



COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

LUIZA CASTELLANI FERREIRA

**O NEOPENTECOSTALISMO E A MÍDIA**

SÃO PAULO

2023

LUIZA CASTELLANI FERREIRA

## **O NEOPENTECOSTALISMO E A MÍDIA**

Projeto desenvolvido para a disciplina Reportagens Especiais, do curso de Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi, como exigência parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, sob a orientação do Prof. Dr. Fábio Silvestre Cardoso.

SÃO PAULO

2023

## RESUMO

Este trabalho faz uma pesquisa sobre a relação entre o neopentecostalismo e a mídia, examinando como as igrejas neopentecostais utilizam os canais de comunicação para divulgar sua mensagem e ampliar sua influência. O estudo examina as estratégias midiáticas neopentecostais, como a produção de programas de televisão, rádio, internet e outras mídias como espaços de evangelização.

O estudo tem como objetivo se aprofundar na compreensão do papel significativo que a mídia desempenha na formação de identidades religiosas, investigando como as representações midiáticas podem influenciar a percepção do público e a experiência religiosa. O objetivo principal é investigar como as mensagens da mídia moldam e constroem identidades religiosas, analisando o impacto das representações midiáticas na construção de significados, crenças e práticas relacionadas ao neopentecostalismo.

Durante o desenvolvimento deste artigo, foram utilizados estudos teóricos como livros e dissertações para fornecer informações sobre a correlação entre neopentecostalismo e mídia. Além disso, foram coletados dados de fontes oficiais das igrejas neopentecostais, como seus sites. A metodologia utilizada permitiu uma análise abrangente e fundamentada dos aspectos importantes da interação entre neopentecostalismo e mídia.

**Palavras-chave:** Mídia; Neopentecostalismo; Celebidades; Estratégia midiática; Comunicação.

## SUMÁRIO

<b>Resumo.....</b>	<b>3</b>
<b>1 Introdução .....</b>	<b>5</b>
<b>2 As origens do pentecostalismo .....</b>	<b>6</b>
<b>3 O pentecostalismo no Brasil.....</b>	<b>8</b>
<b>4 O Neopentecostalismo.....</b>	<b>9</b>
<b>4.2- A Igreja Universal do Reino de Deus.....</b>	<b>10</b>
<b>4.3 A igreja Internacional da Graça de Deus .....</b>	<b>12</b>
<b>5 A midiatização da religião.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1 A construção de celebridades religiosas.....</b>	<b>16</b>
<b>6 Considerações finais .....</b>	<b>18</b>
<b>Referências bibliográficas .....</b>	<b>20</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O neopentecostalismo tem se destacado como um fenômeno religioso significativo no contexto brasileiro. Sua ascensão ocorre em um ambiente social marcado por mudanças significativas na relação entre religião e mídia. Diante desse cenário, o foco deste trabalho é investigar a relação entre o neopentecostalismo e a mídia, examinando como essa relação tem influenciado não apenas o campo religioso, mas também a esfera midiática e a sociedade como um todo.

Segundo o escritor Ricardo Mariano (1999), o neopentecostalismo é definido como uma forma religiosa que faz uso extensivo dos meios de comunicação de massa, com existência própria e crescimento diretamente relacionados a essa interação estratégica. As igrejas neopentecostais têm demonstrado uma grande habilidade no uso da mídia como ferramenta estratégica para divulgação de mensagens e captação de seguidores.

No âmbito religioso, os meios de comunicação têm se tornado recursos extremamente vantajosos para as igrejas. Eles desempenham um papel significativo ao proporcionar canais valiosos para as igrejas se destacarem em meio à concorrência existente.

O grande crescimento dos evangélicos nas décadas de 80 e 90, acompanhado de seus vultosos investimentos na mídia, propiciou uma visibilidade jamais experimentada no Brasil por esse grupo. Os evangélicos foram citados com frequência pela mídia em diferentes abordagens, na programação televisiva de noticiários a mini-séries<sup>79</sup>, nos debates sobre comportamentos nas rádios e na seção de opinião de importantes jornais impressos. (FIGUEREDO FILHO, Valdemar (2002) p.41).

No cenário midiático, os grupos pentecostais, especialmente os neopentecostais, têm se destacado como atores relevantes no contexto religioso. O sociólogo Paul Freston propôs uma classificação do pentecostalismo em três categorias conhecidas como "ondas pentecostais", que serão abordadas de forma mais aprofundada ao longo da dissertação.

A terceira onda, surgida a partir da década de 1970, engloba um conjunto de igrejas que se caracterizam pela ênfase na religiosidade midiática, colocando em evidência o uso estratégico da televisão como meio de comunicação, alguns exemplos de igrejas neopentecostais são a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), as quais serão mais aprofundadas no decorrer do texto. Ao explorar essa temática, será possível compreender melhor a influência e o impacto dessas igrejas neopentecostais na esfera midiática e religiosa contemporânea.

Com o potencial de alcançar um público amplo e diversificado, esses meios permitem que as instituições religiosas transmitam sua mensagem e compartilhem suas crenças. A utilização frequente desses meios de comunicação social é um dos fatos que será estudado como crucial para a sobrevivência e o crescimento das igrejas nesse trabalho. Ao adotar uma abordagem proativa na promoção de suas atividades, eventos e ensinamentos, as igrejas podem expandir seu alcance e atrair novos seguidores.

