

CRESCEI E MULTIPLICAÍ-VOS: a explosão religiosa na televisão brasileira

SANTOS, Suzy dos

Professora da Faculdade de Tecnologia e Ciências -
Salvador/BA

E-mail: suzysantos@superig.com.br

CAPPARELLI, Sérgio

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e
Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

E-mail: capparel@terra.com.br

RESUMO

O artigo pretende analisar a recente expansão das denominações religiosas no cenário brasileiro de televisão. Definidas como atores sociais profundamente articulados com as lógicas globais de acumulação, as igrejas eletrônicas, notadamente as de influência neopentecostal, conquistaram um importante espaço nas comunicações brasileiras adotando lógicas de inserção que articulam as regras econômicas neoliberais de produção e distribuição de conteúdo televisivo à tradição de clientelismo político nacional e à despolitização da vida social hodierna.

Palavras-chave: Comunicação de massa. Televisão. Igrejas Eletrônicas.

1 INTRODUÇÃO

Se o quadro do personagem Tim Tones fosse transmitido hoje, provavelmente Chico Anysio não usaria atrizes ruivas para caracterizar a esposa e as filhas do pastor nem adotaria o sotaque norte-americano para satirizar programas religiosos na televisão. O quadro do programa Chico Anysio Show foi ao ar em 1984, uma época onde a programação religiosa era composta por transmissão de missas católicas em horários pouco valorizados na grade da programação e por programas de natureza protestante dublados. Os apresentadores eram personagens norte-americanas com ares estelares como Rex Humbard, confidente de Elvis Presley; ou Jimmy Swaggart, primo de Jerry Lee Lewis. Diferente desta época, o refrão-tema “Tim Tones, Gloria! Tim Tones! Oásis no deserto da dor” e o bordão “Vamos passar a sacolinha” hoje seriam prontamente identificados com a programação religiosa abundante no cenário televisivo.

Como a televisão não pode ser dissociada de outras esferas da vida do País, essa abundância religiosa na TV é uma das facetas da ampla disseminação religiosa na esfera política e econômica recente. A centralidade da cultura de consumo e das lógicas de mercado afetou as formas de inserção das igrejas na vida social. Assim, este trabalho pretende analisar a recente expansão das denominações religiosas no cenário brasileiro de televisão. Tornando-se atores sociais profundamente articulados com as lógicas globais de acumulação, as igrejas eletrônicas, notadamente as de influência neopentecostal, conquistaram um importante espaço nas comunicações brasileiras adotando lógicas de inserção que articulam as regras econômicas neoliberais de produção e distribuição de conteúdo televisivo à tradição de clientelismo político nacional e à despolitização da vida social hodierna.

Durante a maior parte do século XX, a Igreja Católica manteve a supremacia dentre as religiões no trato com o Estado e na absorção de fiéis. O Brasil era o maior país católico do mundo e a hegemonia do catolicismo era incontestável.

Até alguns anos atrás, o revelar-se evangélico era se expor a ser visto como alguém um tanto ‘alienígena’, distante da sociedade, ou seja, algo bastante pejorativo. Os ‘crentes’, como eram todos confundidos e chamados, estavam quase sempre sendo associados aos estereótipos de homens vestidos de terno, com uma Bíblia debaixo do braço, e de mulheres com saias abaixo do joelho e cabelos compridos. Eram vistos sempre distantes e arredios ao mundo e às outras pessoas de fora de suas igrejas (Bonfatti, 1999:1-2).

Esta hegemonia começa a sofrer o baque da concorrência com as novas denominações religiosas, notadamente as neopentecostais, a partir dos anos 90. As igrejas pentecostais e o protestantismo existem no Brasil desde a década de 20, como é o caso da Assembléia de Deus, embora sua inserção política e econômica tenha sido relativamente discreta até os anos 80. Também no campo da comunicação esta atuação era discreta. Representantes da Assembléia de Deus ou da Igreja Adventista do Sétimo Dia dividiram espaço de forma quase harmônica com a Igreja Católica em outorgas de rádio desde a década de 60.

O reconhecimento da importância dos meios de comunicação de massa como veículos evangelizadores também data deste período. Internacionalmente, a expansão de uma cultura *pop* midiática caminhava ao lado de uma mudança religiosa. Nesta década, as religiões orientais passaram a ter maior visibilidade no mundo ocidental, com a adesão de estrelas do *rock* e de *Hollywood*, ao mesmo tempo em que protestantes e católicos, especialmente nos EUA, passaram a exercer fortes investimentos na televisão aberta.

No caso da Igreja Católica, esse reconhecimento tornou-se público em 1963, quando o Papa Paulo VI publicou um Decreto sobre os meios de comunicação em que eram determinadas as condições iniciais para a atuação católica nesses meios. Defendendo o direito da Igreja Católica em possuir e usar toda a classe de meios de comunicação, este documento papal convocava os fiéis a agruparem-se em associações profissionais, instaurava uma jornada anual em cada diocese para ilustrar os fiéis em relação aos seus deveres para com o sustento e o fomento dos meios da Igreja e instituía aos bispos a função de articular e coordenar estes meios (Vaticano, 1963).

No universo protestante também se tornaram expressivas as articulações em torno dos meios eletrônicos de comunicação. É nesta mesma década de 60 que surge, nos EUA, o conceito de Igreja Eletrônica^[1]. Segundo Penha Rocha (2002), embora os interesses dos evangélicos já estivessem organizados nos EUA, através da National Broadcasting Religious, desde os anos 40, a onda de religiosidade e misticismo associada à contracultura nos anos 60 foi responsável pela transposição dos programas de pastores

evangélicos - como Pat Robertson, Billy Graham, Jimmy Swaggart e Rex Humbard - do rádio para as redes de televisão.

Sustentada na retórica dos pastores, a Igreja Eletrônica mostrou-se um instrumento de convencimento e conversão mais eficaz que templos e igrejas. Para Rocha, a adoção da tríade “reza, cura e salvação” era o elemento facilitador desta capacidade de convencimento distinguindo-se da lógica das religiões tradicionais que pressupunham um comprometimento mais arraigado. Ao mesmo tempo, a Igreja Eletrônica se transformava em importante meio de sustento das religiões que propagavam.

A “venda da salvação” exercida pela Igreja Eletrônica tem sido analisada mediante a relação estabelecida entre o crescimento da TV religiosa e as contribuições financeiras de seus telespectadores. Os programas religiosos na TV substituem o medo pela fé, sendo este o maior incentivo para a ajuda em dinheiro. A Igreja Eletrônica trabalha sempre com a trilogia reza, cura e salvação e tem sido apontada como se tivesse um poder místico [...] uma das táticas mais usadas por esses programas de televisão é a de abordar temas como homossexualismo, drogas, família, crises financeiras, etc., já que estes assuntos comovem as pessoas e despertam uma audiência maior (2002: 6-7).

Como reação aos evangélicos, surgiu no catolicismo um movimento, a Renovação Carismática Católica-RCC, cujas bases são similares ao pentecostalismo norte-americano. Apesar de, nos anos 60, não estar estreitamente vinculada à idéia de “venda da salvação”, a RCC também é identificada ao conceito de Igreja Eletrônica pela adoção de um tom “mágico” de pregação, igualmente baseado na tríade “reza, cura e salvação” e na figura de padres “midiáticos” que, além de pregadores, são cantores, atores, esportistas etc.

