do mal, Lúcifer, materializam-se no corpo dos fiéis. Com suas vozes enervadas, mãos em forma de garras e virados para trás, eles rosnam e xingam. "Sai, Satanás, sai", gritam os pastores nesse ritual de exorcismo que se tornou a máxima da Igreja Universal para atrair novos seguidores. Os exorcismos podem acontecer em qualquer dia, mas as sextas-feiras são malditas e dedicadas à expulsão dos espíritos do mal.

O "Dia da Libertação", como é chamado o ritual das sextas-feiras, tem um número cada vez maior de fiéis, interessados em se livrar das entidades nefastas que os impedem de ser felizes na família, resolver problemas de saúde, arranjar um emprego e progredir na vida.

Em um ritual coletivo, emocional e impressionante, animado pelos depoimentos do pastor ao microfone e orações dos "obreiros", seguidores que prestam serviços voluntários à Igreja, murmuradas ao ouvido do endemoniado. Os templos da Igreja Universal estão abertos geralmente em grandes salões, cinemas ou teatros desativados, com cadeiras para os fiéis e um palco, com púlpito, para o pastor. No Dia da Libertação, todos são convidados a ficar em pé e fechar os olhos. Seguem-se orações, cantos e gritos que podem durar até três horas ou até o último demônio ser expulso. Nos grandes templos, como a sede nacional da Igreja Universal, na Avenida Celso Garcia, em São Paulo, quarenta pessoas podem ser exorcizadas numa mesma sexta-feira.

O exorcismo começa lentamente no Dia da Libertação. Em alguns templos, faz-se um diagnóstico dos problemas mais comuns entre os fiéis, antes que eles entrem na igreja. A primeira parte do ritual é dedicada a orações pelo bem dos fiéis. São quase vinte minutos de reza, com o pastor ajoelhado no palco, de costas para o público e a cabeça apoiada no encosto de uma cadeira. De fundo, o som de um órgão. Ele fala com voz suave, macia, ao microfone:

— Estamos aqui orando por todos os que têm os seus caminhos amarrados por obras de bruxaria, feitiçaria, macumbaria, inveja, olho grande; pessoas que tiveram contato com entidades, que ouvem vozes e vêem vultos.

Na platéia, algumas pessoas começam a se mexer. Pendem o corpo para a frente ou para trás. Parecem estar entrando numa espécie de transe. Algumas choram. Os obreiros circulam entre as cadeiras, atentos à reação dos fiéis. Em seguida, passada a emoção da primeira oração, todo mundo sentado, os demônios são chamados à vi-

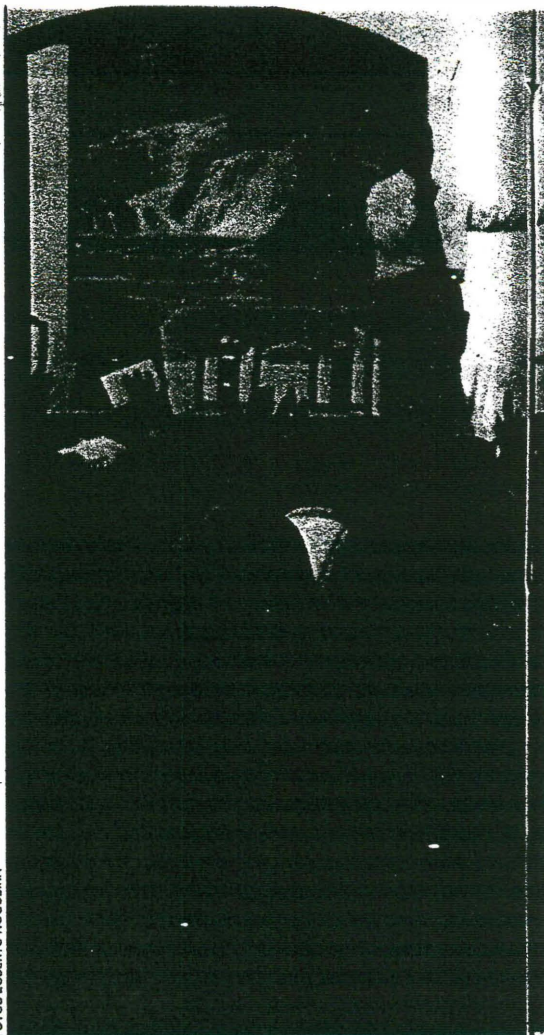
da, aos gritos, pelo pastor:

— Eu quero que os espíritos malditos, os demônios que estão na vida dessas pessoas, colocando a miséria, os problemas, o desemprego, a doença, as brigas, saiam! Podem se manifestar, vamos! Manifesta Exu-Caveira, o Tranca-Rua, a Pombajira. Você que está trancando os aumentos salariais das pessoas. Você que está tirando a felicidade das pessoas. Você que está no estômago, nas pernas, na cabeça, na vida financeira. Vá saindo, já. O Lúcifer, o Oxalufã, a Maria-Bonita, vão-se manifestando. Vocês serão queimados. Vão ser queimados em nome de Jesus. Sai, sai, sai!

Números universais

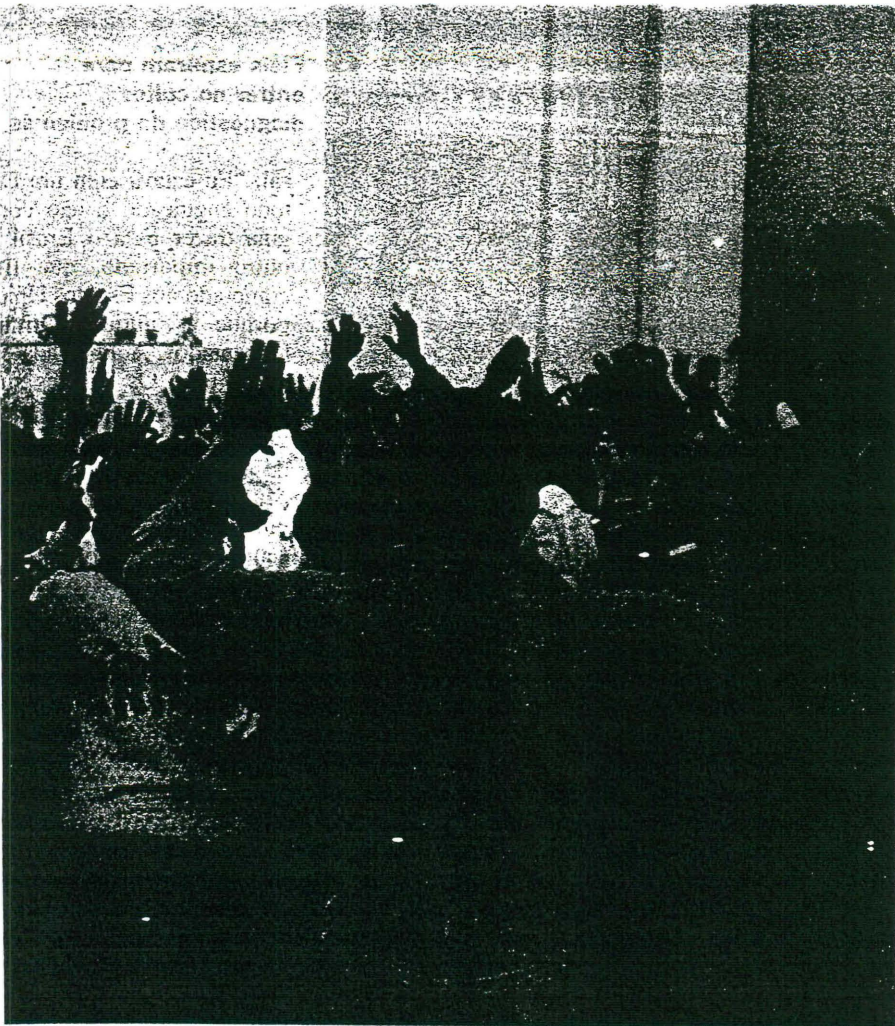
Fiéis: **3 milhões**
Templos: **2 000**
Países em que atua: **32**
Patrimônio: **400 milhões de dólares**
Bispos: **37**
Pastores: **7 000**
Média de exorcismos por culto: **5**
Rede Record: **22 emissoras, 60 repetidoras, 24h no ar**

FOTOS EGBERTO NOGUEIRA



Terezinha: transe na primeira vez

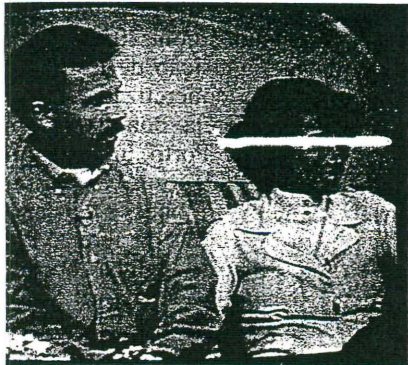
Em diferentes pontos do salão, os fiéis entortam os braços para trás, viram os pés, balançam a cabeça freneticamente. Um obreiro corre para acudir. Reza baixinho no ouvido da vítima. O pastor pede aos fiéis que orem por essas pessoas. "Sai, sai, sai", gritam em coro. Os espíritos do mal mais teimosos são arrastados para a frente do palco. Alguns, para cima do palco. O pastor os entrevista. Quer saber quem é, quantos são os demônios, como se apossaram da pessoa e por quê. "Eu não gosto dessa pessoa", rosna um demônio, no corpo de um homem de meia-idade. "Ajoelha diante do Senhor Jesus", ordena o pas-



Os cultos da Igreja Universal: orações emocionais, gritaria, choradeira e hinos no final

Brasil, os carismáticos voltaram a fazer sucesso entre os católicos e a Igreja Universal procurou outros rebanhos.

Embora continuem no embate por espaço religioso com a Igreja Católica, os evangélicos agora atiram contra as práticas mediúnicas. Com as mesmas armas. "A eficácia da experiência religiosa do adversário acaba sendo legitimada, assumida como real pelos crentes da Universal", afirma o sociólogo Ricardo Mariano em sua tese sobre os neopentecostais para a Universidade de São Paulo. "Eles acreditam piamente que os demônios assumem as formas manifestas nos transe com as entidades afro-brasileiras", diz. A Igreja Universal tomou emprestado da umbanda e do candomblé até o nome dos diabos, como Exu, Pombajira e Maria-Bonita. O sincretismo do espiritualismo católico com a escatologia das religiões mediúnicas fez da Igreja Universal o lugar ideal para aqueles que, mesmo indo à missa todos os domingos, têm um pai-de-santo. Boa parte dos exorcizados pelos pastores evangélicos já tinha passado pelo candomblé ou pela umbanda.



Marcos e Ivete: livres do demônio



O pastor Mauzer: estilo "mauricinho"

enquanto os obreiros seguram o fiel pela cabeça. "Ajoelha, Exu, ajoelha", grita. Gritos do pastor e do demônio se unem. Na audiência, gente reza, chora, remexe o corpo. E o culto se prolonga. São várias sessões de exorcismo, cada uma dedicada a um problema, como dinheiro e amor. No final do Dia da Libertação, todos dançam e cantam hinos de agradecimento.

Os cultos promovem um ritual de êxtase coletivo, de catarse", explica o psicanalista Marcos Callia, da Sociedade Brasileira de Psicologia Analítica. "O ritual vai além do religioso e se mistura com os problemas que as pessoas estão vivenciando.

Em um caldeirão propício para que a simbologia do diabo possa aparecer." O ritual do exorcismo é uma das armas mais eficazes da Igreja Universal para atrair adeptos das religiões mediúnicas, como a umbanda, o candomblé e o espiritismo. No início de sua história, há quase dez anos, a Igreja Universal era concorrente direta da Igreja Católica, naquela época envolvida com a Teologia da Libertação. A igreja do bispo Edir Macedo oferecia conforto espiritual aos fiéis que se sentiam incomodados com a veia política dos padres católicos. A Igreja Católica mudou, o papa João Paulo II desmontou a Teologia da Libertação no

FORMIGUEIRO E CEMITÉRIO — A dona de casa Ivete Moura, 38 anos, já tinha experimentado até o suicídio. Procurou a umbanda e o candomblé, fez trabalhos em formigueiro e cemitério e não conseguiu resolver os problemas da família. O marido, Marcos, tinha uma amante atrás da outra, era briguento e não arranjava emprego. A família, com três filhos, não se entendia. Ivete acredita que tudo melhorou quando começou a frequentar a Igreja Universal, aconselhada por uma vizinha mãe-de-santo. Numa das visitas ao templo, a filha do casal, Lana, então com 13 anos, foi exorcizada. "Ela estava possuída por um monte de demônios, como o Exu-Caveira, o Exu-Cemitério e a Pombajira, que infernizavam a nossa vida", conta Ivete. Cinco obreiros foram necessários para segurar a menina naquele dia. Dois anos depois, toda a família está convertida. Lana acha-se prestes a se casar com outro integrante da igreja, candidato a pastor. "Eu consegui a graça que pedi a Deus, que era ver a minha família unida", acredita Ivete. Na verdade, foi uma graça pela metade. O marido, Marcos, encontra-se desempregado novamente.