A mídia televisiva tem sido instrumentalizada pelos líderes carismáticos neopentecostais para arrebatar cada vez mais fiéis para seus arraiais, o que tem acarretado em disputas acirradas entre denominações por espaço em canais de televisão, essa é a chamada era da “Igreja eletrônica. (DIAS, 2001, p.78)

Este artigo tem como objetivo explorar em detalhes as estratégias midiáticas utilizadas pelas igrejas neopentecostais com o intuito de atrair novos seguidores. Será analisado o impacto dos meios de comunicação de massa na disseminação das crenças neopentecostais, bem como na ampla difusão dessa corrente religiosa. Além disso, serão examinados os aspectos relacionados à criação e à influência das personalidades religiosas dentro desse contexto.

A pesquisa terá como enfoque a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja Internacional da Graça, duas das mais relevantes instituições neopentecostais da atualidade. Através dessa pesquisa, buscamos compreender como essas igrejas fizeram o uso das mídias sociais para alavancar a sua carreira, bem como os efeitos que tais abordagens têm sobre a atração e retenção de fiéis.

Ao analisar as estratégias midiáticas utilizadas por essas igrejas será possível analisar o nível de importância dos meios de comunicação de massa na promoção e difusão das mensagens neopentecostais. Ademais será desenvolvida no trabalho um tópico sobre a formação de personalidades religiosas e seu impacto significativo na disseminação das crenças. Por meio desta pesquisa, poderemos fazer uma análise sobre as estratégias midiáticas empregadas pelas igrejas neopentecostais, buscando contribuir para uma compreensão mais aprofundada dos fatores os quais impulsionam o crescimento e a influência dessas denominações religiosas na sociedade contemporânea.

## **2 AS ORIGENS DO PENTECOSTALISMO**

O pentecostalismo é uma corrente religiosa cristã que teve sua origem nos Estados Unidos no início do século XX. Conforme apresentado pelo teólogo americano Harvey Cox

(1995) em sua obra "Fire From Heaven: The Rise Of Pentecostal Spirituality And The Reshaping Of Religion In The Twenty-first Century", é possível rastrear a gênese do pentecostalismo até uma reunião de oração ocorrida em 1901 na cidade de Topeka, localizada no estado do Kansas.

Nesse encontro, liderado pelo pregador Charles Fox Parham, (1873 – 1929) que pregava sobre a necessidade do batismo no Espírito Santo e da evidência do falar em línguas como sinal da presença do Espírito Santo na vida do cristão, ocorreu um acontecimento singular. Agnes Ozman (1870 – 1937), uma mulher presente na reunião, solicitou o batismo no Espírito Santo e, após o recebimento, começou a falar em línguas.

A experiência singular de Agnes Ozman rapidamente se propagou para os demais presentes na reunião, tornando-se conhecida como a "Bênção de Topeka". Conforme o historiador americano H. Vinson Synan explica em sua obra " O Século do Espírito Santo: 100 anos do avivamento pentecostal e carismático ", foi na cidade de Los Angeles, em 1906, que o pentecostalismo realmente explodiu em popularidade.

Não foi até 1906, no entanto, que o pentecostalismo alcançou mundialmente atenção. Isso veio através do reavivamento da Rua Azusa em Los Angeles, liderado pelo pastor William Joseph Seymour. Seymour soube pela primeira vez sobre o batismo no Espírito Santo com línguas em 1905 em uma escola bíblica que Parham liderou em Houston, Texas. (VINSON SYNAN, 2021, p.14)

De acordo com Frank Bartleman (1980), um dos líderes e participantes do avivamento da Rua Azusa, descrito em seu livro "A História do Avivamento Azusa", as reuniões lideradas por William Seymour (1870 – 1922) foram marcadas por intensa adoração e manifestações espirituais. Bartleman descreve a Rua Azusa como um local onde ocorriam experiências sobrenaturais, como o falar em línguas, curas e profecias, que atraíam multidões de pessoas de várias partes do mundo.

O autor descreve em seu livro como as multidões se reuniam na Rua Azusa para ouvir as pregações de William Seymour e experimentar a presença do Espírito Santo. Segundo o escritor o avivamento se espalhou rapidamente, com pessoas de diversas partes dos Estados Unidos e do mundo viajando para Los Angeles para participar das reuniões e sentir o poder divino. Ele descreve o fenômeno como um "fogo" que se espalhava e transformava vidas, trazendo curas, conversões e uma intensa experiência de comunhão com Deus.

Segundo as análises do sociólogo Francisco Rolim em sua obra "O que é pentecostalismo" (1991), o pentecostalismo é um movimento que valoriza consideravelmente a evangelização e a missão, possuindo uma ardente vontade de difundir a mensagem do

evangelho por toda parte. Esse impulso missionário é responsável pela ágil disseminação do pentecostalismo pelo mundo, sobretudo em nações em desenvolvimento.

O pentecostalismo foi se disseminando pelo mundo inteiro e as ideias dessa denominação chegaram no Brasil, onde foi capaz de atrair diversos seguidores, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010 daqueles que se declaram evangélicos, 60% seguem a doutrina pentecostal.