2 MORAL E BONS COSTUMES: a igreja católica como grupo de pressão

Na televisão brasileira, o espaço religioso resumiu-se às missas católicas, a raros padres cantores - como foi o caso do Padre Zezinho na década de 80 - e aos programas protestantes mencionados no início deste capítulo até o início dos anos 90. O pentecostalismo “ruivo”, importado dos EUA e calcado no estrelato de líderes religiosos, não tinha lugar no Brasil hegemonicamente católico das décadas anteriores.

Em primeiro lugar, os setores tradicionais da Igreja Católica no Brasil estavam aliados ao projeto dos militares na implantação do ‘Regime’. Assim, praticamente todas as redes de televisão, das educativas à Rede Globo, exibiam missas dominicais em sua

programação. A atuação dos movimentos sociais ligados à direita católica, como a Tradição, Família e Propriedade - TFP, centrava-se em coibir a licenciosidade e a liberalização dos costumes. Princípios consoantes aos interesses de controle estreito da radiodifusão pelos governos militares.

Se, por um lado, os setores conservadores católicos apoiaram as práticas militares de censura, por outro lado, as práticas autoritárias que infringiam princípios humanitários adotados pelo catolicismo levaram alguns setores progressistas, especialmente a Teologia da Libertação, a ter importante papel de incentivo em versões alternativas e comunitárias dos meios de comunicação de massa como forma de expressão dos trabalhos organizados nas Comunidades Eclesiais de Base[2]. Desta forma, a ligação entre a Igreja Católica e os meios de comunicação esteve, nos anos 60 e 70, mais direcionada aos valores morais e éticos do que aos interesses de conversão que conceituam a Igreja Eletrônica. Como narra Márcio Vieira de Souza:

Um estudo organizado pela CAMECO (Catholic Media Council) revelou que, em meados dos anos oitenta, as entidades Cristãs de Comunicação Social possuíam no Brasil, 129 emissoras de rádio, sendo 121 pertencentes à Igreja Católica, 16 centros de produção de rádio e TV, 28 centros de comunicação, 46 editoras e 211 periódicos impressos. Apesar do grande potencial evidenciado pelos números, a Igreja Católica não teve uma política muito clara para seus meios de comunicação de massa, principalmente as rádios [...] Diferentemente do caso das rádios, a Igreja não conseguiu muitas concessões de televisão (1996: 131-132).

Note-se que, até então, raras emissoras de TV eram propriedade das igrejas. As primeiras aquisições ou obtenções de outorgas ocorreram no bojo da transição do regime militar, como é o caso da TV Sudoeste, outorgada em 1979 em Pato Branco-PR, pertencente à Fundação Cultural Celinauta, ligada aos padres Franciscanos; ou da TV Rio, no Rio de Janeiro, outorgada ao Pastor Batista, Nilton do Amaral Fanini, em 1983[3]. É nos últimos anos da década que começa a acontecer uma corrida das igrejas para a televisão.

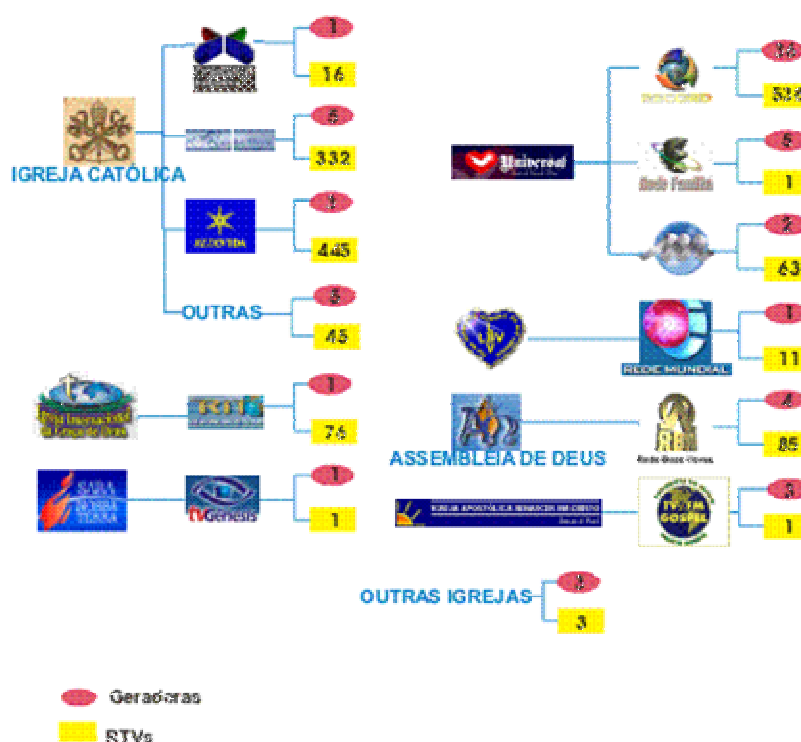
3 “VAMOS PASSAR A SACOLINHA”: mercado da fé e concorrência

A partir da aquisição da TV Record pela Igreja Universal do Reino de Deus, em 1989, é que se pode falar de uma Igreja Eletrônica em atuação no país. Embora sua atuação seja recente, esta configuração religiosa pode ser caracterizada como a mais expressiva modificação de atores de todo o cenário televisivo nacional. Enquanto a maior parte da estrutura de propriedade da televisão aberta reproduz a continuidade de atores

definidos entre os anos 60 e 70 e a participação do capital internacional está concentrada na televisão por assinatura, as igrejas rapidamente se expandiram em diversos setores da Indústria Cultural no país.

Em pouco mais de uma década, são 15 canais religiosos, pertencentes a dez denominações religiosas, que são exibidos tanto na TV aberta quanto nos pacotes de TV por assinatura. Além disso, as igrejas compram também espaços de programação em diversos canais laicos. Em julho de 2004, eram proprietárias de 12,6% das concessões de geradoras de TV aberta e de 14,3% das permissões de Retransmissoras (RTV) no país, como é possível observar nas figuras a seguir.

Denominações religiosas - canais e outorgas de TV vinculadas (Fonte: Santos, 2004)



Outorgas de Televisão das Igrejas (Fonte: Santos, 2004)

	GERADORA		RTV	
	QUANTIDADE	% do TOTAL	QUANTIDADE	% do TOTAL
AC	0	-	10	10,6
AL	0	-	21	19,2

AM	1	14,2	73	30,1
AP	2	50	3	9,1
BA	3	21,4	119	16,8
CE	0	-	23	6,7
DF	2	18,2	5	19,2
ES	1	9,1	16	7,8
GO	2	4,2	52	10,4
MA	0	-	20	6,6
MG	2	4,2	180	13
MS	2	18,2	21	8,5
MT	0	-	19	6,6
PA	2	20	40	13,2
PB	0	-	10	10,87
PE	0	-	17	11
PI	0	-	8	8,5
PR	8	22,2	92	19,5
RJ	2	10,5	77	19,2
RN	0	-	10	9,8
RO	1	16,6	5	3,2
RR	0	-	3	6,8
RS	0	-	69	9
SC	6	20	61	8
SE	1	25	15	25
SP	13	20,6	424	24,4
TO	0	-	10	6,4
TODAS	48	12,6	1403	14,3

A aquisição da Rede Record pela IURD é considerada o mais importante exemplo de inserção religiosa na televisão aberta, mas o canal, contudo, não pode ser considerado de natureza exclusivamente religiosa. Por conta de sua programação claramente comercial há a necessidade de separar as retransmissoras afiliadas pertencentes a empresários que não estão diretamente vinculados à IURD. Assim, da tabela anterior não constam 18 geradoras e 216 retransmissoras afiliadas à Rede Record.