O exorcismo da Igreja Universal também é responsável pela conversão da costureira Terezinha Oliveira Silva Souza, de 38 anos. Ela entrou em transe logo na sua



Fiéis esperam para entrar no culto: diagnóstico de problemas

sal: "Eu estava com um carro todo enguiçado e não conseguia trazer para o Brasil um outro importado, que tinha comprado nos Estados Unidos, porque as alíquotas tinham aumentado". A advogada estava na pior. Os clientes sumiram, os cheques especiais tinham estourado e os cartões de crédito estavam vencendo. Marlene fez a "corrente" dos empresários e na terceira semana conseguiu duas novas causas, suficientes para eliminar todos os papagaios atrasados e transportar o carro — um reluzente conversível vermelho, devidamente mostrado pelas câmaras da emissora.

ADILTE

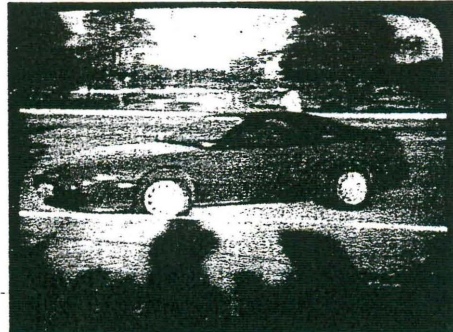
São estratégias como essas que garantem o bom desempenho da Igreja Universal do Reino de Deus — como religião e como empresa. Calcula-se que os evangélicos ligados ao bispo Edir Macedo somem 3 milhões de pessoas no Brasil. Além disso, Edir Macedo já levou sua igreja para outros 32 países de quatro continentes. Portugal é o segundo maior centro de evangélicos depois do Brasil. Lá, já existem cerca de cinquenta templos com 200 000 fiéis. A mais recente aquisição de Edir Macedo em Portugal foi concretizada na semana passada. Sua igreja comprou a maior casa de shows do Porto, uma das principais cidades portuguesas. O Coliseu do Porto custou 6,5 milhões, e vai servir de palco para os cultos da igreja. Poucos meses antes, o bispo já tinha abocanhado outro tesouro — a Brixton Academy, uma casa de rock em Londres. O negócio atingiu cerca de 7 milhões de dólares. Sinal de que o espírito da cobiça ainda não foi exorcizado. ■

primeira visita a um templo da Igreja Universal, na Vila Galvão, em Guarulhos. "Depois que começaram as orações, não vi mais nada", conta ela. A filha Rosângela, que a acompanhava, viu a mãe falar grosso e gritar como uma condenada. Terezinha acredita que se livrou ali da epilepsia, que a obrigava a tomar oito remédios diferentes. "Peguei os remédios e as magens de santo que tinha em casa e levei para a igreja", diz ela. "Nunca mais precisei de nada disso." Terezinha só não conseguiu ainda reatar o casamento com o marido. "Eu aguardo que ele se converta a Jesus Cristo", diz ela, conformada.

Testemunhos como os de Marcos, Ivete e Terezinha são o pilar de sustentação do sucesso da Igreja Universal via televisão. As sete horas de programação religiosa da TV Record, propriedade da Igreja Universal, estão recheadas desse tipo de depoimento. São três programas diários na madrugada. *Palavra de Vida* é apresentado da 1 às 4 da manhã. Seu âncora é o pastor Roberto Mauzer, um autêntico "mauricinho" de olhos azuis, barba feita, cabelo bem cortado e jaquetões impecáveis. Em seguida, vêm *Jesus Verdade e Despertar da Fé*, das 5 às 8 horas. A TV Record é a única emissora brasileira a ficar 24 horas no ar, embora em caráter experimental. Os depoimentos mais longos são dados ao vivo, em um dos estúdios da TV Record em São Paulo. Os mais curtos são gravados nos cultos e reapresentados na TV. Como

desempenho comercial na televisão, os programas religiosos são um fracasso. A audiência medida pelo Ibope oscila entre 1 ponto e traço. Mas é inegável que eles atraem para os templos fiéis que não pagam anúncio na TV mas estão dispostos a contribuir com as várias campanhas para arrecadação de dinheiro. A mais recente bancou a ida de sete bispos e suas mulheres ao Monte Sinai para levar os pedidos feitos por seus fiéis.

IMPORTADO PELA GRAÇA DE DEUS — Sucesso igual ao dos exorcizados fazem os depoimentos de fiéis que conseguiram resolver suas pendengas financeiras. Na Igreja Universal, Deus é invocado até para intermediar importação de carros. Num dos testemunhos levados ao ar durante o programa da manhã, por exemplo, uma advogada que se identificou apenas como Marlene contou que sua vida estava um inferno antes de conhecer a Igreja Univer-



Marlene e seu conversível na TV: intervenção divina para liberar os importados

ANEXO 2

Reportagem: as vítimas do tráfico de drogas nos morros cariocas



MODERNA REVISTA SEMANAL DE INFORMAÇÃO

DESEMPREGO
A crise é
maior
que a Ford

Ano I Nº 34 11 de janeiro de 1999 R\$ 3,50

TORA
BO

VENDA PROIBIDA

Auto-estima recuperada

CÂNCER DE MAMA

A reconstrução dos seios ajuda a mulher
a enfrentar o pesadelo da doença

DÍVIDAS DOS ESTADOS

"Ajo como Tiradentes"
Itamar Franco, governador de Minas

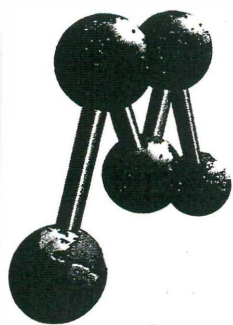
"Itamar é um irresponsável"
Ministro Pimenta da Veiga



MÍDIA

Deus ESTA NO AR

**Prósperos e moderninhos,
os líderes da Renascer
prometem salvar
a Rede Manchete**



A tema figura do pastor de paletó amassado e Bíblia nas mãos, batendo de porta em porta para orientar seus fiéis, tornou-se cena de filme antigo ou novela de época. Uma parte dos protestantes do fim do milênio quer holofotes. Mais que isso: quer usar o poder da mídia para expandir seu credo. Sonha com milhões de telespectadores vidrados numa TV

curvando pregações emocionadas e repletas de bordões de auto-ajuda. Na esteira da Igreja Universal do Reino de Deus, que detém a Rede Record, terceira em audiência no país, a Igreja Renascer em Cristo associou-se no último dia do ano passado à combatida Rede Manchete, que naufraga num mar de dívidas. O lance esquentou a guerra santa na TV. Agora, das sete grandes redes de emissoras abertas do país, duas estão ligadas a grupos neo-

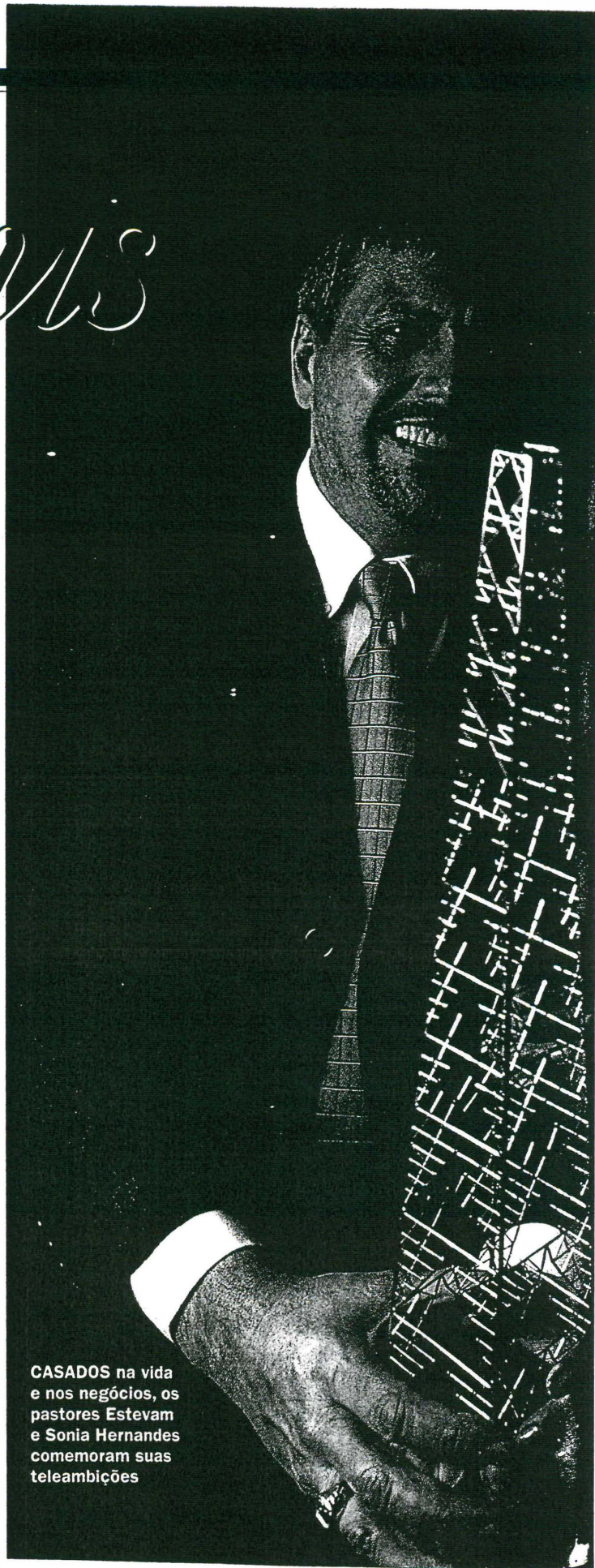
pentecostais, facções evangélicas que pregam com maior ênfase a prosperidade material nesta vida do que a salvação eterna. Ao que tudo indica, essa teologia pragmática, pelo menos para seus mentores, tem dado certo. Com a ajuda da mídia eletrônica, ficou mais fácil para eles arrebanhar fiéis, arrecadar dízimos e escapar de crises financeiras. A sola de sapato gasta daquele bom pastor ficou para trás. Evangelização, agora, é coisa para estúdios refrigerados.