### **3 O PENTECOSTALISMO NO BRASIL**

Em seu artigo "As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada", Leonildo Silveira Campos (2005) aponta que, embora tenha havido uma forte influência dos missionários americanos na formação do pentecostalismo brasileiro, essa relação nem sempre foi pacífica. Campos destaca que os missionários americanos chegaram ao Brasil com uma mentalidade colonialista e eurocêntrica, que muitas vezes conflitava com a cultura e a religiosidade brasileiras.

Além disso, muitos desses missionários eram adeptos de uma visão fundamentalista e conservadora do cristianismo, que se chocava com as práticas religiosas populares do Brasil, como o catolicismo e o espiritismo. Apesar dessas dificuldades, o pentecostalismo conseguiu se estabelecer no Brasil e se expandir rapidamente. Isso funcionou, tendo em mente que uma das características distintivas do pentecostalismo brasileiro é a sua estreita conexão com as camadas mais populares da sociedade.

As igrejas pentecostais possuem ampla presença em áreas periféricas e comunidades carentes, não apenas fornecendo um local de adoração, mas também oferecendo apoio social e assistência material aos seus membros. O autor Francisco Rolim enfatiza que as igrejas pentecostais são frequentemente encaradas como um tipo de "protesto religioso" por parte daqueles que são excluídos e marginalizados.

Campos destaca que, nos últimos anos, o pentecostalismo brasileiro tem passado por transformações significativas, como a crescente presença de lideranças e teólogos brasileiros, o diálogo com outras tradições religiosas e a adoção de uma postura mais crítica e engajada diante dos problemas sociais do país.

Segundo Freston (1993) em seu livro "teoria das ondas" o pentecostalismo pode ser separado em três ondas, a primeira onda é a pentecostalismo clássico, entre 1910 e 1950, onde as duas principais igrejas pentecostais no Brasil são a Congregação Cristã no Brasil (CCB) e a

Assembleia de Deus (ADs), onde ambas foram fundadas por migrantes europeus que conheceram a doutrina pentecostal nos Estados Unidos.

A segunda onda do pentecostalismo é definida pelo autor como o pentecostalismo de transição, que ocorre entre 1950 e 1980, um momento em que o Brasil estava se urbanizando e industrializando e como consequência veio o exponencial crescimento dos meios de comunicação, as igrejas que são exemplos dessa onda são a Igreja Brasil para Cristo, Igreja Pentecostal Deus é Amor, ambas são igrejas nacionais e a Igreja do Evangelho Quadrangular, a qual veio dos Estados Unidos. Essas igrejas foram capazes de se destacar pela sua presença na mídia.

A terceira e última onda descrita por Freston (1993) é o neopentecostalismo, uma vertente mais liberal e que procura agregar nela ações e políticas que são, muitas vezes, rejeitadas pelas outras ondas do pentecostalismo brasileiro, o neopentecostalismo pode até ser considerado algo que sai da curva do que era entendido como pentecostalismo, o próximo tópico irá aprofundar nos estudos sobre a onda neopentecostal.

#### **4 O NEOPENTECOSTALISMO**

Segundo o texto “Neopentecostalismo - um conceito-obstáculo na compreensão do subcampo religioso pentecostal brasileiro” Gerson Leite de Moraes, uma igreja não pode ser classificada como neopentecostal simplesmente porque foi fundada na década de 1970 e adere à perspectiva pentecostal. É fundamental que ela adote uma postura mais liberal e ofereça atividades fora daquelas tipicamente realizadas dentro da igreja, como atividades comerciais, culturais e políticas que são rejeitadas pela corrente tradicional. Como resultado, em contraste com a ênfase tradicional na garantia de conforto e vida eterna após a morte, as igrejas neopentecostais enfatizam mais a consolidação da prosperidade material na terra.

O sociólogo Ricardo Mariano, em seu livro "Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil", diz que os neopentecostais constituem um movimento religioso relativamente recente que vem crescendo em importância no cenário religioso brasileiro. A ênfase colocada em ações e testemunhos que buscam a prosperidade temporal no presente, em vez da elevação espiritual como preparação para a vida após a morte, é uma diferença significativa entre o ideal promovido pelas igrejas neo-ortodoxas e o dos precursores. No entanto, Mariano afirma que há continuidade na luta contra a figura do diabo, assim como nas correntes anteriores.

As igrejas neopentecostais demonstram uma notável capacidade de adaptação aos meios de comunicação contemporâneos e utilizam-nos de forma eficiente para aumentar o número de seus fiéis (CAMPOS, 1997). Essa habilidade pode ser evidenciada pelo fato de que muitas dessas igrejas possuem canais de televisão próprios, onde transmitem programação religiosa e alcançam um público significativo. Ademais, essas igrejas utilizam as mídias sociais e a internet para disseminar suas mensagens e atrair novos membros.

É evidente que os neopentecostais tendem a lidar melhor com a atualidade e não rejeitam tanto os prazeres “mundanos” como as outras igrejas de outras vertentes, é possível perceber isso no seguinte trecho:

“Os neopentecostais, em especial os de extração social mais elevada, convivem pacificamente com diversos prazeres deste mundo, como assistir à TV consumir CDs, vestir roupas de moda, mesmo que sensuais, usar produtos e acessórios de embelezamento físico, frequentar praias, piscinas, cinemas, teatros, shopping centers, praticar esportes, torcer para times de futebol, cantar e dançar nos cultos ao som de ritmos profanos, trabalhar com profissões de artista, modelo, atleta” (MARIANO, 2005, p. 227).