Embora muito se tenha falado da expansão evangélica na televisão, esta propagação não supera a da Igreja Católica. Se há um certo equilíbrio quando se considera o conjunto das igrejas entre católicas e evangélicas, o mesmo não se pode afirmar em relação às diversas denominações evangélicas que concorrem entre si. A partir do Censo de 2000, quando se constatou que o catolicismo havia perdido fiéis para outras religiões evangélicas, muito se tem discutido a participação das igrejas evangélicas nas comunicações.

No cerne da Igreja Católica, a preocupação com a concorrência das evangélicas serviu de impulso para a adesão aos princípios de Igreja Eletrônica. Segundo Magali do

Nascimento Cunha (1999), este momento é marcado pela adesão religiosa à percepção neoliberal de que os meios de comunicação de massa são espaços estratégicos não só na conquista de fiéis mas também como ferramenta de publicidade para produtos especificamente direcionados ao consumidor religioso. Nesta adesão, a lógica comercial de concorrência ganha um estatuto divino de ‘guerra santa’.

O sucesso destas formas religiosas estaria garantido pela perfeita integração com a conjuntura da sociedade neoliberal. Numa lógica de exclusão, prega-se que os que almejam ser incluídos poderiam abraçar as promessas de prosperidade material (Vida na Bênção), sendo fiéis a Deus material e espiritualmente. Neste caso, os vencedores da grande competição social por um espaço no sistema seriam os escolhidos de Deus e a acumulação de bens materiais, interpretados como as bênçãos para os “filhos do Rei” (ou “Príncipes”). Na mesma direção, prega-se que é necessário varrer o mal que impede que a sociedade alcance as bênçãos da prosperidade, por isso, os “filhos do Rei” devem invocar todo o poder que lhes é de direito para estabelecer uma guerra contra as “potestades do mal” (Cunha, 1999:5).

Para além do dízimo, o fiel também se torna patrocinador de Deus que prospera junto com a igreja. Segundo a Igreja Internacional da Graça de Deus, cujo líder, missionário R.R. Soares, é cunhado do líder da IURD, patrocinar a programação da televisão da Igreja é “um chamado de Deus para salvar o mundo”. A prosperidade da igreja é facilmente perceptível. Em setembro de 2004, além da programação da Rede Internacional de Televisão-RIT, recebidas por cerca de onze milhões de antenas parabólicas (Nascimento, 2004:46) e pelas estações retransmissoras - cadastradas no Ministério das Comunicações em nome da empresa Televisão Cidade Modelo Ltda - pertencentes ao missionário e à sua esposa, Maria Magdalena Bezerra Ribeiro Soares, a ‘Igreja da Graça’ atingia também todo o território nacional no horário nobre da Rede Bandeirantes (21h-22h) com o programa Show da Fé. Na lógica da Teologia da Prosperidade, todos que respondem ao “chamado de Deus para salvar o mundo” serão recompensados.

Quando a recompensa divina não vem é culpa do diabo. Assim, é responsabilidade do fiel mantê-lo afastado, como ensina o missionário na seção de perguntas e respostas do portal *online* da Igreja:

Assim que senti o chamado de Deus para patrocinar e depusitei a primeira contribuição, perdi o meu emprego. Tento conseguir outro trabalho, mas, infelizmente, não está sendo possível. Missionário, será que eu não tinha o chamado para ser associado? Se tivesse realmente, seria mais abençoado.

Resposta:

A sua provação é realmente grande, e o diabo quer lhe convencer de que você não tem o chamado. Não acredite no inimigo, ore a Deus e pegue a primeira oportunidade que se lhe abrir de emprego. Não fique escolhendo serviço, pois, talvez, em outra atividade, você seja bem mais abençoado (Portal, 2004).

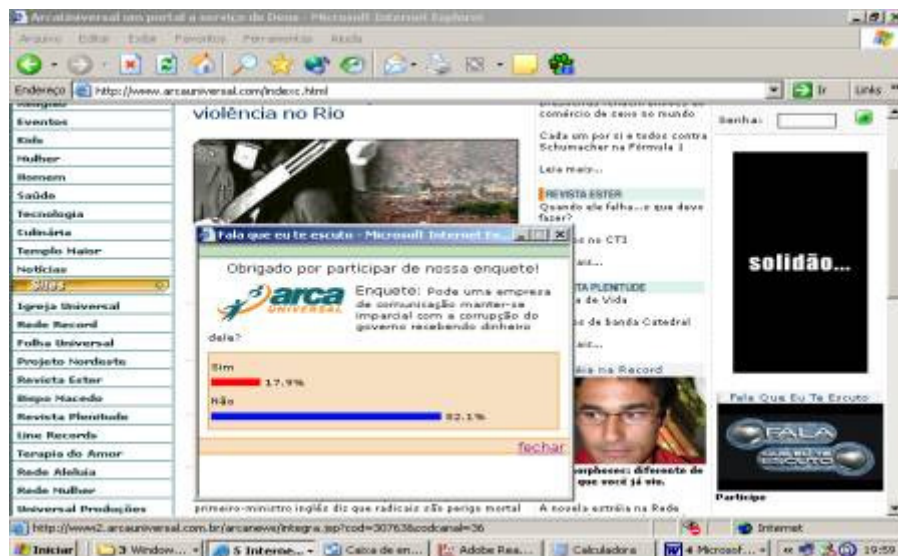
A responsabilidade dos fiéis em relação aos desígnios da sua igreja está ligada às características da Teologia da Prosperidade que dizem respeito à aliança imprescindível entre fé, sacrifício em nome de Deus e confissão positiva. Enquanto a fé se traduz na fidelidade aos princípios religiosos e o sacrifício no pagamento do dízimo, a confissão positiva traduz-se na crença de que o destino individual está condicionado ao que as pessoas confessam. Ou seja, mais do que o tradicional preceito do “é dando que se recebe”, na Teologia da Prosperidade acredita-se que “é querendo que se consegue”.

Assim, adicionada à fé e ao sacrifício, a confissão positiva tem o poder de conquistar a prosperidade que, neste caso, não separa o plano espiritual do plano financeiro. Assim, tanto a doença quanto a pobreza são obras demoníacas que somente se manifestam quando falta a fé, ou o sacrifício ou, ainda, quando há uma confissão negativa por parte do indivíduo.