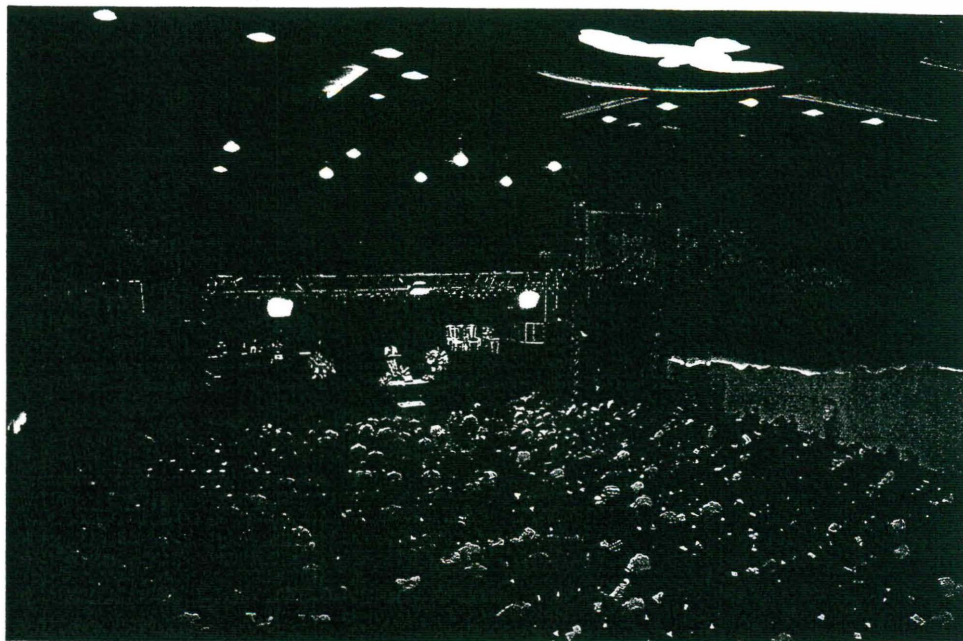
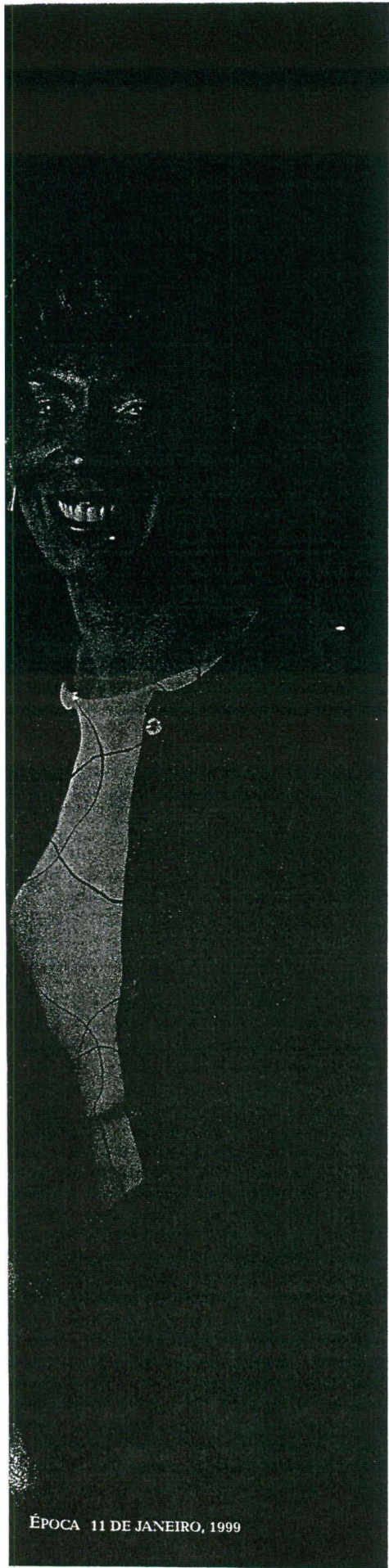
TENSÃO

Funcionários na sede da emissora, no Rio: greve por salários e emprego garantido



CASADOS na vida e nos negócios, os pastores Estevam e Sonia Hernandes comemoram suas teleambições





SUPERTEMPLO No bairro do Cambuci, em São Paulo, esta é a sede nacional da Renascer. Tem paredes decoradas, palco para pregações ou shows e platéia cheia

A transferência da Manchete está sendo chamada de parceria pelos executivos da TV e da Renascer Gospel Comunicação (RGC), produtora que tem como sócio Antônio Carlos Abbud, bispo-primaz da Renascer e braço direito de Estevam Hernandes, 44 anos, líder máximo da igreja. Por enquanto, nenhum dinheiro foi injetado, garantem os protagonistas da negociação. Os novos sócios passam a dividir com os antigos dirigentes a operação da emissora, mas não se responsabilizam por suas dívidas, estimadas em R\$ 500 milhões. O objetivo é recolocar três programas no ar (*Frente a Frente*, *Mulher de Hoje* e *Jornal da Manchete*) nos próximos dias, recuperar anunciantes perdidos e conquistar outros. Meta para os próximos meses: garantir 4% do mercado de anunciantes das TVs abertas.

No entanto, os salários atrasados dos 3 mil funcionários da emissora, que não recebem desde setembro do ano passado, têm poucas chances de ser regularizados. O pagamento de janeiro está garantido, dizem os novos parceiros, mas terá de ser feito em duas parcelas – uma no dia 25 e outra no quinto dia útil de fevereiro. O clima entre os funcionários da rede, fundada em 1983 por Adolpho Bloch, morto há pouco mais de três anos, nada tem a ver com o azul celestial que tingia as paredes dos templos da Renascer. Osmar Gonçalves, su- ►

IGREJAS NA MÍDIA

UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

- **Rede Record:** 80 canais entre emissoras e retransmissoras.
- **Rede Família:** transmitida por parabólica.
- **Rádio:** 70 emissoras pelo país.

IGREJA CATÓLICA

- **Rede Vida:** aberta, em rede nacional.
- **TV Canção Nova:** de São Paulo, em UHF.
- **Rádio:** 180 emissoras pelo país.

RENASCER EM CRISTO

- **Rede Manchete:** em negociação. Já tem quatro programas no ar.
- **TV Gospel:** em UHF e assinatura.
- **Rádio:** AM 920, do Rio, e Rádio Manchete FM, nas principais capitais.

ASSEMBLÉIA DE DEUS

- **Rede Manchete:** aluga um horário na programação.
- **Jesus Sat:** transmitida por parabólica.

IGREJA DO EVANGELHO QUADRANGULAR

- **Rede Manchete:** aluga um horário na programação.
- **Rádio:** quatro emissoras.

IGREJA ADVENTISTA DO SÉTIMO DIA

- **Rádio:** 21 emissoras pelo país.

EMBALO
Jovens se
convertem
ao som
animado do
gospel



O TRIO
Hernandes,
Gonçalves
e Abbud
(da esq. para
a dir.): a
nova cúpula

perintendente da emissora, anuncia cortes. "Não queremos estabilidade, mas a garantia de que 80% dos empregos serão mantidos", diz Janice Caetano, representante dos empregados. Enfim, nada lembra os bons tempos do grupo, cuja sede localiza-se no Aterro do Flamengo, cartão-postal do Rio, mas deve ser transferida para São Paulo.

O panorama ainda é nebuloso. Logo depois de anunciada a parceria, especialistas em concessões de TV questionaram a legalidade da transferência. O acordo deveria ter passado pelo crivo do Ministério das Comunicações, que garante não ter sido consultado. O ministro Pimenta da Veiga afirma que receberá apenas uma comissão de funcionários da Manchete. "A situação é complicada, pois envolve orçamentos familiares comprometidos", diz o ministro. Enquanto permanecem as dúvidas legais, a nova cúpula dispõe-se a ressuscitar a Manchete, tirando-a do abismo de R\$ 500 milhões de dívidas. Da antiga formação, só continuará Gonçalves, há 30 anos no grupo Manchete. A seu lado estarão os irmãos Antônio e Ricardo Abbud e Felipe Hernandes, filho de Estevam, todos da Renascer.

A igreja ostenta como membro de maior audiência a bispa Sonia Hernandes, 40 anos, mulher de Estevam. Sonia notabilizou-se ao cunhar frases como "Deus é uma coisa muito quentinha e gostosinha", ou "Jesus era um cara muito pirado, não morreu, apenas deu um tempo". Com essas pérolas evangélicas, ela

fez seu público. Fundada em 1986, a Renascer teve um crescimento assustador. Começou numa pizzaria na Zona Sul de São Paulo e hoje tem mais de 200 templos, quatro deles fora do país (um nos Estados Unidos, um na Espanha e dois no Uruguai). Na época da criação do empreendimento religioso, o administrador de empresas Estevam era gerente de marketing da Xerox, e a nutricionista Sonia, dona de uma boutique chamada La Belle Femme. Hoje, Estevam toca a Fundação Renascer, braço assistencial e cultural da entidade, que ainda tem uma gravadora, a Gospel Records, além de centros de apoio a viciados e moradores de rua. Sonia é apresentadora dos programas *De Bem com a Vida* e *Espaço Renascer*, na Manchete.

A pregação dos pastores da Renascer tem semelhanças com a Universal e as demais igrejas neopentecostais que fervilham no país desde os anos 80. Além de estimular a busca de uma vida terrena melhor, eles são mais flexíveis nas questões morais. Criadora do slogan "Deus é Dez", a Renascer guarda, porém, peculiaridades. Foi a responsável pelo fenômeno da música gospel no Brasil, atraindo para seus cultos milhares de jovens. Com o tempo, lembra o sociólogo Ricardo Mariano, estudioso das correntes neopentecostais do país, os líderes da Renascer perceberam que precisavam também atrair os pais desses jovens. Motivo, segundo Mariano: o dízimo da *garotada era mo-*

desto demais. Foram criados então cultos para famílias e empresários. Com isso, a Renascer tornou-se a igreja evangélica que mais acumula fiéis de classe média: são cerca de 20% do rebanho. Na Assembléia de Deus, por exemplo, eles não passam de 4%.

O "apóstolo" Hernandes diz que sua igreja tem sido alvo de perseguições e foge do rótulo de pregador da prosperidade. "Quem não quer o melhor para seus filhos? E que mal há em ter um carro importado se você trabalhou duro para isso?", prega Hernandes, dono de um BMW. Ele garante que todo o dinheiro da igreja vem das doações recolhidas nos templos. Os fiéis serão agora chamados a aumentar a contribuição para tirar a Manchete do buraco, diz o pastor.

O relacionamento da Manchete com essa igreja não é de hoje. Há sete anos está no ar o programa *Espaço Renascer*, animado nas madrugadas pela bispa Sonia. Outras igrejas pentecostais também alugam horários na emissora. Unindo esperteza a um certo ecumenismo evangélico, o bispo Abbud garante que elas poderão continuar. "Queremos programas que deem lucro." Enquanto isso, Estevam e Sonia planejam novas atrações. Depois dos jovens e dos adultos, voltam suas baterias para as crianças. Falam em programas baseados em histórias bíblicas. Mas com muito pique. Afinal, Deus também é alegria. ■

DÉBORA CRIVELLARO

"Era um sonho antigo ocupar
esse espaço, ou seja,
ter uma TV. A mídia é o modo mais
eficaz de evangelizar."

SONIA HERNANDES,
40 anos, fundadora da Renascer
e apresentadora de TV



TRUNFO
Desde jovens
pregando, eles
criaram um
estilo informal

ANEXO 3

www.veja.com.br

Editora ABRIL - edição 1666
ano 33 - n° 37 - R\$ 4,50
13 de setembro de 2000



veja

OLIMPIADAS

Corpo

As lições dos atletas
sobre saúde cardíaca,
peso, nutrição,
longevidade
bem-estar

A atleta
australiana
de nado
sincronizado
Naomi Young

Z/S:0005 P133/117 EX7/19 DPA-CAB
DPA-CAB
CDD ASS 285529707-007 00037
EXEMPLAR EXCLUSIVO PARA:
BIBLIOTECA PUEL DO PARANA
R CANDIDO LOPES 133
CENTRO 841176133
84020-050 CURITIBA PR 133/117

Como funciona a máquina milionária dos Jogos de Sydney

Templo é dinheiro

O rosto que mais aparece na TV brasileira é o do pregador evangélico R.R. Soares

Ricardo Valladares

O campeão de aparições na televisão brasileira é o missionário evangélico Romildo Ribeiro Soares — ou R.R. Soares, como ele prefere que o chamem. Pregador de fala mansa, que não faz gestos bruscos nem se descabelar, ele é o líder da Igreja Internacional da Graça de Deus, cuja sede fica no Rio de Janeiro. Comanda dois cultos televisivos e tem quase 100 horas semanais em emissoras de TV-aberta. Um dos programas leva seu próprio nome e vai ao ar diariamente na Gazeta e CNT, entre 19h30 e 21h45. O outro traz a denominação de sua igreja e ocupa manhãs e madrugadas na Bandeirantes, na CNT, na Gazeta, na Rede TV! e em algumas afiliadas do SBT. A compra de todo esse espaço no vídeo não fica por menos de 2,5 milhões de reais por mês. Mas o investimento dá frutos. Apenas no último ano, período em que apareceu no horário nobre da Gazeta, Soares aumentou o número de seus templos de 500 para 700. Estima-se que tenha hoje 500 000 seguidores ou “associados”, como gosta de dizer, espalhados entre o Brasil, o Uruguai e Portugal. Muitos desses fiéis — e alguns pastores, como o famoso Ronaldo Didini, ex-apresentador do programa 25ª Hora — são oriundos de outras igrejas evangélicas. Dentre elas, a poderosa Universal, que Soares conhece de perto. Casado há 27 anos com Maria Magdalena Bezerra, irmã do bispo Edir Macedo, ele ajudou seu cunhado não apenas a fundar a Universal, mas também a criar um modelo de televangelismo adaptado ao Brasil.