Alguns sociólogos consideram que a primeira igreja neopentecostal foi a Igreja Nova Vida, mas o site oficial da igreja discorda com isso e diz que ela está inserida entre o pentecostalismo e o neopentecostalismo.

Igreja de Nova Vida não é uma igreja neopentecostal, estando inserida entre o pentecostalismo clássico e o neopentecostalismo. Alguns sociólogos sugerem que a Nova Vida foi a “mãe” deste novo movimento, mas isto não é verdade. Não produzimos nenhuma das igrejas que hoje são chamadas de neopentecostais. Elas podem ter sido influenciadas pelo trabalho que a Nova Vida realizava, mas não nasceram dela.<sup>1</sup>

Como Kleber Cavalcante apresenta em seu texto “Igrejas Neopentecostais” alguns dos líderes religiosos os quais estavam inseridos na Igreja Nova Vida fundaram dois grandes nomes da história neopentecostal, a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja Internacional da Graça de Deus, as quais serão mais exploradas nos próximos tópicos. Foi nesse contexto que o uso massivo de meios de comunicação, como rádio e televisão aberta, se consolidou.

## 4.2- A IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

---

<sup>1</sup> Essa citação foi retirada do site oficial do Igreja Nova Vida <<https://www.novavida.org.br/historia-da-igreja-de-nova-vida>>

Segundo Kleber Cavalcante no texto “Igrejas Neopentecostais” A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) é uma denominação evangélica que teve origem no Brasil em meados da década de 1970. Seu fundador, Edir Macedo Bezerra, nascido no dia 18 de fevereiro de 1945 veio de família católica praticante. Antes de se tornar evangélico, praticava o catolicismo e frequentava alguns encontros de candomblé.

Com 18 anos começou a frequentar a igreja pentecostal Nova vida, e permaneceu nessa até os 30 anos de idade. Nesse período Edir Macedo também estava cursando Matemática e Estatística na faculdade, mas não chegou a concluir nenhum dos cursos.

Cansado da exclusividade da Igreja Nova Vida partiu com seu cunhado e amigo R.R. Soares e depois de visitarem algumas igrejas ambos foram empossados como pastores na Casa da Bênção. Em 1975 junto com outros conhecidos a dupla fundou a Cruzada do Caminho Eterno, igreja pentecostal que se caracterizava pela abordagem proativa na evangelização das comunidades mais carentes.

A IURD foi oficialmente fundada em 1997, quando Edir Macedo e R.R. Soares tiveram um desentendimento com outros líderes da Cruzada do Caminho Eterno. No início da igreja R.R. Soares desempenhava o papel central como líder e pregador principal, com o passar do tempo surgiram tensões e disputas de liderança entre Soares e Edir Macedo.

Edir Macedo consegue a liderança da igreja a partir de votos entre os pastores da denominação, logo após R.R. Soares se desliga da IURD e funda sua própria igreja em 1980, conhecida como Igreja Internacional da Graça de Deus.

Segundo o sociólogo Ricardo Mariano, em seu livro “Neopentecostais: Sociologia do Novo Pentecostalismo no Brasil”, a IURD tem sido bastante exitosa em utilizar os meios de comunicação para difundir a sua mensagem de modo acessível.

Nos anos de 1980 a igreja alugava horários de televisão e rádio para pregar sua mensagem, em 1984 foi quando surgiu a oportunidade de comprar a Rádio Copacabana<sup>2</sup>, emissora tradicional do Rio de Janeiro. Naquela época Edir Macedo apresentava durante a madrugada um programa de TV na extinta TV Tupi e depois pela Rede Bandeirantes de Televisão. Foi estimado que em meados de 1988 a Universal já possuía 17 emissoras de rádio.

Os fiéis da igreja foram fortes motores para a presença da igreja na mídia, conforme o livro “O reino: A história de Edir Macedo e uma radiografia da Igreja Universal” de Gilberto

---

<sup>2</sup> Todas as informações sobre a presença da Igreja Universal do Reino de Deus na mídia foram retiradas do site oficial da instituição <<https://www.universal.org/noticias/post/universal-45-anos-o-alcance-de-vidas-pelos-meios-de-comunicacao/>>

Nascimento, uma prática muito comum entre os fiéis da denominação é o dízimo e as ofertas, foi com esse dinheiro que então a IURD comprou a Rede Record de rádio e TV.

“Para Macedo, quando o fiel faz sua doação ou paga o dízimo, Deus contrai uma obrigação com ele e repreende ‘os espíritos devoradores que desgraçam a vida do ser humano nas doenças, acidentes, vícios, degradação social e em todos os setores da atividade humana que fazem sofrer’” (NASCIMENTO, 2019)

Com o intuito de acompanhar a tecnologia e a popularidade da internet em 2001 surgiu o portal de notícias Arca Universal, o qual atualmente é nomeado de Universal.org, nele é possível, além de acompanhar as notícias e interagir com os usuários, é possível realizar atendimentos espirituais online. Além das suas fortes presenças nas redes sociais como Facebook e Instagram, em 2016 a Universal criou o serviço de streaming Univer Vídeo, no qual é possível assistir as reuniões em tempo real ou gravadas.