Com o pecado, o homem foi expulso do Jardim do Éden, perdendo todas as suas regalias. Ele se afastou de Deus e tornou-se escravo de Satanás. Mas, desde então, Deus não desistiu de refazer a aliança com o homem e de trazê-lo “ao seu estado primitivo, ao seu estado natural, que é o de graça, virtude, felicidade e abundância”. De acordo com a vontade de Deus, “Deus da Abundância”, o homem tem o direito e deve prosperar em três aspectos: espiritual, físico e financeiro. Inspirando-se na passagem bíblica João 3: 2: “amado, eu desejo que te vá bem ‘em todas as coisas’, que tenhas saúde, assim como vai bem a tua alma”, [...] Alcançar a prosperidade é o mesmo que passar a viver no Reino de Deus e participar efetivamente em Sua obra (Apgaua, 1999:39).

Em algumas situações, o inimigo não é o diabo e sim uma rede de televisão. Na semana de 01 a 05 de março de 2004 a pergunta da enquete do programa Fala que Eu Te Escuto, produzido pela IURD e transmitido por todos os canais da igreja, era “Pode uma empresa de comunicação manter-se imparcial com a corrupção do governo recebendo dinheiro?”. Nesta semana, em lugar dos aconselhamentos sobre questões como alcoolismo ou infidelidade conjugal, o pastor exibia entrevistas com sindicatos de jornalistas e discutia o possível financiamento do BNDES às redes de TV. Simultaneamente, o portal Arca Universal exibia o resultado da enquete.

Enquete do Fala que Eu Te Escuto no portal Arca Universal^[4]



No sábado, 06 de março, uma nova pergunta estava no ar: “Você acha que o governo, através do BNDES, deve ajudar a pagar a dívida das Organizações Globo?” O resultado era de 90,1% de respostas negativas. Os ataques entre Rede Globo e Rede Record já datam de alguns anos. Desde o episódio conhecido como “chute da santa”, em 1995, de tempos em tempos os veículos da Globo divulgam suspeitas de irregularidades na Record e vice-versa.

Neste caso, mais do que o episódio específico de possível ajuda do BNDES à Rede Globo, interessa aqui a clara vinculação entre interesses religiosos e interesses comerciais de uma rede de televisão. Este apontamento difere, por exemplo, das declarações do presidente da Rede Record, Dennis Munhoz, que define as relações entre a igreja e a rede como estritamente comerciais.

Ela simplesmente é uma cliente da Record, uma importante cliente que atua na Record. Ela loca o horário da madrugada, como loca horários na TV Gazeta, na Rede Bandeirantes, na Rede TV. Ela loca horários em várias emissoras de TV no Brasil. Não apenas na Record.[...] Somos uma emissora comercial como todas as outras do Brasil, e procuramos manter sempre esse conceito [...] A produção dos programas da Igreja não é feita nos estúdios da Record. Nós simplesmente “lincamos” com os estúdios da Igreja. Essa mesma produção vai ao ar na Bandeirantes, na Rede TV, na TV Gazeta. Aí é que eu noto um pouco de falta de coerência. Por que sempre é dirigido à Record? Alugamos horário como as outras emissoras. Os programas que são veiculados na Record também o são nas outras emissoras (Munhoz, 2003).

Evidentemente, a programação da Rede Record difere da programação dos canais exclusivamente religiosos. Por outro lado, não é possível separar os interesses da IURD dos interesses da rede de TV visto que ambas têm na figura de Edir Macedo seu gestor principal. Da mesma forma, os pastores e bispos da IURD eleitos para mandatos eleitorais não podem ser desvinculados dos interesses em comunicações da Igreja.

A ausência de problematização do interesse econômico das Igrejas Eletrônicas também é perceptível na maioria dos estudos que tratam a economia da comunicação. Valério Brittos, por exemplo, na sua profunda análise sobre as funções da televisão insere as igrejas no mesmo rol dos outros atores públicos.

A multifuncionalidade encadeada e constatada a partir da observação e confrontação teórica relaciona-se diretamente com o capitalismo, não podendo ser pensada desfocada dele. Sendo funções de empresas capitalistas, se exclui, portanto, iniciativas de movimentos sociais, igrejas, partidos políticos, sindicatos, fundações culturais, universidades e entidades em geral que atuam com objetivos diversos da obtenção de maior retorno econômico possível aos esforços empreendidos (2003: 61).

Em termos de audiência, os canais religiosos não têm visibilidade significativa quando se exclui a Rede Record da categoria. Por outro lado, o volume de negócios e a diversidade dos produtos dessa espécie de Indústria Cultural que configuram as Igrejas Eletrônicas são expressivos. Além da atuação na TV aberta, possuem rádios, editoras, gravadoras, operadoras de TV por assinatura, provedores de acesso à Internet e portais onde são comercializados diversos produtos.

Segundo a revista *Veja*, em 2002 foram vendidos oito milhões de discos religiosos, abarcando 14% das vendas da indústria fonográfica. No mesmo ano, ainda segundo a revista, as editoras religiosas tiveram um faturamento de R\$ 178 milhões (Marthe; Valladares, 2003). Em 2003 os valores foram de R\$ 500 milhões no segmento fonográfico e R\$ 280 milhões no setor editorial (Rodrigues, 2004:48).

Em junho de 2003, uma primeira medida foi tomada no sentido de maior comercialização de canais essencialmente religiosos. Esta medida foi a designação do publicitário, Nizan Guanaes, para coordenar o canal TV Canção Nova, da Renovação Carismática Católica. Nizan já tinha recebido uma série de permissões de retransmissoras quando coordenava a campanha presidencial do candidato do PSDB, José Serra. Estas RTVs se tornaram retransmissoras da Canção Nova, enquanto o publicitário elabora novos formatos para a programação.

Outro bom exemplo de fenômeno midiático religioso é o padre Marcelo Rossi. Após vender mais de três milhões de cds com o disco *Músicas para Louvar o Senhor*, não por uma das quatro gravadoras católicas mas pela norte-americana Universal, o padre

tornou-se presença constante em laicos *talk shows* e programas de variedades além de ter seu programa próprio na Rede Vida.

Em 2003, Marcelo Rossi estrelou o filme *Maria, Mãe do Filho de Deus*, que foi produzido pela Globo Filmes e pela Diler & Associados, com trilha sonora da Sony Music, nova gravadora do padre, e distribuição da Columbia Tristar. O filme atingiu 2.330.394 espectadores, até janeiro de 2004, superando os filmes dos globais Xuxa e Renato Aragão no mesmo ano[5]. No vácuo do filme anterior, em setembro de 2004, o padre estrelava *Irmãos de Fé* ao lado do ator global Thiago Lacerda, novamente distribuído pela Columbia Tristar e produzido pela Diler & Associados, com patrocínio da Agência Nacional de Cinema - Ancine, vinculada ao Ministério da Cultura, e do Governo do Estado do Rio de Janeiro, entre outros.

Em TV por assinatura, por exemplo, uma das primeiras TVs a cabo do país foi a de Santo Anastácio - SP, cidade com 16 mil habitantes e 80% das ruas cabeadas. A iniciativa foi do padre José Antônio de Lima que instalou o sistema, em 1988, com a finalidade de melhorar a recepção dos canais oferecidos em VHF. Além da TV a Cabo Santo Anastácio, o padre também é sócio de uma das duas rádios da cidade. Como a cidade tem apenas duas outorgas de retransmissão, uma delas da Rede Vida, é possível dizer que a Igreja Católica organiza as comunicações em Santo Anastácio.