Há quem desconfie de que Soares e Edir Macedo mantêm secretamente

uma sociedade. O dono da Igreja da Graça, no entanto, é categórico ao afirmar que não tem nenhum relacionamento comercial com o cunhado. “Eu e Edir mantemos somente relações cordiais e nos vemos raramente”, diz. A versão oficial é que ambos se desentenderam no começo dos anos 80. Soares não concordaria com o estilo agressivo e barulhento dos cultos da Universal. Ele é realmente bem mais discreto do que Macedo. Difícil imaginá-lo envolvido num escândalo como o do pastor

que chutou uma imagem de santa. Mas, ao lado das diferenças, também há muitas semelhanças. Basta assistir aos programas da Igreja da Graça para comprovar. Eles começam com a pregação. Nesse ponto, Soares introduziu uma novidade de sucesso: a presença, no canto da tela, de uma intérprete da linguagem dos surdos-mudos. Ela se chama Lessandra de Souza



O bispo Edir Macedo, da Universal: cunhado

Dias, tem 21 anos e já começa a ser reconhecida e a dar autógrafos nas ruas. Depois da mensagem do missionário, há testemunhos de pessoas que teriam recebido uma bênção. Como Edir Macedo, Soares tem uma veia acentuada de charlatanismo: faz supostos exorcismos e diz que é capaz de curar doen-

ças, do lumbago até a Aids. Para finalizar vêm, é claro, os pedidos de dinheiro. Boletos bancários são distribuídos entre os fiéis. A contribuição sugerida é de 30 reais.

Soares afirma que quase todos os recursos obtidos dessa forma são reinvestidos nos programas de televisão. Recursos adicionais para impulsionar sua igreja viriam de outras fontes. Ele é dono de uma gráfica, de uma gravadora e de uma editora de livros, todas



Na frente das câmaras

Nenhum apresentador brasileiro chega perto das 100 horas semanais que R.R. Soares ocupa na televisão. Veja o tempo que cada um tem no vídeo de domingo a domingo

Fonte: emissoras



Eliana
15 horas



Sérgio Mallandro
9 horas



Gugu
6 horas e meia



Soares no batente e a intérprete da linguagem dos surdos-mudos Lessandra (no destaque): ele já tem 500 000 seguidores

do viaja, Soares vai de classe econômica. "Sou pequeno, não me incomodo com o aperto", diz ele, que tem 1,66 de altura. Formado em direito, já tentou eleger-se deputado federal pelo Estado do Rio de Janeiro, mas fracassou. Ainda assim, afirma ter no currículo um feito político de primeira grandeza: a derrubada do comunismo. "Eu fiz uma oração em 1989 e pouco depois o Muro de Berlim veio abaixo", conta ele. Esse Soares está saindo melhor do que a encomenda... Apesar da fé inabalável na proteção divina, há uma coisa de que Soares tem medo: seqüestros e assaltos. Por causa disso, prefere manter segredo sobre quais os carros que ele, a mulher e os cinco filhos dirigem. "Sabe como é o Rio de Janeiro", lamenta.



Soares evita falar no assunto, mas está mais do que evidente qual é o seu grande sonho: adquirir a concessão de um canal. "Ao contrário de outras igrejas, que têm investido muito em rádio para se expandir no interior do país, a Igreja da Graça mantém a aposta na televisão. É uma de suas marcas distintivas." Quem diz é o sociólogo Ricardo Mariano, da Universidade de São Paulo, autor de um estudo alentado sobre os novos cultos pentecostais no Brasil. Seis meses atrás, Soares tentou comprar sua primeira emissora, em Mato Grosso. O negócio não deu certo. A partir do próximo mês, no entanto, ele poderá ser visto durante mais tempo ainda nas cidades cobertas pelo sinal da rede CNT, de seu amigo José Carlos Martinez. Ele comprou outras sete horas diárias na emissora e ficará no ar do começo da madrugada até as 10 horas da manhã. O diabo que se cuide.

ltadas para o público evangélico. A itora tem cerca de 100 títulos em catálogo. Vinte foram escritos pelo próprio Soares, entre os quais *Como Tornar Posse da Bênção*, que já vendeu mais de 1 milhão de exemplares. Os produtos mais importantes, no entanto, são o *Jornal do Associado*, com tiragem de 1,5 milhão de exemplares, e a *Revista da Graça*. Neles, podem-se ler reportagens como "Cineastas americanos apelam para temas diabólicos" e

matérias sobre pessoas que teriam sido salvas pela fé. Como não poderia deixar de ser, Soares sustenta idéias como a de que homossexuais são pessoas possuídas pelo demônio. "Uns dizem que é safadeza, outros que é doença, eu digo que é um espírito maligno", prega ele. "Toda anormalidade é do diabo." Como ele "curaria" Aids e câncer? "Sou usado pelo Senhor e tenho fé na palavra de Deus", resume. Sorte de Soares não viver nos tempos da Inquisição.

Terceiro filho de um pedreiro e de uma dona-de-casa, o missionário capixaba de 52 anos reconhece que vive muito bem hoje em dia. Tão bem que começa a atrair a atenção da Receita Federal. Sua enorme casa em Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, é conhecida como "O Clube do R.R.". Não é do tipo esbanjador e chega a citar um trecho da *Bíblia* sobre o tema: "Não gastai vosso dinheiro naquilo que não é pão". Quan-

io Santos
horas

Faustão
4 horas

CLAUDIO ROSSI

ANEXO 4

VEJA

26

3/JUL/2002

Como promessas



770100 712004

9-7122-9

BIBLIOTECA PÚBLICA
DIVISÃO DE PE

Editora ABRIL - edição 1758
ano 35 - nº 26 - R\$ 5,50
3 de julho de 2002



Abril

veja

www.veja.com.br

Reunião de
100 000 fiéis em
Belo Horizonte

A NAÇÃO EVANGÉLICA

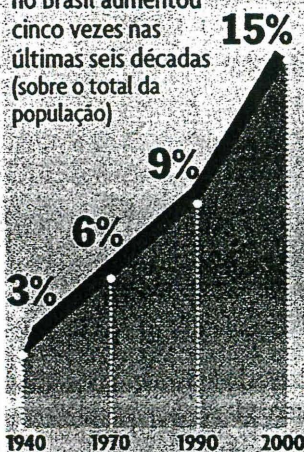
O maior país católico do mundo está
ficando cada vez mais evangélico.
E isso começa a mudar muita coisa no Brasil

A força d

O evento Sermão da Montanha, em Belo Horizonte: mais de 100 000 fiéis celebram a Sexta-Feira da Paixão

A MULTIPLICAÇÃO

O total de evangélicos no Brasil aumentou cinco vezes nas últimas seis décadas (sobre o total da população)

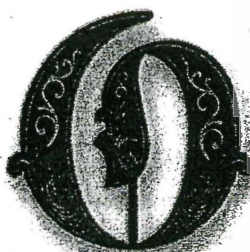


Fontes: Serviço de Evangelização para América Latina (Sepal) e IBGE

O Senhor

O crescimento da fé evangélica está mudando o Brasil dos esportes à política, das favelas aos bairros chiques, dos presídios à televisão

José Edward



O país mais católico do mundo está ficando cada vez mais evangélico. O resultado do censo demográfico no quesito religião, divulgado neste ano, mostra que mais de 15% dos brasileiros — um rebanho de 26 milhões de pessoas — são protestantes. E um porcentual cinco vezes maior que em 1940 e o dobro do de 1980. Em Estados como Rio de Janeiro e Goiás, o índice supera 20% dos habitantes. No Espírito Santo e em Rondônia, os evangélicos passam de um quarto da população. Esse ritmo indica que metade dos brasileiros poderiam estar convertidos em cinco décadas — um tempo mínimo quando se fala em avanço religioso.

As consequências desse crescimento são muitas. Apenas como sinais das alterações a que esse fenômeno pode levar no perfil das famílias brasileiras, vale citar que os evangélicos, mesmo entre os menos escolarizados, têm menor número de filhos que seus vizinhos de outras religiões. Três quartos das mulheres evangélicas casadas usam contraceptivos. Quase 90% dos adeptos de igrejas evangélicas acreditam que a moral sexual do homem e da mulher deve ser igual, e 65% deles preferem casar-se com algum irmão de fé.

Ao contrário do que acontece com os católicos brasileiros, cuja maior parte nasce dentro da religião mas na maioria dos casos não a segue completamente, os evangélicos levam a prática da fé a sério. Para começar, muitos evangélicos são convertidos — ou seja, escolheram aderir a uma religião por conta própria. Por isso, tendem a se tornar militantes da causa, envolvendo-se nos cultos e nas atividades comunitárias desenvolvidas em torno dos templos que frequentam. Segundo dados do Instituto Superior de Estudos da Religião (Iser), 80% dos evangélicos dizem participar das cerimônias e das obras sociais com regularidade — uma porcentagem quatro vezes maior que no rebanho católico.

Assíria Nascimento:
a mulher de
Pelé é uma
estrela da
música
gospel

NELIO RODRIGUES

As religiões cristãs não-católicas, como as evangélicas, têm sua origem no começo do século XVI, quando um monge alemão chamado Martinho Lutero se insurgiu contra Roma. No ano de 1517, revoltado com a venda de indulgências pelo papa, Lutero escreveu suas famosas 95 teses, que pregou na porta da catedral de Wittenberg. Foi o estopim da Reforma Protestante, que se tornaria uma das mais profundas transformações sociais da história humana. Com o tempo, do tronco protestante antipapal foram brotando dezenas de denominações. A mais importante dessas subdivisões, a do pentecostalismo, criada pelo pregador negro americano William Joseph Seymour, foi uma explosão de fé. Hoje há mais pentecostais no mundo do que anglicanos, batistas, luteranos e presbiterianos somados.

Ao proliferarem em todas as camadas sociais, os evangélicos estão produzindo mudanças facilmente detectáveis. A mais visível delas acontece em público. Neste ano, o mais retumbante evento da Semana Santa, o Sermão da Montanha, aconteceu numa praça de nome católico, a Praça do Papa, em Belo Horizonte, mas foi liderado por evangélicos. Cerca de 100 000 protestantes de ramos diversos ali apre-

MOVIDOS PELA FÉ

Estima-se que o "mercado evangélico" no país movimenta mais de 3 bilhões de reais por ano e crie 2 milhões de empregos diretos e indiretos. Veja alguns exemplos

† MÚSICA GOSPEL

96 gravadoras

1 000 artistas e bandas

5 CDs lançados por mês

200 milhões de reais de faturamento por ano

O último disco da cantora evangélica Cassiane já vendeu cerca de 1 milhão de cópias, número equivalente à venda dos últimos discos do padre-cantor Marcelo Rossi e da cantora secular Marisa Monte

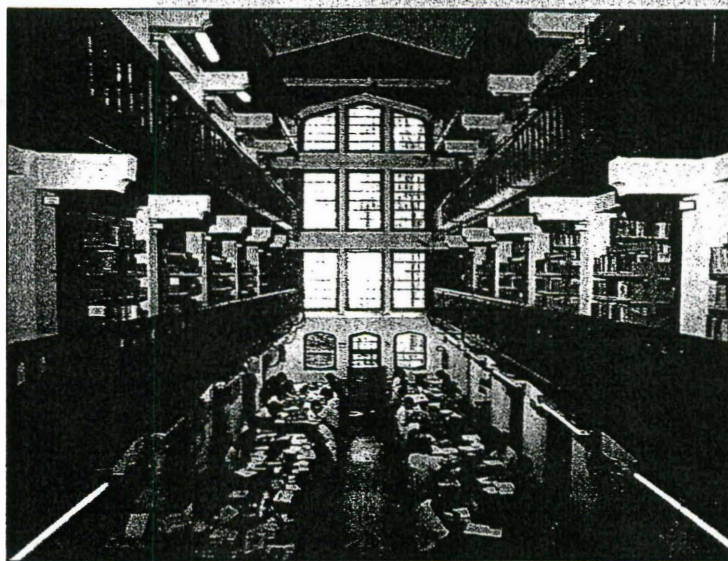
† EDUCAÇÃO

Os protestantes controlam **934** instituições de ensino em vários níveis...

...que recebem **740 000** alunos...

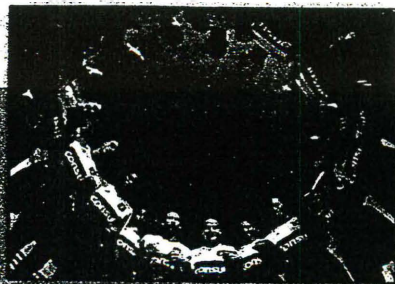
...e faturam por ano **1,7** bilhão de reais

Biblioteca da Universidade Presbiteriana Mackenzie: tradição e pioneirismo



† ESPORTE

Bons de Bíblia e de bola: no São Caetano, a maior revelação do futebol brasileiro nos últimos tempos, metade dos atletas integra o "time de Jesus".