A Igreja Universal do Reino de Deus não é a única que usa da mídia para a promoção e a disseminação das suas ideias, a midiáticação é muito usada pelas outras igrejas da vertente neopentecostal, um outro exemplo com forte presença midiática é a igreja de seu cunhado R.R Soares.

#### **4.3 A IGREJA INTERNACIONAL DA GRAÇA DE DEUS**

Como apresentado no texto “Igrejas Neopentecostais” de Kleber Cavalcante, Romildo Ribeiro Soares (R.R. Soares) nasceu no espírito santo em 1948 e começou a participar da igreja presbiteriana aos seis anos de idade. Posteriormente, passou a frequentar a Igreja Batista e permaneceu nessa até os 16 anos de idade, com essa idade ele se mudou para o Rio de Janeiro, onde se afastou do Evangelho por quatro anos.

Com 20 anos passou a frequentar a Igreja Nova Vida, onde conheceu e casou-se com a irmã de Edir Macedo. Os dois criaram uma forte amizade e quando se desconectaram da Igreja Nova vida, foram ambos consagrados pastores na Casa da Bênção e posteriormente fundaram a Cruzada do Caminho Eterno. Por fim, em 1977, fundaram a Igreja Universal do Reino de Deus.

No entanto no final dos anos 70, Edir Macedo e R.R Soares se separaram e Soares fundou sua própria denominação, a Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD) foi inaugurada em 1980.

A IIGD apresenta muitas semelhanças com a IURD, o que é natural, considerando que R.R Soares foi um dos fundadores da Universal. Ambas são da vertente neopentecostal, pregam a cura, exorcismo e prosperidade para os seus fiéis, mas uma das semelhanças mais marcantes nessas igrejas é a presença marcante nas mídias para a promoção de sua igreja e cultos.

A diferença fundamental entre a Igreja Internacional e a Universal é que a IURD é bem mais agressiva em sua mensagem, enquanto a IIGD pode ser considerada mais “tímida” na promoção de sua mensagem, na qual enfatizam, principalmente, o dom de cura de R.R Soares.

A fim de manter seu poder de mobilização de massas e permanecer sendo uma das principais denominações neopentecostais brasileira a IIGD adotou estratégias midiáticas para disseminar a sua doutrina.

A IIGD investiu nos meios de comunicação<sup>3</sup> desde poucos anos após ser inaugurada, investindo maciçamente em mídias eletrônicas e se tornando uma das igrejas mais bem-sucedidas nessa área, é possível dizer que a Igreja Internacional criou um verdadeiro império midiático.

Soares é um dos pastores brasileiros com o maior tempo de atividade na TV, tendo estreado em 1977 o programa Despertar da Fé na antiga TV Tupi. O pastor continuou se firmar como evangelista de televisão e em 2003 conseguiu colocar o seu programa na Tv Bandeirantes em horário nobre, onde obteve o maior sucesso.

Esse programa é o Show da Fé, dirigido e apresentado por R.R Soares, no qual o missionário ensina aos telespectadores a importância de ser um seguidor fiel de Jesus Cristo e seus ensinamentos, além disso o programa conta com apresentações musicais da Graça Music, que será apresentada no decorrer desse trabalho. O programa de televisão atua num papel muito importante como veículo de propaganda e condutor do aparato institucional em torno de Soares e as crenças da Igreja Internacional.

Mesmo com o passar do tempo o programa Show da Fé ainda persiste como o principal agente propulsor da estratégia de midiática adotada pela IIGD, funcionando como catalisador para o surgimento de outras iniciativas midiáticas ligadas à denominação.

Com o sucesso do programa de TV, R.R Soares dá um passo maior no mercado televisivo e inaugura a sua própria rede de televisão, a Rede Internacional de TV (RIT). A produção dos programas procura se distinguir dos canais seculares ao adotar uma estrutura similar à de programas jornalísticos, infantil, musical e religioso, mas sempre com a presença de pastores

---

<sup>3</sup> As informações sobre os meios de comunicação da Igreja Internacional da Graça de Deus foram retiradas de seus sites oficiais <<https://ongrace.com/portal/>> <<https://www.rittv.com.br/%C3%A1rea-comercial>> <<https://www.gracamusic.com.br/a-gravadora/>>

da igreja, para deixar claro a sua natureza religiosa. A RIT assume, dessa forma, um papel de destaque como principal meio de comunicação da Igreja Internacional.

O sucesso televisivo da Igreja Internacional da Graça de Deus não para na RIT, o investimento na Nossa TV Brasileira é um marco significativo na trajetória midiática de R.R Soares. A Nossa TV é uma operadora de TV via satélite, tendo essa operadora a IIGD é capaz de ampliar o seu poder midiático e lançar diversos novos canais evangélicos.

A expansão midiática de IIGD não fica apenas na TV, eles também possuem a Nossa Rádio, a qual participa fazendo propagandas da instituição religiosa e tocando músicas gospel, sendo a grande maioria dos artistas da Graça Music, que é responsável pela produção e distribuição de CDs e DVDs de variados artistas, muitos dos artistas dessa produtora são membros da igreja.