Além dos canais abertos retransmitidos pelas operadoras de TV por assinatura, há os canais por satélite como o JesusSat, da Assembléia de Deus, ou o TV AD Sat e o Win Time de TV, da Igreja Adventista do Sétimo Dia, que também são incluídos em pacotes de assinatura. No concentrado mercado de DTH, onde há somente nove outorgas no país e apenas três em operação - SKY, DirecTV e TECSAT -, duas destas outorgas pertencem às Igrejas Eletrônicas. A primeira é da Rádio e Televisão Record S.A. e a segunda da Rádio e Televisão Modelo Paulista LTDA. Os líderes religiosos Edir Macedo e R.R. Soares, representantes respectivamente da IURD e Igreja Internacional da Graça de Deus, detém 90% das cotas das empresas e suas esposas, os restantes 10%. Segundo a revista Pay TV, o grupo de comunicações do missionário Romildo Ribeiro Soares pretende desembolsar US\$ 18 milhões na implantação do serviço de assinatura por satélite (Zanatta, 2003).

Se a rápida expansão das Igrejas Eletrônicas no setor audiovisual ainda deixasse dúvidas sobre o interesse primordial dos lucros destes veículos, o fato de que os portais destas igrejas anunciam produtos de naturezas diversas confirmam esta assertiva. Dentre outros, é possível encontrar anúncios de: cartões de crédito, como o Gospel Bradesco Visa, da Renascer em Cristo, e o Adra Vida, da Igreja Adventista; livros de auto-ajuda, como o título *Como Ser Bem Sucedido na Vida Empresarial*, de autoria do

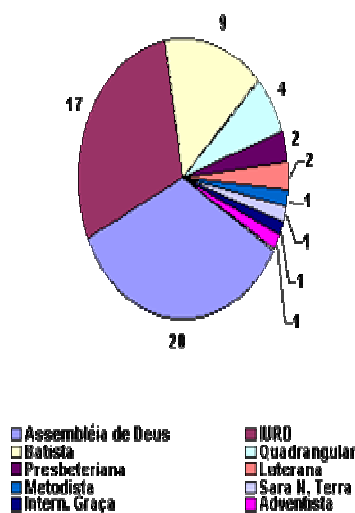
pastor da IURD Natal Furucho, disponível por R\$ 15,90[6]; cd-rom de jogos, como o Jogo do Cristão, no portal Catoliconet; e, ainda, diversas peças de vestuário, com inscrições como “Jesus te ama” e “Deus é fiel”, e acessórios, como *piercings* e tatuagens de *henna*.

4 ESTADO LAICO? CLIENTELISMO RELIGIOSO

À emergência das igrejas eletrônicas como empresas de comunicação soma-se a participação de bispos e pastores em cargos eletivos. Até o fim dos governos militares, na década de 80, os evangélicos jamais tiveram uma participação relevante na esfera política. Luiz Alberto Gómez de Souza narra como a primeira representação evangélica na vida política nacional a presença do Reverendo da Igreja Metodista, Guaraci Silveira, na Assembléia Nacional Constituinte de 1934.

De menos de dez deputados evangélicos até 1963 aos quase 60, no primeiro semestre de 2004, segundo Gómez de Souza, “pode-se falar de uma fase metodista até 1963, depois presbiteriana nos vinte anos seguintes, logo depois batista e, na atualidade, pentecostal e neopentecostal”(2003). Distribuídos entre diversos partidos políticos, os evangélicos tiveram mais de cinco milhões de votos nas eleições de 2002, especialmente por conta dos candidatos ‘estelares’ das Igrejas Eletrônicas. Os evangélicos têm hoje quatro representantes no Senado: Magno Malta (PL-ES), batista; Marina Silva (PT-AC), Assembléia de Deus; Paulo Octávio (PFL-DF), Sara Nossa Terra; e Marcelo Crivela (PL-RJ), da Igreja Universal do Reino de Deus. Na Câmara dos Deputados, em 31 de agosto de 2003, a composição evangélica era a seguinte:

Composição evangélica na Câmara dos Deputados



É importante ressaltar que a atuação da chamada ‘bancada evangélica’ no Congresso apenas observa unidade no que diz respeito às questões relativas aos princípios morais religiosos, como, por exemplo, nas circunstâncias de votação de projetos relativos à descriminalização do aborto ou à aprovação da parceria civil entre pessoas do mesmo sexo. Nestas situações, os evangélicos votam em conjunto com os deputados católicos, estimados em 50 parlamentares, também distribuídos entre diversos partidos.

Nas questões relativas às comunicações, no entanto, uma atuação mais corporativa somente se observa em algumas igrejas, como a IURD e a Assembleia de Deus, como são os casos dos bispos Rodrigues^[7] e Crivela e de Silas Câmara (PTB-AM) que é irmão do pastor Samuel Câmara, diretor da Rede Boa Nova de rádio e Televisão. A Igreja Católica tem uma representação mais fragmentada embora faça parte da campanha política de alguns candidatos o fato de usarem sua influência para facilitar a concessão de outorgas de rádio e TV para as denominações religiosas, como é o caso do deputado Salvador Zimbaldi (PTB-SP).

A prática de clientelismo político já consolidada, no que diz respeito às outorgas de radiodifusão no país, torna-se mais complexa com a inserção religiosa neste setor. No caso das prefeituras municipais que operam o serviço de retransmissão televisiva em cidades com pouca atração comercial para as grandes redes, as igrejas têm encontrado um fértil campo de atuação.

A participação das prefeituras municipais no serviço de retransmissão televisiva é representativa. Dos 5.561 municípios brasileiros, 1.676 têm retransmissoras outorgadas às prefeituras. Ao todo são 3.341 outorgas de RTV nas mãos de prefeituras, responsáveis pela cobertura de 30,14% do território nacional e por 34,13% das

retransmissoras de TV no país (Santos, 2004). A adesão de uma prefeitura à afiliação de um canal específico, além de traduzir uma fatia maior de audiência para este canal, significa também minimizar os custos da rede na implantação de retransmissoras próprias.

As ausências de identificação clara dos canais retransmitidos, dos critérios de escolha desses canais e de controle do conteúdo transmitido facilitam a proliferação de uma nebulosa rede de influências na qual as igrejas têm demonstrado um trânsito frequente. Fazendo uma busca em *sites* de prefeituras e jornais de pequenas cidades, é comum encontrar referências sobre visitas de comissões da Rede Vida ou da RIT às prefeituras para estabelecer acordos de retransmissão ou financiamentos para a instalação de retransmissoras vinculadas a estas igrejas.

No estado de São Paulo, por exemplo, as redes católicas têm forte ligação com as prefeituras municipais. Em Vargem Grande do Sul, não há geradoras, apenas três permissões de retransmissão. Das três permissões da cidade, registradas em nome da Prefeitura Municipal de Vargem Grande do Sul, a primeira a ser inaugurada foi do canal católico, em junho de 2003 (TV Canção, 2003). Em São José do Rio Pardo a situação é diferente, há três outorgas ligadas a canais religiosos^[8] - Rede Vida, Rede Mulher e TV Canção Nova - que concorrem com cinco canais comerciais e um não identificado que é retransmitido pela Prefeitura. Apesar de não retransmitir a rede católica, a obtenção da outorga é creditada à atuação do vereador Fábio Augusto Porto Junqueira (PSDB) (Gazeta...,2003) que também indicou à prefeitura o pedido de verba para a instalação do equipamento transmissor (Câmara...,2002).