† NEGÓCIOS

Custódio Rangel Pires, presidente da Associação de Homens de Negócios do Evangelho Pleno (Adhonet), que congrega 25 000 empresários: teologia da prosperidade

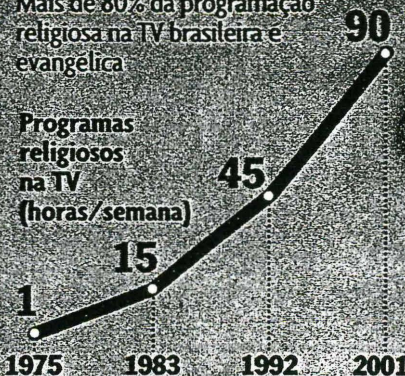


† MÍDIA ELETRÔNICA

Os evangélicos controlam mais de 300 emissoras de rádio e canais de TV no país, com faturamento global acima de meio bilhão de reais por ano. Mais de 80% da programação religiosa na TV brasileira é evangélica.

O pregador televisivo R.R. Soares: espaço comprado em cinco emissoras

Programas religiosos na TV (horas/semana)



† POLÍTICA

A cada eleição, aumenta a representação política dos evangélicos. A "bancada dos crentes" no Congresso Nacional cresceu quase na mesma proporção da bancada dos trabalhadores (PT). Compare:



O presbiteriano Anthony Garotinho orando com pastores da Igreja do Evangelho Quadrangular e o petista Lula em conchavos com o deputado Bispo Rodrigues, da Universal do Reino de Deus

† LIVROS & AFINS

Editoras evangélicas faturam 300 milhões de reais por ano com a venda de 15 milhões de exemplares de bíblias, livros e publicações diversas

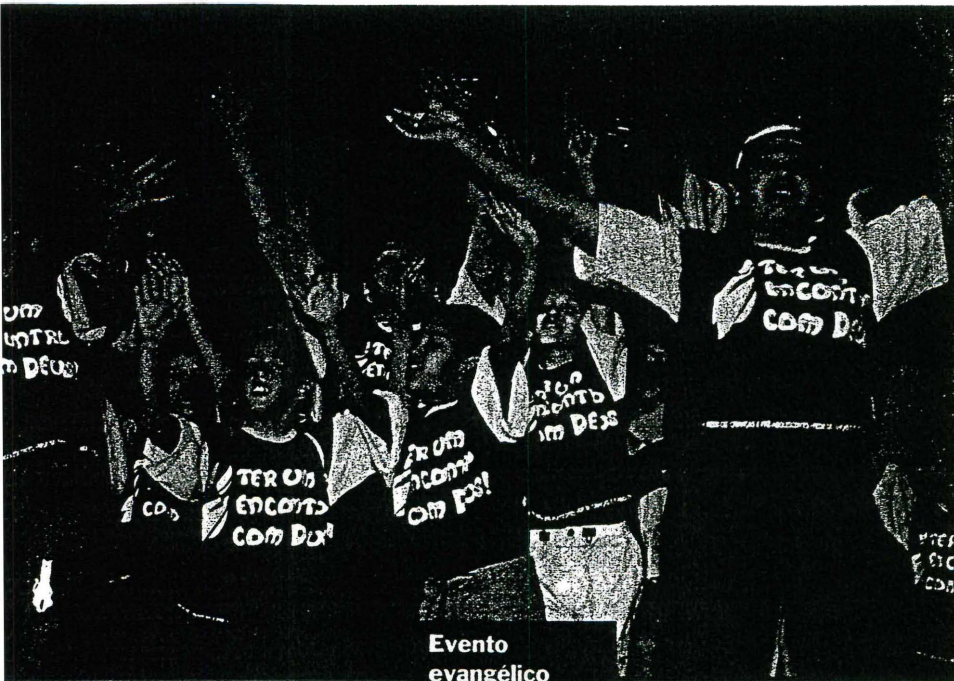


Livro do bispo Edir Macedo, com ataques às religiões afro-brasileiras, já vendeu mais que o último romance do campeão escritor esotérico Paulo Coelho

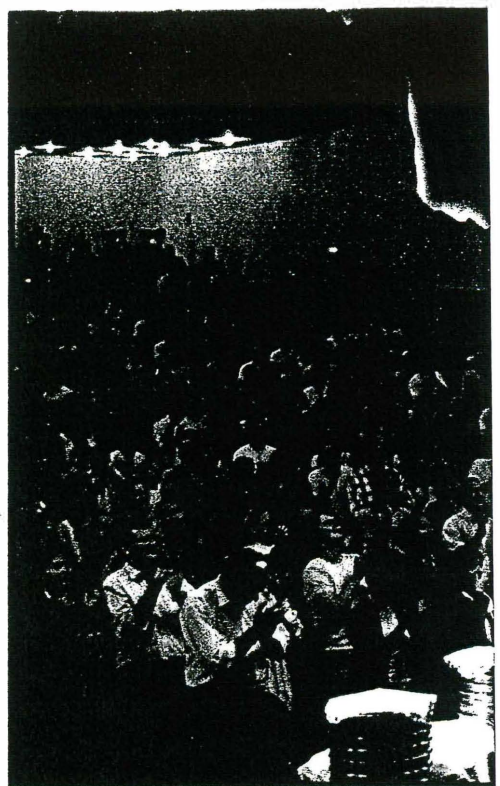
† O HOMEM-BÍBLIA

Nos Estados Unidos, apenas a indústria do entretenimento para evangélicos movimenta anualmente 3 bilhões de dólares. A novela *Left Behind* (traduzida no Brasil como *Deixados para Trás*) — uma série de livros que tem o apocalipse como enredo — já vendeu mais de 30 milhões de exemplares. O filme *The Omega Code*, com a história de um magnata diabólico que rouba um código bíblico secreto e tenta dominar o mundo, ultrapassou 12,6 milhões de dólares de bilheteria. Os americanos inventaram até um super-herói evangélico: o *Bibleman*. O vídeo com o personagem, que combate o mal citando versículos da Bíblia, já vendeu mais de 400 000 cópias





Evento evangélico para crianças e adolescentes: linguagem simples, para novos fiéis



ANA ARAUJO

sentaram ao Brasil um refrão que sinaliza os novos tempos: “Um, dois, três, quatro, cinco, mil, queremos um evangélico presidente do Brasil”. Circunstancialmente, foi o presbiteriano Anthony Garotinho, de 42 anos, quem se apresentou como candidato a esses votos. Poderia ser, também, a nova governadora do Rio, a petista Benedita da Silva, fiel da Assembléia de Deus e sucessora de Garotinho no Palácio Laranjeiras. O relevante é que a comunidade protestante se sente forte o suficiente para ter um candidato a presidente.

Nos campos de futebol, a imagem de jogadores mostrando camisetas com mensagens cristãs é a parte espetacular de uma mudança profunda nos treinos e nas concentrações. “O ambiente esportivo tornou-se menos hostil depois do aparecimento dos Atletas de Cristo”, diz o secretário-geral da entidade, o ex-piloto de corridas de automóvel Alex Dias Ribeiro. Isso quer dizer que muitos já não participam de brincadeiras machistas e degradantes envolvendo colegas, não se acabam em noites na véspera dos jogos e até evitam xingar os juizes. A Associação dos Atletas de Cristo já tem 10 000 inscritos e o time revelação dos últimos anos, o São Caetano, exibe-se com metade da equipe vestindo a camisa de Jesus por baixo do uniforme azul. “Geralmente, esses jogadores são mais educados e têm posturas mais positivas”,

compara o ex-técnico da Seleção Brasileira de Futebol Carlos Alberto Parreira.

Em todas as variantes do protestantismo, é missão do fiel e de seu pastor espalhar a palavra do Senhor. Em resumo, ele deve converter seu semelhante. Na maioria dos casos, quanto pior o currículo ético desse semelhante, maior será o esforço para salvá-lo. Em ambientes nos limites da conduta moral, fica mais claro o poder transformador dessa ação. Na Casa de Detenção de São Paulo, onde havia 7 600 presos até o início da desativação, há seis meses, um quinto dos presos era evangélico, a maior parte deles convertida na própria cadeia. A conversão dava o pri-

vilégio de viver num pavilhão dos menos tumultuados, num mundo diferente do resto da cadeia. Entre esses homens, nenhum jamais se envolveu com drogas, agressões ou crimes dentro da prisão. Recebiam também mais visitas, interessavam-se pelo mundo exterior, faziam planos para o futuro e tinham mais chance de obter apoio, pelas comunidades, ao deixar a detenção. “Até no asseio pessoal e na arrumação das celas eles se comportavam melhor”, diz o diretor da Casa de Detenção, Jesus Ross Martins, coincidentemente pastor presbiteriano.

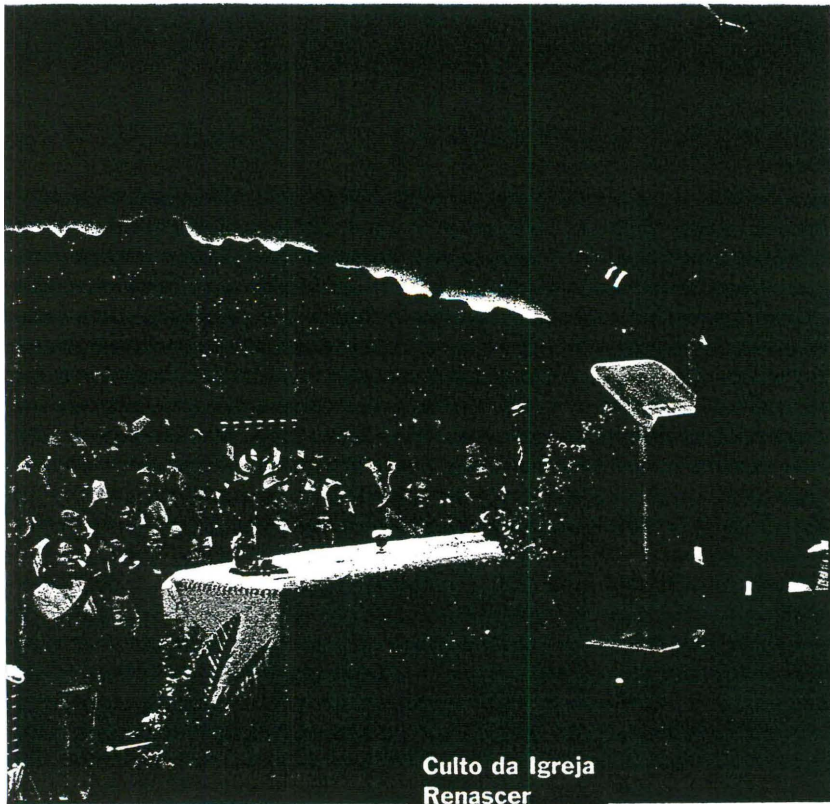
A simplicidade facilita a evangelização. Enquanto os católicos fazem cerimônias aos santos, estão sempre sob a mediação dos padres para conversar com Deus até na hora de se confessar e desconhecem os códigos que regem a burocracia de sua igreja, os protestantes são estimulados a falar diretamente com o Senhor e podem usufruir as recompensas por sua fé enquanto vivem, em vez de sofrer calados e esperar a morte para conferir se têm direito ao paraíso. No discurso da maioria dos protestantes, a insegurança, a droga, o alcoolismo, a infidelidade, a vida indigna, o desrespeito, a miséria e todos os eventos ruins que podem atingir uma pessoa compõem as faces diversas de um inferno que se experimenta na terra. Numa troca

Rodolfo Abrantes, 29 anos,
cantor e compositor, ex-vocalista dos Raimundos

De formação católica, consumia drogas desde os 13 anos com frequência diária. No ano passado, foi levado pela noiva, filha de evangélicos, à Sara Nossa Terra. Diz ter havido uma “revelação” logo na primeira vez em que participou do culto. Abandonou as drogas e as letras mundanas dos Raimundos (para revolta dos fãs, que culpam a igreja pelo fim do grupo). Lançou a banda Rodox, que faz canções de louvor a Deus. Tatuou a frase “Obrigado, Senhor” na nuca e hoje frequenta a igreja Cristo é Vida.