A IIGD também possui uma editora, chamada Graça Editorial, a qual é responsável pela publicação de livros de diversos escritores, entre eles o próprio R.R Soares, a igreja também e detentora de uma distribuidora de filmes de cunho evangélico, chamada Graça Filmes.

Com isso é possível perceber a forte e influente presença que as igrejas citadas nesse trabalho, a Universal do Reino de Cristo e a Igreja Internacional da Graça de Deus têm nas mídias, onde essas conseguem compartilhar as suas crenças, a midiaticização da religião neopentecostal é uma característica marcante dessa vertente e de extrema importância para o seu grande sucesso.

## **5 A MUDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO**

De acordo com o dicionário o significado de midiaticização é “Divulgação ou propagação de alguma coisa através da mídia, dos meios de comunicação; ato de tornar público por meio da mídia”. Essa divulgação é muito comum e está se tornando cada vez mais presente nas denominações neopentecostais.

Com cada vez mais a presença das igrejas nos meios de comunicação pode-se dizer que a religião está aos poucos se tornando um mercado, ou como exposto pelo escritor Leonildo Silveira Campos (2008) um “grande e lucrativo negócio”. Para aqueles que defendem o livre mercado e suas leis, o grande sucesso das igrejas dentro da mídia é uma evidência de que essas leis podem sim serem aplicadas para melhorar a eficácia e operação do setor religioso, que se assemelha cada vez mais a um “mercado religioso”.

Campos (2008) apresenta que a partir do pós-1980 as igrejas começaram a comprar o tempo de antena das estações de rádio, depois compraram as madrugadas das estações de

televisão. Após estabelecerem uma presença moderada nesses horários não tão privilegiados, avançaram para a compra de emissoras e ocuparam os horários nobres da televisão.

Numerosas organizações religiosas usam canais de mídia como rádio, televisão e internet para divulgar sua mensagem. Essas organizações são normalmente lideradas por uma figura central que personifica e compartilha as crenças da igreja. No texto de Leonildo Silveira Campos “Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de Acertos e Desacertos” é apresentado o seguinte trecho:

O que importa é comunicar o Evangelho. E isso deve ser feito com o uso de quaisquer meios ou formas. É preciso levar o indivíduo contra a parede, de onde ele não tenha outra opção a não ser a de aceitar a mensagem de salvação que a ele está sendo entregue

A ocupação de uma hora nobre na TV Bandeirantes pelo missionário R.R Soares foi um marco para a IIGD e a Igreja Universal do Reino de Deus também conseguiu garantir horários de transmissão em horário nobre da TV Gazeta de São Paulo, solidificando ainda mais sua presença na mídia.

Segundo Campos (2008), a aquisição da Record pela IURD foi um acontecimento significativo para o mercado televisivo brasileiro porque marcou o início de uma sociedade televisiva não laica no mercado.

É possível encontrar no site oficial da Igreja Universal do Reino de Deus onde eles falam sobre a sua presença marcante nas mídias, onde eles apontam que estão preocupados em levar a palavra de Deus para todas as pessoas, sendo assim a IURD investe muito em manter sua presença midiática relevante, para que eles consigam cada vez mais alcançar um maior público e fazer com que a igreja seja cada vez mais acessível para os fiéis e também podendo criar uma comunidade que abrange pessoas do mundo todo.

Enquanto muitos frequentam redes sociais para futilidades, a Universal as utiliza como importante meio de evangelização e orientação. O Facebook e o Twitter podem ser usados como canais de Salvação, amor e prosperidade, compartilhados com amigos reais e virtuais (Igreja Universal do Reino de Deus)<sup>4</sup>

Igrejas grandes como a IURD e IIGD têm um grande alcance nas mídias, por serem igrejas com muitos seguidores, mas mesmo em denominações não tão grandes, por menor que seja o alcance da mensagem passada pela mídia, a intenção desses religiosos é passar a

---

<sup>4</sup> Essa citação foi retirada do site oficial da Igreja Universal do Reino de Deus <<https://www2.universal.org/a-universal/midias/>>

mensagem daquilo que eles acreditam para o maior número de pessoas, os fiéis sentem uma necessidade de ajudar o próximo e com a facilidade da propagação da mensagem pelas redes sociais isso é feito de um jeito muito simples e que consegue alcançar um grande número de pessoas.

Vale a reflexão de que a presença das igrejas na mídia nem sempre são mil maravilhas, muitas pessoas ficam descontentes com tudo aquilo que é pregado nas redes, as promessas religiosas apresentadas pelos líderes podem se tornar fantasiosas e fazer com que muitos fiéis fiquem insatisfeitos. Como apresenta Campos (2008) não existe algo para regular os conflitos, pendências ou insatisfações pelo produto, e nesse caso o produto seria as promessas dadas pelas denominações.