Este volume religioso na cena política nacional tem sido apontado como uma perigosa ameaça ao caráter laico do Estado. Como diz Ivo Luchesi, Deseja-se de pronto acentuar o crescente movimento de disseminação da fé religiosa pelos meios de comunicação de massa, além das ostensivas participações de religiosos na vida política da nação. Trata-se de um sintoma grave. O temor não deriva do reconhecimento do quanto a religião se distancia da política. Ao contrário, por identificar que facilmente elas se podem aglutinar é que o temor adquire forma. Em diferentes épocas de uma mesma cultura ou em culturas diferentes, não faltam exemplos a respeito da drástica fusão entre ambas, quando pensamos que, para uni-las, estão sempre à mão o fanatismo, o messianismo e o dogmatismo (Luchesi, 2004).

Os episódios, fartamente noticiados, de depredação das sedes de religiões afro-brasileiras atestam que o temor em relação a esta deslaicização do Estado não é totalmente infundado. Especialmente quando o conteúdo televisivo é totalmente desregulado, a pregação eletrônica destes canais religiosos aliada ao caráter messiânico

dos representantes de algumas igrejas pode, de fato, incorrer no perigo de disseminar - em lugar de combater - preconceitos religiosos e morais.

5 FÉ E DESPOLITIZAÇÃO DA VIDA SOCIAL: apocalípticas considerações finais

No lusco-fusco do Século XX, a demora em se concretizar a prosperidade anunciada pelo neoliberalismo, as incertezas da globalização econômica e a despolitização da vida social trouxeram novos problemas ao cenário mundial. A crise da democracia representativa é um deles. Como afirma Boaventura de Sousa Santos.

A representação democrática perdeu o contato com os anseios e as necessidades da população representada e fez-se refém dos interesses corporativos poderosos. Com isto, os cidadãos alhearam-se da representação sem, no entanto, terem desenvolvido novas formas de participação política, exercitáveis em áreas políticas novas e mais amplas (1995: 249).

O dilema reside em que, num contexto ideológico, saturado pelo consumismo, a erosão das concessões [do Estado Fordista] e o aumento da disciplina e dos ritmos de trabalho que a acompanham eliminam, em vez de promover, a vontade de lutar por uma vida diferente e mesmo a capacidade de a imaginar (p. 311).

A despolitização da vida social, consequência imediata da diminuição da credibilidade das instituições públicas fordistas, e do aumento brutal das diferenças sociais, a partir do neoliberalismo, têm sido apontados como extremamente preocupantes do ponto de vista democrático (Ivo, 2001; Sousa Santos, 1995; Vizentini, 2002b). Segundo Anete Brito Leal Ivo, o estímulo à atitude de despolitização, inserido no perigoso equívoco do diagnóstico da ingovernabilidade como crise de autoridade, poderia reforçar saídas autoritárias (2001: 53).

Nesta mesma linha de raciocínio, Paulo Vizentini aponta esta despolitização como um dos fatores que determinaram o retorno da extrema-direita ao cenário político europeu. Analisando os exemplos da França, onde Jean Marie Le Pen obteve 15% dos votos à presidência em 2002; da Holanda, onde Pinn Fortuyn obteve 34% dos votos na eleição de Roterdã; e da Itália, onde o governo de Berlusconi atua em parceria com o partido fascista, o autor afirma que a decepção com a política neoliberal (privatizações, desemprego e desmonte do Estado de Bem Estar Social), adotada pelos governos socialistas e social-democratas europeus, levou a população européia a oscilar entre o desinteresse pelas questões políticas e o apoio ao populismo de direita. “Assim, a despolitização da vida social, produzida por uma esquerda acomodada (aliada ao

fundamentalismo economicista dos liberais) e por intelectuais e acadêmicos conformistas, possibilitaram a volta da extrema-direita ao cenário eleitoral” (2002b).

Os movimentos de extrema-direita que adotam um discurso claramente racista, na Europa, a manipulação da questão do terrorismo nos últimos anos, por parte dos EUA, e a intensificação da notoriedade política do fundamentalismo islâmico no mundo árabe têm mostrado um aumento da intolerância na vida política internacional.

Conforme Vizentini,

Estamos vivendo uma espécie de esgotamento, declínio e em alguns pontos, até colapso de uma ordem que existiu anteriormente. E o que irá substituir isto, ainda não está construído. É precisamente neste hiato de pânico e desesperança que surge o medo. Segundo Ramonet, “o obscurantismo seduz cada vez mais certos espíritos desencorajados pela complexidade das novas realidades, chocados pela irracional crise econômica”. Graças a esse obscurantismo, já se expandiram através do mundo as revoluções conservadoras e os diversos fundamentalismos: islâmico no Ira, puritano nos EUA, católico na França, ortodoxo em Israel, etc. Mas ele poderá, amanhã, quando a recessão que ameaça tiver amplificado os temores, desencadear impulsos destrutivos mais graves. E será tentador, então, procurar nas dificuldades crescentes, cómodos bodes expiatórios, o que certos homens políticos já fizeram [...] Assim, ideias senis podem renascer em corpos mais jovens e se tomar populares. [...] O contra-senso nutre-se de ignorância e medo, de crença e esperança. São os elementos de toda religião, de toda superstição. O traumatismo econômico que sofrem atualmente as sociedades, arrisca transformar esses elementos em elixires para uma nova barbárie (Vizentini, 2002a).

Naturalmente, seria apocalíptico afirmar uma relação imediata entre este cenário internacional e a situação das Igrejas Eletrônicas no Brasil. Contudo, como foi visto, é possível vislumbrar algum perigo no casamento entre as agressivas práticas mercadológicas das Igrejas Eletrônicas e as práticas políticas clientelistas que têm condicionado os serviços de radiodifusão no país. Um dos riscos dignos de atenção é a possibilidade de intransigência frente à diversidade social, seja pautada por tendências monopólicas de mercado ou por dogmas religiosos. Quem assiste, por exemplo, ao programa de exorcismo intitulado Sessão Espiritual do Descarrego, transmitido nos canais pertencentes à IURD, nota que a dramatização do ‘encosto demoníaco’ é uma clara referência aos preceitos de outras religiões. A manifestação pode ser percebida no seguinte texto encontrado, com pequenas variações em cada, nos portais da IURD, da TV Record e da Rede Mulher.

Acreditando ser a melhor saída para os problemas como depressão, vícios, nervosismo, perdas na família, casamentos fracassados, entre outros, muitas pessoas se envolvem com práticas espirituais. O que elas não sabem é que, ao se envolverem com esses espíritos, estão dando vazão para que os “encostos” entrem em suas vidas e as transformem em um verdadeiro inferno, provocando mais problemas ainda, até levá-las à morte.

Na Sessão de Descarrego, que acontece todas as terças-feiras, em três horários: às 11h30, 15 e 20 horas, e aos domingos, uma sessão especial, às 15 horas, na Catedral da Fé, em São Paulo, muitos aprendem a combater esse tipo de mal e, através da fé genuína no Senhor Jesus, encontram forças para se livrar desses “encostos”^[9].