FERNANDO BIZERRA JUNIOR/AG. BO PRESS



**Culto da Igreja
Renacer
em Cristo,
em São Paulo:
com um show
de efeitos
especiais**

CARLA ROMEROVALDI

simples, a igreja evangélica propõe que sua ovelha se afaste do mal e siga um código duro de conduta, oferecendo em troca apoio e reconhecimento por seu sucesso na empreitada. “Num momento, o sujeito se sente desamparado e, no outro, está num ambiente de fraternidade, solidariedade, comunidade e dignidade”, diz o sociólogo Alexandre Brasil Fonseca, autor do livro *Evangélicos e Mídia no Brasil*. “É fácil entender por que os novos evangélicos se entusiasмам.”

Esse entusiasmo gera dinheiro, na forma de dízimo, e esse dinheiro, ao se transferir para a mão de pastores que vêm a religião como um negócio, tem gerado tanto o crescimento de muitas denominações quanto maracutaías, denúncias e investigações. Há igrejas que, sem hipocrisia, chamam seus fiéis de associados. Um dos ramos evangélicos criou até um dízimo superfaturado: o fiel deve dar antecipadamente 10% do valor que pretende alcançar como uma graça do Senhor, e não daquilo que efetivamente recebe. O boom das chamadas igrejas neopentecostais coincide com o aumento das denúncias contra pastores evangélicos. O caso mais notório é o do bispo Edir Macedo, fundador da bilionária Igreja Universal do Reino de Deus. Para erguer seu império, Macedo vendeu até cornetas de torcida organizada como se fossem instrumento divino para derrubar as Muralhas de Jericó. Em dezem-

bro de 1995, teve-se conhecimento de um vídeo em que ele aparece em meio a uma montanha de dólares, ensinando a seus pastores técnicas para aumentar a arrecadação.

As acusações mais frequentes contra pastores evangélicos tratam de estelionato e crimes fiscais. Três anos atrás, o Ministério Público do Paraná denunciou o pastor David Miranda, fundador da Deus É Amor, por evasão de dividas. A Igreja Renacer em Cristo enfrenta mais de cinquenta processos movidos por ex-fiéis. Seus fundadores, o apóstolo Estevam Hernandes e a bispa Sonia Hernandes, são acusados de dar um calote de 12 milhões de reais. Outro encrencado na praça é o pastor e deputado federal Francisco Silva, dono de emissora de rádio e um dos principais apoiadores do candidato do PSB à Presidência, Anthony Garotinho. Deputados estaduais do Rio de Janeiro o acusam de ter recebido propinas quando era secretário estadual de Habitação. Como em todos os grupos humanos, há pecado também entre os evangélicos. Mas a grande maioria deles é constituída de pessoas não apenas honestas, mas honestas acima da média.

As igrejas evangélicas, sobretudo as do chamado ramo pentecostal, penetram com enorme velocidade e sem ne-

Gisele Fraga,

32 anos, atriz

Os pais, ambos já falecidos, eram evangélicos – a mãe presbiteriana e o pai batista. Ela se afastou da religião na juventude e diz ter cometido muitos erros na ânsia de “curtir a vida”. Separada e sem filhos, afirma que a fé a deixou pronta para procurar um homem digno e para lutar pela realização profissional como atriz, já que está com dificuldades para conseguir trabalho. Conta ter sido tocada pelo Evangelho durante uma viagem com amigos à Espanha, em 1998. Estava hospedada na mesma casa que Monique Evans e ficou intrigada com o interesse da amiga pela Bíblia. Na volta ao Brasil, foi levada por Monique à igreja. Hoje, vai aos cultos da Sara Nossa Terra aos domingos e durante a semana participa das “células”, grupos que se reúnem na casa de um irmão de fé para discutir o Evangelho.



ANA PAULA PAIVA

nhuma burocracia nas comunidades carentes e oferecem um modelo ético em regiões que as autoridades esqueceram e às quais a polícia leva mais medo que segurança. No livro *O Rio de Todos os Brasis* (Editora Record, 2000), o economista Carlos Lessa, reitor eleito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, afirma que as igrejas evangélicas contribuem para a criação de uma nova ética, que trará reflexos positivos para o país. “Os crentes não transigem quanto às regras e aprendem a cobrá-las de si e dos irmãos”, ele escreve. Pôr um termo para frequentar o culto, levar uma Bíblia embaixo do braço e ser visto como um modelo de honestidade, para esses crentes pobres, é alcançar pelo menos um pedaço do paraíso da cidadania.

Íris Abravanel,

54 anos, mulher do apresentador Silvio Santos

Frequenta a igreja Vida Nova, conhecida por reunir socialites de São Paulo. De formação católica, ingressou em 1998 em um grupo de estudos bíblicos e levou as quatro filhas. Hoje, depois de passarem pela Renacer em Cristo, todas pertencem à mesma igreja. Uma das filhas, Patrícia Abravanel, fez um discurso religioso após ter sido seqüestrada, no ano passado. A fé de Íris provocou desentendimentos com o marido, que segue o judaísmo.



ROGERIO VOLTAN

Um terço dos adolescentes envolvidos no tráfico de drogas se diz evangélico. É o tipo da descoberta que mostra quanto os pastores mergulham fundo nas comunidades carentes. “A maioria desses jovens encontrou uma melhora de vida na igreja. Pelo menos eles tiveram contato com disciplina”, diz o sociólogo Ricardo Mariano, autor do livro *Neo-Pentecostais — Sociologia do Novo Pentecostalismo no Brasil*.

Mas o modelo não se aplica somente aos pobres. Na própria raiz o protestantismo possui a fórmula para pacificar o espírito de quem tem ou persegue a riqueza — numa contraposição à máxima católica de que é mais fácil um camelo passar pelo buraco de uma agulha que um rico entrar no reino dos céus. Lucrar é legítimo, e a fortuna recompensa quem mais trabalha, reza a inspiração protestante. O pensador alemão Max Weber formulou as bases dessa tese no início do século XX. Várias igrejas evangélicas têm departamentos para atrair gente rica ou famosa. A quantidade de colunáveis convertidos mostra que a estratégia é um sucesso. A ex-modelo Monique Evans, que foi capa de várias

revistas masculinas, integra o quadro da igreja chique Sara Nossa Terra. A igreja Vida Nova, de São Paulo, é frequentada por Íris Abravanel, mulher do homem do SBT, Silvio Santos, e por suas quatro filhas. “Igreja não é só para pobre e ignorante”, diz a pastora e primeira-dama da igreja, Ivonne Muniz.

Essas igrejas oferecem espaço a quem quer rezar num templo sem ouvir condenações sumárias ao capitalismo, como ocorre em certas paróquias católicas. Um dos templos da Renascer em Cristo, em São Paulo, dedica o culto das segundas-feiras aos integrantes da Associação Renascer de Empresários e Profissionais Evangélicos (Arepe). O economista e empresário paulista Ricardo Abud, de 48 anos, sócio de uma construtora que fatura 500 milhões de reais por ano, é um dos frequentadores. Na hora de fazer negócios e realizar contratações, Abud tem preferência por seus irmãos de fé, porque os considera mais éticos e confiáveis. Outra entidade, a Associação de Homens de Negócios do Evangelho Pleno (Adhonep) — com 25 000 filiados no país —, se diz adepta da chamada Teologia da Prosperidade, segundo a qual Deus recompensa fartamente quem mais contribui com sua igreja. Já existe até uma revista, a *Consumidor Cristão*, com tiragem de 20 000 exemplares, lida por evangélicos e recheada de anúncios com linguagem e até produtos específicos para esse público.

Iris Rezende,

68 anos, senador

Nasceu em um lar evangélico. Os avós e os pais se converteram depois da chegada de missionários ingleses a Goiás no final do século XIX. Rezende pertence à Igreja Cristã Evangélica, fundada há 100 anos. Nasceu em Cristianópolis, cidade originada de um povoado fundado por evangélicos que fugiam de perseguições religiosas. Era o caso de seus avós, que antes moravam em Caldas Novas. Cultiva sua fé em família, mas o filho mais velho quis ser católico. A mulher do senador, que também se chama Iris, foi educada em colégio de freiras, mas se converteu à igreja do marido depois do casamento.



RICARDO STUCKERT

Somando tudo — de CDs a bares e instituições de ensino —, o mercado impulsionado pelos protestantes movimentava 3 bilhões de reais por ano e gera pelo menos 2 milhões de empregos. Na área da mídia eletrônica, há um verdadeiro império evangélico país afora. Existem mais de 300 emissoras de rádio evangélicas no Brasil, centenas de sites e pastores dando plantão on-line, na internet. Uma grande máquina televisiva cumpre também uma extraordinária missão arrecadadora. Não por acaso, a Universal — dona da terceira rede de TV do Brasil, a Record — é a igreja que mais recolhe doações acima dos 10% do dízimo convencional. O rádio e a TV servem ainda de canal para a transmissão de modelos culturais e de comportamento. Aline Barros, uma cantora de 25 anos, pode ser um nome desconhecido para quem acompanha as paradas de sucesso. Mas já vendeu mais de 1 milhão de CDs de música pop evangélica. Casiane, com 3 milhões de discos vendidos,

Bezerra da Silva,

75 anos, cantor e compositor

Um dos maiores símbolos da malandragem carioca, foi batizado na Igreja Universal do Reino de Deus, do bispo Macedo, em março deste ano. Garante que não vai renegar as antigas canções, mesmo as que falam de boemia e da vida mundana. “Deus não quer que a gente largue o ganha-pão”, diz. Faz planos, no entanto, de produzir um disco com sambas evangélicos pela gravadora Line Records, pertencente à Igreja Universal.



QUEM SÃO OS PROTESTANTES

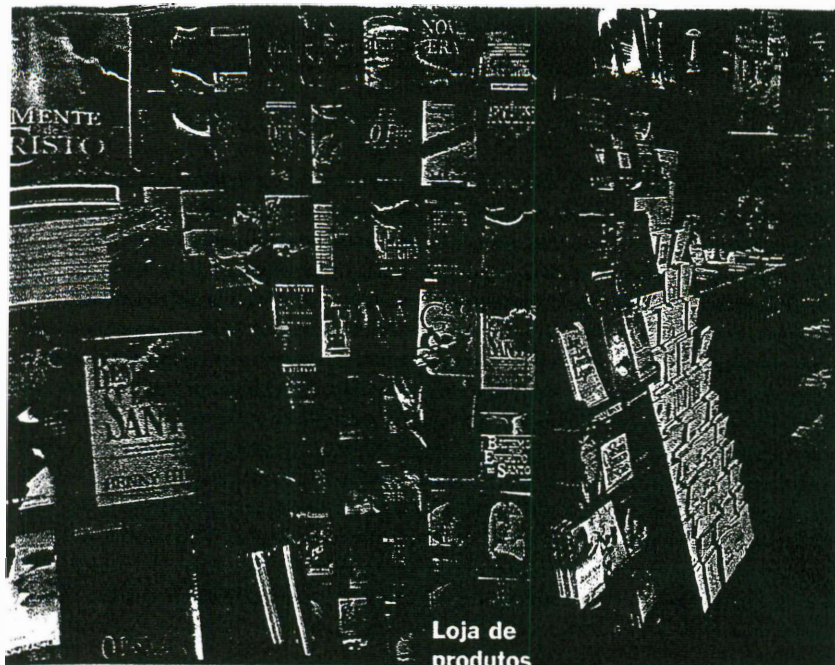
Há três divisões entre as denominações evangélicas. As tradicionais vêm do período da Reforma Protestante, ocorrida no século XVI. As pentecostais tiveram origem numa época de reavivamento do protestantismo nos Estados Unidos, no início do século XX.

As neopentecostais, que estimulam o fiel a procurar a prosperidade em lugar da graça, são um fenômeno bem mais recente. Veja alguns dos sub-ramos mais importantes no Brasil

TRADICIONAIS

Nasceram a partir das ideias de Martinho Lutero e logo iniciaram um processo de subdivisão. Até hoje há discussões sobre incluir entre elas a Igreja Adventista do Sétimo Dia. Os mormons e os testemunhas-de-jeová, assim como os adventistas, são chamados por outros grupos de paraprotestantes

	Luterana	Presbiteriana	Batista	Adventista do Sétimo Dia
Fundação	1824	1859	1889	1895
Fiéis em 1991	1 milhão	498 000	1,5 milhão	706 000
Fiéis em 2001	930 000	500 000	1,8 milhão	1,1 milhão
Templos	3 108	3 000	10 000	3 235
Pastores	1 550	2 500	10 000	1 500



Loja de produtos evangélicos em São Paulo: um mercado bilionário

é outra grande estrela do gênero. A banda de rock paulista Oficina G3 ultrapassou os limites da igreja, apresentando-se no último Rock in Rio.