Uma explicação de porque os líderes religiosos como Edir Macedo e R.R Soares assumiram muitos riscos financeiros e responsabilidades quando compraram seus próprios veículos de comunicação está relacionada ao seu intenso apetite pelo trabalho missionário. As igrejas neopentecostais são instituições que buscam expandir continuamente suas ideias e crenças. Como resultado, a mídia tornou-se uma importante ferramenta de comunicação de mensagens e valores, alcançando um público cada vez maior. Campos (2008) sugere que:

É possível também que os dirigentes dessas igrejas tenham percebido que para dar vãos maiores no campo religioso, no final do século XX e início do século XXI, em sociedade com forte presença do individualismo e da competição entre grupos, seria fundamental uma combinação entre religião e mídia eletrônica.

## **5.1 A CONSTRUÇÃO DE CELEBRIDADES RELIGIOSAS**

A palavra “Celebridade” pode ser definida como “Quem se destaca por possuir características ilustres; quem é afamado; célebre. [Popular] Que não é comum; extravagante ou extraordinário” de acordo com o Dicionário Online de Língua Portuguesa. Uma pessoa famosa e única cujo reconhecimento público pode mudar dependendo das emoções humanas é chamada de celebridade. Em outras palavras, a reputação de uma celebridade é determinada pela percepção que o público tem dela.

Segundo Adriana do Amaral Freire no texto “Celebidades religiosas, influências e presença digital: evangelização na rede” a chamadas celebridades religiosas são não apenas reconhecidos no seu nicho, mas também no que é chamado de mídia secular, onde eles compartilham suas atividades religiosas ou não diariamente nas redes sociais de modo espetacular.

Cada vez o maior uso das redes de mídia social e tecnologias de comunicação contribuiu para um aumento no número de celebridades religiosas e influenciadores na sociedade contemporânea. A capacidade de comunicar ideias e doutrinas religiosas de forma ampla e abrangente tem proporcionado às figuras religiosas uma influência crescente sobre as pessoas e sua visão de mundo, transformando-as em verdadeiros ícones culturais.

A fama é uma qualidade que exige visibilidade. No período moderno, se uma pessoa não é reconhecível ou não tem potencial carismático, ela não pode ser considerada uma celebridade. Antes de alcançar a fama, os líderes religiosos praticavam suas crenças sem o apoio ativo da mídia eletrônica e das redes sociais. Outra característica explorada pela escritora é a autopromoção, onde ela diz que para a celebridade se manter relevante é preciso chamar atenção, assim ampliando a sua popularidade e visibilidade.

Um exemplo de celebridade religiosa é o bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus. Esse ganha um destaque na mídia por questões polêmicas como pendências judiciais e desentendimentos com outros nomes, sendo eles do meio religioso ou não, além de ter conquistado boa parte da sua fama midiática ao longo dos anos por da aquisição da Record e da presença fervorosa de sua Igreja nas redes sociais, TV e rádio.

Adriana pontua que:

Juntamente com carisma, notoriedade e visibilidade, as celebridades religiosas têm outra qualidade distintiva: a autoridade conferida a elas por seus fervorosos devotos. Esta autoridade religiosa pode ser considerada como um dos fatores que impedem que a instabilidade que afeta as figuras públicas os atinja.

Assim, apesar dos potenciais escândalos que poderiam encerrar a carreira de celebridade de muitos indivíduos desprovidos de autoridade religiosa, líderes como Edir Macedo - por serem líderes de grandes denominações - são capazes de manter uma base significativa de seguidores, independentemente de suas ações.

Considerados como celebridades religiosas, eles não apenas possuem o carisma como uma qualidade pessoal, mas também possuem o carisma derivado de seu papel como líderes da igreja, combinado com o atributo de autoridade religiosa, Amaral (2018).

Segundo Paula Guimarães Simões (2009) “Os produtos midiáticos podem afetar os indivíduos, os quais, por sua vez, agem a partir dessa afetação. Nesse processo, tanto a mídia como a sociedade se reconfiguram, se transformam, se atualizam em um processo de mútua afetação”

Em suma, as celebridades religiosas usufruem de uma autoridade religiosa, assim afetando o modo de como as mensagens das instituições, como Igrejas, são veiculadas nas mídias, tendo em vista a grande influência que essas pessoas têm nos seus seguidores, as celebridades religiosas usufruem de uma autoridade religiosa.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através dos estudos apresentados nesse trabalho podemos perceber que o movimento neopentecostal é um fenômeno relativamente novo no cenário religioso brasileiro, mas com o passar de tempo vem experimentando um crescimento exponencial. Os líderes das denominações neopentecostais têm feito um uso extensivo dos meios midiáticos como estratégia para divulgar seus ensinamentos e ideologias.

No desenvolvimento das pesquisas envolvendo as técnicas de midiaticização da religião no presente trabalho, ficou claro que os neopentecostais mudaram a forma de como as pessoas são consideradas religiosamente leais e engajadas, especificamente por meio dos chamados pastores eletrônicos, aqueles que têm forte presença nos meios midiáticos eletrônicos. Os neopentecostais investem muito em mídias, rádio, televisão, jornais, revistas e internet, e acabam usando desse meio para ampliar e manter o seu poder religioso relevante. Usar a mídia é uma maneira poderosa de promover sua igreja como uma vitrine de produtos, os quais são muito desejados pelos fiéis.

Fica claro que mídia vem desempenhando um papel significativo nas estratégias de evangelização, essas servindo como uma ferramenta de doutrinação. As igrejas utilizam de diversos meios de comunicação, como televisão, rádio, jornais e redes sociais, para disseminar sua mensagem e atrair seguidores para a sua doutrina.