Diferente dos tempos em que o demônio se manifestava na forma de uma mulher sedutora propagando o puritanismo católico, hoje ele ‘baixa’ no corpo dos fiéis, com nomes como Exu ou Pomba Gira, sendo responsável por episódios de traição, desemprego ou doenças na vida do fiel acompanhado por este ‘encosto’. A ausência de controle do conteúdo transmitido pela televisão alinhada ao rápido crescimento dessas Igrejas Eletrônicas, no ambiente das comunicações e na esfera política, se mostra preocupante quando manifestações desta natureza são reiteradamente reproduzidas em veículos diversos, alguns deles definidos na outorga como de natureza exclusivamente educativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APGAUA, Renata. A dádiva Universal: reflexões em um debate ficcional. 1999. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

ASSMAN, Hugo, 1986. A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina: convite a um estudo. Petrópolis: Vozes.

BARROS E SILVA, Fernando de, 1998. Sexo, Mentiras e Telenovela - 2. Folha de São Paulo, São Paulo, 19 jul. Caderno TV FOLHA, p. 2.

BONFATTI, Paulo, 1999. Sobre as categorias Universais: Relevantes aspectos observados na Igreja Universal do Reino de Deus. Revista Rhema de Teologia e Filosofia. Juiz de Fora: ITASA, v. 5, n. 19. Disponível em: <<http://www.artnet.com.br/~bonfatti/artigo.doc>>.

BORIN, Jair, 1991. Rádios e TVs crescem com o festival de concessões. Comunicação & Sociedade. Campinas, ano X, n. 18, dez, p. 19-24.

BRITTOS, Valério Cruz. Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional. 2001. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

CÂMARA Municipal de São José do Rio Pardo, 2002. Ata da 35ª Sessão Ordinária. São José do Rio Pardo, 26 nov. 25 Outubro 2003
<<http://site.camarasjrjopardo.sp.gov.br/servlet/navSrv?cmd=ultimaata>>.

CAPPARELLI, Sérgio, 1982. Comunicação de Massa sem Massa. Porto Alegre, Ed. da Universidade.

CUNHA, Magali do Nascimento, 1999. O crescimento do marketing evangélico no Brasil como resultado da inserção da doutrina neoliberal no discurso das igrejas evangélicas. Trabalho apresentado no XXII Congresso Brasileiro da Comunicação. Rio de Janeiro, INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, set. 04 agosto 2002
<<http://www.intercom.org.br/papers/1999/gt17/17in.PDF>> .

DANTAS, Rui, 1998. Explosão Conservadora. Folha de São Paulo, São Paulo, 12 jul., p. 8-7.
GAZETA do Rio Pardo, 2003. TV Canção Nova traz programação variada. Gazeta do Rio Pardo, 04 out. 02 julho 2004
<<http://www.gazetadoriopardo.com.br/noticias/ler.asp?edi=2146&Id=538>>.

GÓMEZ DE SOUZA, Luis Alberto, 2003. Igrejas Cristãs e Política. Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, 41º Assembléia Geral. Itaicí-Indaiatuba, mai. 15 agosto 2004
<<http://www.ceris.org.br/textos/busca.asp?codDoc=19>>.

IVO, Anete Brito Leal, 2001. Metamorfose da questão democrática: governabilidade e pobreza. Clacso. 08 março 2003

<<http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/ivo/ivo.html>>.

LUCHESE, IVO, 2004. Pregação religiosa: a mídia e a expansão da fé. Observatório da Imprensa, 03 fev., seção Imprensa em Questão. 25 agosto 2004
<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iq030220047.htm>>.

MARTHE, Marcelo; VALLADARES, Ricardo, 2003. Maria, Mãe do Filho de Deus: os católicos contra-atacam. Veja, São Paulo, 08 out. Obtido em:
<<http://www.catolicanet.com.br/padremarcelo/noticia219.htm>>.

MATEOS, Simone B., 1998. Para TFP, novela a veneno. Folha de São Paulo, São Paulo, 12 jul., p. 9-7.

MOTTER, Paulino. A batalha invisível da constituinte: Interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil. 1994. Dissertação (Mestrado em Ciência Política e Relações Internacionais) - Departamento de Ciência Política e Relações Internacionais, Universidade de Brasília, Brasília.

MOSCO, Vincent, 2001. "Myth-ing links: power and community on the information highway". In: MOLL, Marita; SHADE, Leslie Regan (eds.). E-commerce vs. e-commons: communications in the public interest. Ottawa: Canadian Centre for Policy Alternatives, 2001. p. 9-20.

MUNHOZ, Dennis, 2003. Depoimento ao Conselho de Comunicação Social. In: CONGRESSO NACIONAL; Conselho de Comunicação Social, Ata circunstanciada da 10ª reunião de 2003. Brasília, 08 dez.. 08 maio 2004 <<http://www.senado.gov.br/web/comissoes/ccs>>.

NASCIMENTO, Gilberto, 2004. Exportação da Fé. Istoé, São Paulo, n. 1824, 22 set. p.44-48.
OANF, 2001. Boletim Informativo da Campanha O Amanhã dos Nossos Filhos, São Paulo, n. 50, ago. 12 novembro 2003 <<http://www.oanf.org.br>>.

Igreja Internacional da Graça de Deus, 2004. Home page Patrocinadores, seção Perguntas e Respostas. Portal da Igreja Internacional da Graça de Deus. 03 fevereiro 2004
<<http://www.ongrace.com/>>.

ROCHA, Penha, 2002. Mídia e Religião: Canal Século XXI e Rede Família. Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro da Comunicação. CD-ROM. Salvador: INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, set.

RODRIGUES, Greice, 2004. Mercado do senhor: segmento de artigos religiosos varia de CDs a

roupas, fatura milhões e não conhece fronteiras. Istoé, São Paulo, n. 1824, 22 set. p. 48-49.

SANTOS, Suzy, 2004. Banco de dados das comunicações brasileiras. *mimeo*.

SOUSA SANTOS, Boaventura, 1995. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez.

SOUZA, Márcio V. , 1996. *As vozes do silêncio: o movimento pela democratização da comunicação no Brasil*. Florianópolis: Fondation pour le Progrès de L'Homme/Diálogo - Cultura e Comunicação.

TV CANÇÃO Nova começa a ser retransmitida em Vargem, 2003. *Gazeta de Vargem Grande*. 28 jun. 02 janeiro 2004 <<http://www.gazetavg.com.br/arquivo/28062003/>>.

VATICANO, 1963. Decreto: Inter mirifica, Sobre los medios de comunicacion social. Roma: 04 dez.03 fevereiro 2003

<http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vatii_decree_1963_1204_inter-mirifica_sp.html>.

VIZENTINI, Paulo Fagundes, 2002a. "O ressurgimento da extrema-direita e do neonazismo: a dimensão histórica internacional". IN: MILMAN, Luis; VIZENTINI, Paulo F. (coords.). *Neonazismo, negacionismo e extremismo político*. Equipo Nizkor/Derechos Human Rights, fev.. Disponível em: <<http://www.derechos.org/nizkor/brazil/libros/neonazis/cap4.html>>.

VIZENTINI, Paulo Fagundes, 2002b. "A extrema-direita, a França e a União Européia". IN: *A nova ordem global: relações internacionais do século 20*. Holanda, abr. 08 abril 2004 <http://educaterra.terra.com.br/vizentini/artigos/artigo_68.htm>.