Na política, os evangélicos são um trator. Anthony Garotinho é só a figura mais ambiciosa entre eles. A bancada evangélica, com mais de cinquenta parlamentares na Câmara Federal, é unida e atua muito além das barreiras partidárias nas questões relacionadas a costumes ou a interesses da fraternidade crente. Uma das razões para o PL ser cortejado pelo presidencialista petista Luís Inácio Lula da Silva é o fato de o partido ter enorme rebanho ligado à Igreja Universal do Reino de Deus. Enquanto os bispos da Diocese do Piauí baixavam no início do ano uma proibição à candidatura de seus pais a cargos políticos, igrejas protestantes do Brasil inteiro já estavam em ebulição com as preliminares do próximo processo eleitoral. Se o terreno para as

conquistas é o Parlamento, nada mais natural para os evangélicos do que ir até lá pegar seu quinhão.

Há também grande investimento em educação. A média de leitura dos evangélicos brasileiros gira em torno de seis livros por ano — o dobro da média nacional. As denominações evangélicas administram quase 1 000 escolas no Brasil, com uma clientela de 740 000 alunos. “Os fundamentos do movimento protestante pregam a moralização do indivíduo e o desenvolvimento de uma ética de responsabilidade social”, diz Almir de Souza Maia, reitor da Universidade Metodista de Piracicaba e presidente da Associação Brasileira de Instituições Educacionais Evangélicas. No tradicional ensino católico, o que se vê é encolhimento. A CNBB divulgou recentemente que 130 escolas católicas de ensino fundamental e médio fecharam as portas nos últimos cinco anos.

Dedé Santana,

66 anos, humorista

Criado na igreja católica, passou também pelo kardecismo, mas diz que, apesar da fama e do dinheiro, vivia deprimido e sentia um “vazio existencial”. Desde que se tornou evangélico, há oito anos, transformou-se em verdadeiro globetrotter da causa. Já percorreu quase mil cidades para levar a palavra de Deus. Converteu-se após ter sido visitado por pastores em um hospital, onde estava tratando de problemas cardíacos. Os pastores foram levados por seu filho Átila, que consumia drogas e largou o vício depois de entrar para os Atletas de Cristo. Hoje, Dedé integra a Sara Nossa Terra.



FERNANDO MARTINS

Paradoxalmente, o que mais mudou no Brasil com o crescimento da legião evangélica foi a Igreja Católica. De um lado, surgiu a Renovação Carismática, para revigorar os aspectos místicos e milagrosos da fé. De outro, os padres-cantores saíram atrás de fiéis e compradores de CDs. Na mídia, a Igreja fincou uma bandeira em tempo recorde, criando a Rede Vida de rádio e TV, que cobre todo o território nacional. Os resultados, porém, estão longe do esperado. Os católicos falam em crise de vocações. Há sete vezes mais pastores protestantes atuando no Brasil que padres, e na maioria das denominações mais recentes esses ministros são formados em apenas alguns meses. “Muitos logo acabam fundando a própria igreja e aumentando o poder dos evangélicos”, diz o teólogo jesuíta João Batista Libânio. Na prática, eles seguem aquele famoso incentivo: “Crescei e multiplicai-vos”. ■

Com reportagem de Maurício Oliveira e Neide Oliveira

PENTECOSTAIS

Uma marca importante desse ramo do protestantismo no Brasil acontece nos anos 50, com a ação de missionários americanos. A Cruzada Nacional de Evangelização realçava aspectos milagrosos da fé, como a cura pelo Espírito Santo

Congregação Cristã no Brasil	Assembleia de Deus	Evangelho Quadrangular	Deus é Amor
------------------------------	--------------------	------------------------	-------------

1910	1911	1951	1962
1,6 milhão	2,4 milhões	303 000	170 000
2,2 milhões	4,5 milhões	1 milhão	750 000
14 300	22 000	6 300	5 000
18 700	21 000	12 500	9 000

* Dado de 1992

NEOPENTECOSTAIS

Foi a pequena Igreja da Nova Vida que contribuiu para o surgimento desse grupo. Ela apostava na divulgação por meio do rádio e da TV. O bispo Edir Macedo, hoje o mais conhecido pastor evangélico, foi um de seus integrantes

Universal do Reino de Deus	Internacional da Graça de Deus	Renascer em Cristo	Sara Nossa Terra
----------------------------	--------------------------------	--------------------	------------------

1977	1980	1986	1992
268 000	100 000	10 000	3 000*
2 milhões	270 000	120 000	150 000
7 000	900	400	350
14 000	1 500	1 000	1 100

Fontes: IBGE, Operation World. Sepal, igrejas e Ricardo Mariano em Análise Sociológica do Crescimento Pentecostal no Brasil

ANEXO 5

COD ASS 2003-
INTERNET: WWW.ASSINEABRIL.COM
BIBLIOTECA PUBL DO PARANA 23
R CANDIDO LOPES 133 0106017550
CENTRO CURITIBA
80020-060

VEJA
N.29

23 JULHO 03

www.veja.com.br

Editora ABRIL - edição 1812
ano 36 - nº 29 - R\$ 5,90
23 de julho de 2003



veja



**A ciência garante:
você ainda escolhe seu
parceiro como faziam
nossos ancestrais
das cavernas**

TODO MUNDO QU

Há muitas maneiras de aparecer na TV.
Um dos caminhos é comprar um horário

Ricardo Valladares

Se aparecer na televisão é o seu sonho, saiba que há muitas maneiras de chegar lá — mas com graus bem diferentes de dificuldade. Você pode, por exemplo, começar nos bastidores e mourejar bastante, até chegar diante das câmeras. Você pode se inscrever em um *reality show*; ou então matricular-se numa escola de interpretação e torcer para que uma emissora o descubra. Nascer com um rostinho (e um corpinho) bonito também é de grande valia. Caso seja um sujeito endinheirado, porém, há um atalho: basta comprar o seu espaço na TV. Quase todos os grandes canais estão abertos a esse tipo de proposta. e alguns têm pedaços respeitáveis da programação ocupados por apresentadores que bancam sua própria atração — para satisfazer a vaidade e, na medida do possível, também aumentar o saldo bancário, graças aos patrocínios e ao merchandising. A Rede TV!, por exem-

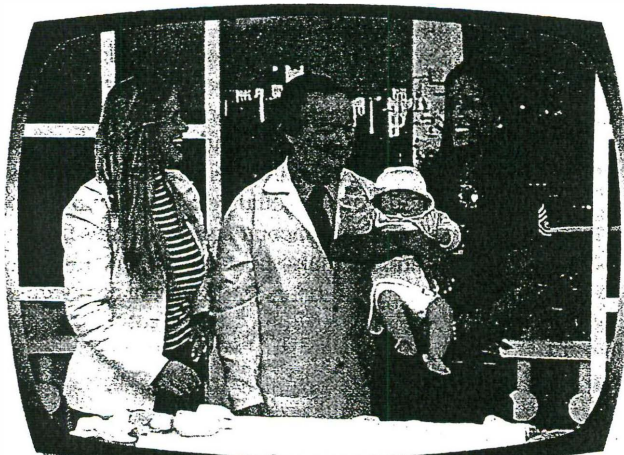
plo, criou até uma tabela para os interessados: os preços variam de 180 000 a 300 000 reais por uma hora de programa, dependendo do dia e do horário de exibição.

Foi nessa emissora paulista, por exemplo, que a empresária Cristiana Arangel, de 41 anos, resolveu iniciar sua carreira televisiva. Figura bem-sucedida no ramo da indústria cosmética, ela estreou há três meses o *Manual*, que fala de moda e beleza e vai ao ar à meia-noite de domingo. Além de comprar o espaço na grade da Rede TV!, Cristiana também paga a produção de seu programa, que entrega gravado e editado à emissora. “Eu nunca pensei em fazer TV, mas agora não vivo mais sem pensar no meu programa”, diz a entusiasmada novata. E bota entusiasmo nisso. Embora já conte com alguns patrocinadores, ela precisa tirar cerca de 100 000 reais por mês do próprio bolso para realizar seu projeto. “É pesado, mas tenho certeza de que em pouco tempo vou encontrar mais gente disposta a apostar no

Manual”, afirma ela, que tem bons contatos no meio empresarial.

A ex-modelo Anike Liberman, de 30 anos, também conseguiu satisfazer desejo de aparecer na TV. Ela é apresentadora do quadro Nossos Filhos, que ocupa vinte minutos no matinal *Bom Dia Mulher*. O quadro de Anike dá dicas sobre a saúde e a educação das crianças. Anike é mãe de três pequenos e conta com essa experiência para entreter os espectadores e conversar com seus entrevistados. Mas ela também tem um pai generoso, que resolveu patrocinar sua incursão televisiva até por ser dono de uma grande rede de lojas de artigos infantis. Até junho, ele desembolsou 90 000 reais por mês para manter Anike no ar. Dias atrás, a verba teve de ser cortada — e a boa surpresa é que mesmo assim o Nossos Filhos vai continuar sendo exibido. Anike quer transformar o quadro em programa. “É bom estar na TV. Até porque, maquiada e arrumada o tempo todo, eu me sinto mais bonita”, explica ela.

Como não poderia deixar de ser, há os que compram horários na televisão para usá-la como púlpito. O melhor exemplo desse uso é o pregador R.F.



NOSSOS FILHOS

QUADRO DO PROGRAMA BOM DIA MULHER, DA REDE TV!. APRESENTADO POR ANIKE LIBERMAN

◆ Custo mensal: 90 000 reais

DIVULGAÇÃO



SHOW DA FÉ

PROGRAMA RELIGIOSO APRESENTADO NA BANDEIRANTES PELO PASTOR R.R. SOARES

◆ Custo mensal: 2,5 milhões de reais

CLAUDIO ROSSI

COMPRAR UM PROGRAMA

comparaes, o maior comprador de horário da TV brasileira. Todos os meses ele desembolsa 2,5 milhões de reais para exibir um teleculto evangélico em horário nobre, na Rede Bandeirantes. O maior objetivo de Soares é atrair fiéis para sua Igreja Internacional da Graça de Deus.

Assim, seu programa não compõe o da propaganda nem merchandising, e o lucro — só Deus sabe.

Com perseverança, é possível transformar a compra de um espaço na televisão num bom negócio. Eu paço o diga Marcio Moraes, apresentador do *Companhia de Viagens* da Rede TV!. No metiê há seis anos, ele gasta cerca de 100 000 reais por mês para manter a tevéia atração no ar. Como conseguiu vender doze cotas de patrocínio, consegue vão de 30 000 a 50 000 reais por mês cada uma, no fim das contas ele embolsa um bom dinheiro. Não é fácil trabalhar com as melhores condições. Tenho de fazer de tudo, e com o menor custo possível. Quando a Ana Maria Braga foi para a Amazônia gravar uma matéria, levou vinte pessoas. Eu só posso levar duas, mas não tenho do

que reclamar”, diz Moraes. Filho de uma empregada doméstica e de um policial, Marcio Moraes é agora, além de apresentador, dono de uma produtora. Ele acaba de inaugurá-la — com equipamentos caros, de última geração.

Mesmo que não cheguem a vender

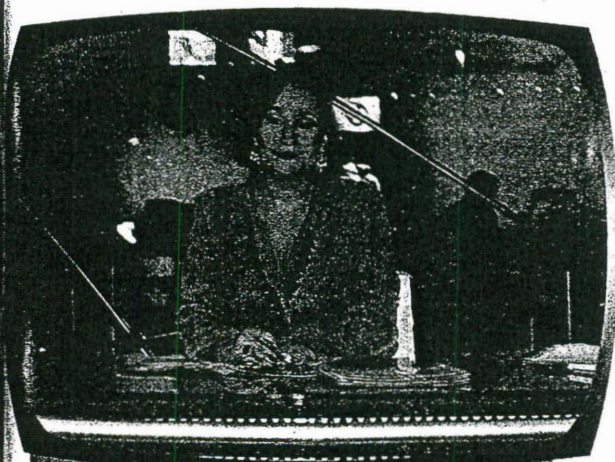
horários como as redes menores, as duas maiores emissoras brasileiras, a Globo e o SBT, têm desenvolvido seus próprios modelos para abrigar produções vindas de fora. No SBT, há um caso vistoso: o *Falando Francamente*, de Sônia Abrão. Ela não compra espaço no canal de Silvio Santos,

mas banca todos os custos de seu programa, que entrega prontinho. Depois disso, ela e o SBT dividem os lucros publicitários na base dos 40% e 60%, respectivamente.