Nos estudos presentes nesse trabalho sobre as igrejas Universal do Reino de Deus e a Igreja Internacional da Graça de Deus é possível perceber que a presença da evangelização nas mídias não está limitada apenas à transmissão dos cultos, as igrejas vêm aproveitando o alcance das rádios, jornais e redes sociais para difundir suas crenças e persuadir os fiéis em potencial a seguirem a doutrina da denominação. Por mais que os jornais e redes sociais não reproduzam diretamente os cultos, esses ainda servem para compartilhar outras mensagens e testemunhos. Essas estratégias midiáticas buscam impactar e influenciar as pessoas, convencendo-as a abraçar a fé e os ensinamentos das igrejas neopentecostais.

Em última análise, a permanência das igrejas neopentecostais se deve aos meios eletrônicos e midiáticos, sabemos que as mídias são uma parte importante para o sistema de produção capitalista, e estando inserida no meio dessa indústria é fornecido insumos e técnicas abundantes para a produção e reprodução de diversos conteúdos religiosos. Podemos reconhecer que as mudanças ocorridas no campo midiático do neopentecostalismo pode ser considerada uma reorganização de como a igreja está presente e é responsável por influenciar a vida das pessoas, as dimensões que o discurso religioso propagado por tais igrejas toma rumos totalmente diferentes das outras denominações. O que antes era apenas entendido como um encontro onde as pessoas se reuniam para aprender as escrituras da bíblia e compartilhar a sua fé se tornou um mercado, o qual está inserido na cultura do espetáculo, e segue expandindo a influência midiática da religião.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A Igreja Universal na mídia - Portal Universal. Disponível em: <<https://www2.universal.org/a-universal/midias/>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

Área Comercial | RIT TV. Disponível em: <<https://www.rittv.com.br/%C3%A1rea-comercial/>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

BARTLEMAN, F. Azusa Street. [s.l.] Whitaker House, 2000.

CAMPOS, L. S. As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada. Revista USP, v. 0, n. 67, p. 100, 1 nov. 2005.

CAVALCANTE, K. IGREJAS NEOPENTECOSTAIS. [s.l: s.n.].

CRUZ, D. Universal 45 anos: o alcance de vidas pelos meios de comunicação. Disponível em: <<https://www.universal.org/noticias/post/universal-45-anos-o-alcance-de-vidas-pelos-meios-de-comunicacao/>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

DO AMARAL FREIRE, A. Celebidades religiosas, influência e presença digital: evangelização na rede. Revista de Comunicação e Cultura - UFBA: [s.n.].

FRANCISCO CARTAXO ROLIM. O que é pentecostalismo. [s.l: s.n.].

GUIMARÃES SIMÕES, P. A MÍDIA E A CONSTRUÇÃO DAS CELEBRIDADES: UMA ABORDAGEM PRAXIOLÓGICA. Universidade do Estado do Rio de Janeiro: [s.n.].

HARVEY GALLAGHER COX. Fire from heaven: the rise of pentecostal spirituality and the reshaping of religion in the twenty-first century. Cambridge, Mass: Da Capo Press, 2007.

História da Igreja de Nova Vida. Disponível em: <<https://www.novavida.org.br/historia-da-igreja-de-nova-vida>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

LEITE DE MORAES, G. Neopentecostalismo - um conceito-obstáculo na compreensão do subcampo religioso pentecostal brasileiro. Revista de Estudos da Religião PUC-SP: [s.n.].

LEONILDO SILVEIRA CAMPOS. Teatro, templo e mercado. [s.l.: s.n.].

MARIANO, R. Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo, Sp: Edições Loyola, maio, 2012.

MENDES, A. DE M. NEOPENTECOSTALISMO E MÍDIA: UMA ABORDAGEM ACERCA DA INFLUÊNCIA DA FIGURA DO LÍDER CARISMÁTICO NA VIDA DOS FIÉIS ATRAVÉS DO DISCURSO DA TEOLOGIA DA PROSPERIDADE. IN TOTUM - Periódico de Cadernos de Resumos e Anais da Faculdade Unida de Vitória, v. 2, n. 3, 2015.

NASCIMENTO, G. O reino. [s.l.] Companhia das Letras, 2019.

O crescimento pentecostal e os desafios para o campo popular. Disponível em: <<https://thetricontinental.org/pt-pt/brasil/o-crescimento-pentecostal-e-os-desafios-para-o-campo-popular/>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

Ongrace. Disponível em: <<https://ongrace.com/portal/>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

ONGRACELABS. A Gravadora – Graça Music. Disponível em: <<https://www.gracamusic.com.br/a-gravadora/>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

Pentecostalismos no Brasil. Disponível em: <<https://religioepoder.org.br/artigo/pentecostalismos-no-brasil/>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

SILVEIRA CAMPOS, L. Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de Acertos e Desacertos. Revista de Estudos da Religião PUC-SP: [s.n.].

SYNAN, V. O Século do Espírito Santo. [s.l.] Editora Vida Ltda, 2021

VALDEMAR FIGUEREDO FILHO. Entre o palanque e o púlpito. [s.l.] Annablume, 2005.