Desde o ano passado, a Globo também tem o projeto de abrigar mais co-produções e produções independentes — isso ocorre, por exemplo, em programas como *Auto Esporte* e *Caminhos de Aventura*, exibidos nos fins de semana. “É uma tendência mundial”, diz o vice-presidente da Rede Bandeirantes, Marcelo Parada. “É um meio de aproveitar o potencial das produtoras e o espaço vago nas emissoras.” ■

ESPAÇO ABERTO

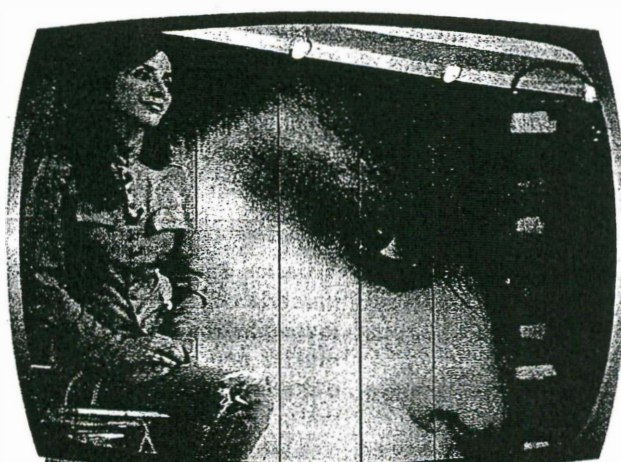
- ♦ **SBT**
8 horas semanais de programação independente
PRINCIPAIS PROGRAMAS:
Falando Francamente
Siga Bem Camini,oneiro
- ♦ **REDE TV!**
6 horas semanais de programação independente
PRINCIPAIS PROGRAMAS:
Manual
Companhia de Viagem
- ♦ **BANDEIRANTES**
6 horas semanais de programação independente
PRINCIPAL PROGRAMA:
Show da Fé, com R.R. Soares
- ♦ **GAZETA**
8 horas diárias de programação independente
PRINCIPAIS PROGRAMAS:
Estilo Ramy
Eu Gosto E de Mulher



FALANDO FRANCAMENTE

PROGRAMA FEMININO DE VARIEDADES
APRESENTADO NO SBT POR SÔNIA ABRÃO

♦ Custo mensal: 150 000 reais



MANUAL

PROGRAMA DE MODA E ESTÉTICA APRESENTADO
NA REDE TV! POR CRISTIANA ARCANGELI

♦ Custo mensal: 230 000 reais

ANEXO 6

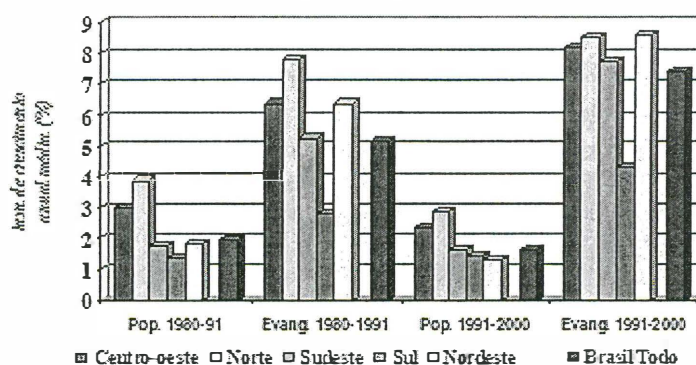
Panorama e Análise dos Evangélicos - 2003
Lourenço Kraft
Sepal - Departamento de Pesquisas - 06/2003

Deus está fazendo uma obra maravilhosa no Brasil!

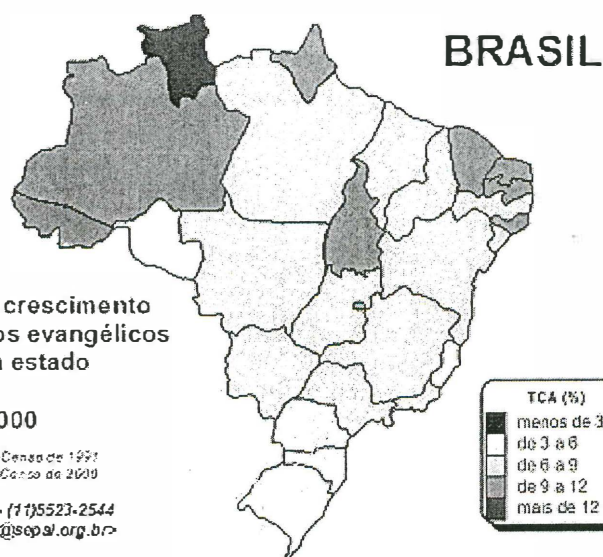
Durante os últimos 30 anos, a Igreja evangélica tem crescido pelo menos 2 vezes mais rapidamente do que a população. Este gráfico mostra a porcentagem de crescimento anual média dos evangélicos e da população do Brasil nas décadas de 80 e 90 de acordo com os censos do IBGE dos anos 1980, 1991 e 2000. Os evangélicos cresceram 2,5 vezes mais rapidamente do que a população do Brasil na de 80 e mais que 4 vezes acima da taxa de crescimento populacional na década de 90. Pode-se perceber que a Região Nordeste apresentou a maior taxa de crescimento dos evangélicos na última década.

Brasil

Crescimento dos Evangélicos em cada Região
de 1980 até 2000

Send Feedback: 2007 cszhang@cs.cmu.edu

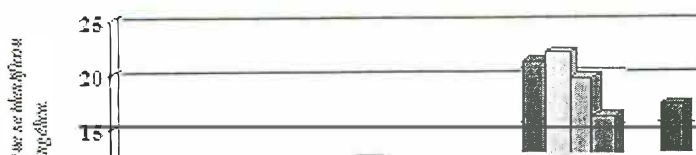
Page 159E - Capital Demographics



Este mapa mostra a taxa de crescimento anual média dos evangélicos em cada estado do Brasil durante os anos 90. Percebem-se as taxas de crescimento maiores nas regiões Norte e Nordeste.

Brasil

Porcentagem de Evangélicos em cada Região
de 1980 até 2002



Hoje aproximadamente 17% dos brasileiros se identificam como evangélicos. Este gráfico mostra a porcentagem da população que se identificou como evangélica em cada região e em todo Brasil nos anos 1980.

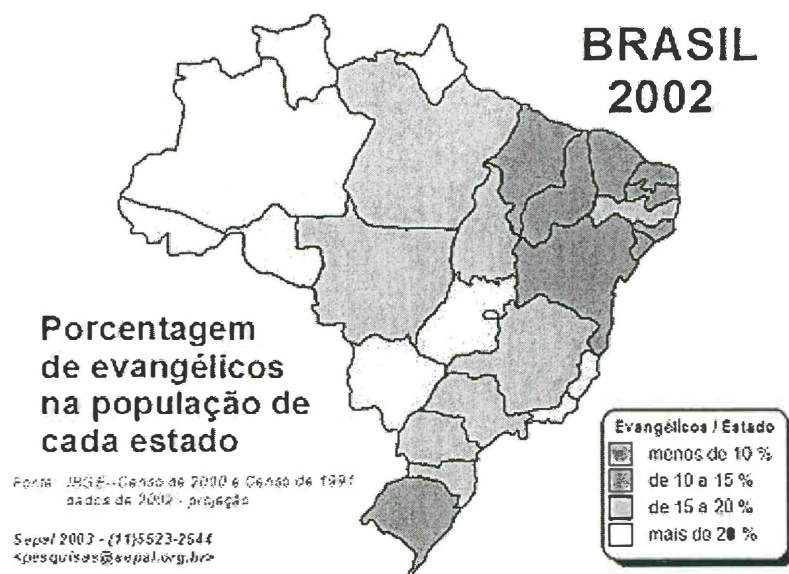
1991 e 2002 (o valor para 2002 é uma projeção baseada no crescimento de 1991 a 2000). Houve um bom aumento na porcentagem de evangélicos em todas as regiões durante este período.



No início do ano 2003, 30 milhões de brasileiros eram evangélicos. Este gráfico mostra o número total de evangélicos no Brasil baseado nos dados dos Censos. A parte verde é uma projeção do crescimento, se o ritmo de crescimento entre 1991 e 2000 continuar até o ano 2010. Se a igreja continuar a crescer nesta taxa, até o ano 2022 o Brasil se tornará 50% evangélico.

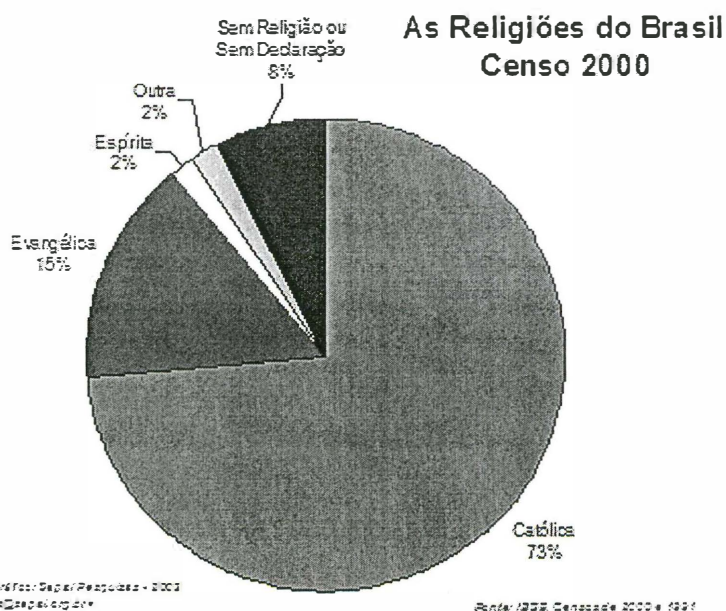
Este mapa mostra a porcentagem dos habitantes em cada estado que se identificaram como evangélicos no ano 2002. Note que a Região Nordeste é a única região do Brasil que ainda possui estados que apresentaram uma porcentagem menor que 10%.

Existem no Brasil aproximadamente 150 mil igrejas evangélicas de todos os tipos. Pesquisas de campo mostram que aproximadamente um terço dos evangélicos estão nas igrejas num domingo típico. Visita www.brasil2010.org/regioes.htm para ver alguns exemplos de pesquisas de campo recentes.



Seguem algumas observações gerais sobre a Igreja Evangélica Brasileira de hoje:

- As regiões urbanas têm experimentado maior crescimento que as áreas rurais
- A igreja tem crescido mais entre os pobres do que entre os ricos
- Vários grupos étnicos não foram ainda alcançados (tanto imigrantes quanto tribos indígenas)
- As regiões Norte e Centro-Oeste têm a maior presença evangélica
- As regiões Nordeste e Sul têm a menor presença
- O Sudeste tem os grandes desafios que vêm com a urbanização e grandes concentrações de população
- A Igreja Evangélica do Brasil não é bem distribuída. Em todas as cidades e áreas rurais pesquisadas, foram encontrados lugares com muitas igrejas e outros lugares com poucas igrejas.
- O Brasil possui +/- uma igreja para cada 1.200 habitantes (a média das cidades pesquisadas em 2002 foi de 1.011)
- Nas cidades pesquisadas no ano 2002, em um domingo típico, aproximadamente 6,5% da população do Brasil estava presente em uma igreja evangélica (a frequência média das igrejas evangélicas no Brasil é de 70 pessoas). Note-se que esta porcentagem é muito menor que o número de pessoas que se identificam com evangélicos no censo, e indica um número alto de evangélicos não ativos nas igrejas.
- Na década de 80, o grupo religioso que cresceu mais rapidamente foi o das pessoas sem religião ou sem declaração de religião. Nos anos 90 foram os evangélicos. Isto pode indicar que ser evangélico está se tornando uma opção mais aceitável dentro da sociedade brasileira.



O que falta para alcançar o Brasil?

- Implantar 100 mil igrejas novas
- Identificar os lugares que ainda não foram alcançados
- Motivar a igreja para plantar novas igrejas em lugares estratégicos
- Preparar líderes para as igrejas já existentes e para as que vão surgir
- Mobilizar missões para os grupos que não serão atingidos naturalmente

lk

18-junho-03