ZANATTA, Carlos Eduardo, 2003. DTH para a classe C: mais empresas entram no segmento de satélite, com foco nas camadas não atendidas pelo cabo. *Pay TV*. Glassberg, n. 109, out. 2003. 12 junho 2004 <<http://200.157.161.15/paytv/revista/109/viasatelite.htm>>.

Burke, Peter. *Hibridismo Cultural*. São Leopoldo, Unisinos:2003.

García Canclini, Néstor. *Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, UFRJ:1995.

_____. *La Globalización Imaginada*. México, Paidós:1999.

Geertz, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro, Editora Guanabara:1989.

Hall, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A:2002, 7ª edição.

_____. Quem precisa da identidade? In: *Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, Vozes:2000, p. 103-133.

Kellner, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauri, SP, Edusc:2001.

Lopes, Maria Immacolata Vassalo de; Borelli, Silvia H.S.; Resende, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção e teleficcionalidade*. São Paulo, Summus:2002.

Martín-Barbero, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, M.W. (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, ECA-USP/Brasiliense:1995, p. 39-68.

_____. Cidade Virtual: novos cenários da comunicação. In: *Comunicação & Educação*. São Paulo, ECA/USP:1998, ano IV, nº11, jan/abril.

Reis, Hílana. Projeto de Pesquisa "Migrações, interculturalidade e universo acadêmico: usos sociais da mídia digital". São Leopoldo, Unisinos:2003.

Souza, Mauro W. Novos cenários no estudo da recepção mediática. In: Eugenio Trivinho (org.) et altri. *Sociedade mediática. Significação, mediações e exclusão*. Santos, Ed. Universitária

Leopoldanum:2000, p. 77-89.

_____. (org.). Recepção e Comunicação: a busca do sujeito. In: *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, Brasiliense:1995.

ABSTRACT

The article intends to analyze the recent expansion of religious denominations at Brazilian television scene. Defined as social actors deeply articulated with the global accumulation logics, the electronic churches, especially the ones with neopentecostal influence, conquered an important space in Brazilian communications adopting insert logics that articulate the neoliberal economical rules of television content production and distribution to the tradition of national political clientelism and to the nowadays depolitization of social life.

Key-words: Mass communication. Television. Electronic Churches.

RESUMEN

El artículo pretende analizar la expansión reciente de los sectores religiosos en el ámbito de la televisión brasilera. Las iglesias "electrónicas"- especialmente las de carácter neopentecostal -definidas como actores sociales profundamente articulados con las lógicas globales de acumulación, conquistaron un importante espacio en las comunicaciones brasileras, adoptando lógicas de inserción que articulan las reglas económicas neoliberales de producción y distribución de contenido televisivo con la tradición de clientelismo político nacional y con la despolitización de la vida social moderna.

Palabras- clave: comunicación de masa, televisión, iglesias electrónicas.

RÉSUMÉ

Cet article prétend faire l'analyse de la récente expansion des dénominations religieuses dans le cadre brésilien de la télévision. Les églises électroniques - en particulier celles sous l'influence néopentecôtiste- définies comme les acteurs sociaux profondément articulés avec les logiques globales de accumulation,, ont acquis un espace important dans les communications brésiliennes en adoptant des logiques d'insertion qui articulent les règles économiques néolibérales de production et distribution du contenu télévisif à la tradition du clientélisme politique national e à la dépolitisation de la vie sociale actuelle.

Mots-clé: Communication de masse. Télévision. églises électroniques.

BIBLIOGRAFIA

APGAUA, Renata. A dádiva Universal: reflexões em um debate ficcional. 1999. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

ASSMAN, Hugo, 1986. A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina: convite a um estudo. Petrópolis: Vozes.

BARROS E SILVA, Fernando de, 1998. Sexo, Mentiras e Telenovela - 2. Folha de São Paulo, São Paulo, 19 jul. Caderno TV FOLHA, p. 2.

BONFATTI, Paulo, 1999. Sobre as categorias Universais: Relevantes aspectos observados na Igreja Universal do Reino de Deus. Revista Rhema de Teologia e Filosofia. Juiz de Fora: ITASA, v. 5, n. 19. Disponível em: <<http://www.artnet.com.br/~bonfatti/artigo.doc>>.

BORIN, Jair, 1991. Rádios e TVs crescem com o festival de concessões. Comunicação & Sociedade. Campinas, ano X, n. 18, dez, p. 19-24.

BRITTOS, Valério Cruz. Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional. 2001. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

CÂMARA Municipal de São José do Rio Pardo, 2002. Ata da 35ª Sessão Ordinária. São José do Rio Pardo, 26 nov. 25 Outubro 2003
<<http://site.camarasjriopardo.sp.gov.br/servlet/navSrv?cmd=ultimaata>>.

CAPPARELLI, Sérgio, 1982. Comunicação de Massa sem Massa. Porto Alegre, Ed. da Universidade.

CUNHA, Magali do Nascimento, 1999. O crescimento do marketing evangélico no Brasil como resultado da inserção da doutrina neoliberal no discurso das igrejas evangélicas. Trabalho apresentado no XXII Congresso Brasileiro da Comunicação. Rio de Janeiro, INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, set. 04 agosto 2002
<<http://www.intercom.org.br/papers/1999/gt17/17in.PDF>> .

DANTAS, Rui, 1998. Explosão Conservadora. Folha de São Paulo, São Paulo, 12 jul., p. 8-7.
GAZETA do Rio Pardo, 2003. TV Canção Nova traz programação variada. Gazeta do Rio Pardo, 04 out. 02 julho 2004
<<http://www.gazetadoriopardo.com.br/noticias/ler.asp?edi=2146&Id=538>>.

GÓMEZ DE SOUZA, Luis Alberto, 2003. Igrejas Cristãs e Política. Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, 41º Assembléia Geral. Itaicí-Indaiatuba, mai. 15 agosto 2004
<<http://www.ceris.org.br/textos/busca.asp?codDoc=19>>.

IVO, Anete Brito Leal, 2001. Metamorfose da questão democrática: governabilidade e pobreza. Clacso. 08 março 2003

<<http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/ivo/ivo.html>>.

LUCHESI, IVO, 2004. Pregação religiosa: a mídia e a expansão da fé. Observatório da Imprensa, 03 fev., seção Imprensa em Questão. 25 agosto 2004
<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iq030220047.htm>>.

MARTHE, Marcelo; VALLADARES, Ricardo, 2003. Maria, Mãe do Filho de Deus: os católicos contra-atacam. Veja, São Paulo, 08 out. Obtido em:
<<http://www.catolicanet.com.br/padremarcelo/noticia219.htm>>.

MATEOS, Simone B., 1998. Para TFP, novela a veneno. Folha de São Paulo, São Paulo, 12 jul., p. 9-7.

MOTTER, Paulino. A batalha invisível da constituinte: Interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil. 1994. Dissertação (Mestrado em Ciência Política e Relações

Internacionais) - Departamento de Ciência Política e Relações Internacionais, Universidade de Brasília, Brasília.

MOSCO, Vincent, 2001. "Myth-ing links: power and community on the information highway". In: MOLL, Marita; SHADE, Leslie Regan (eds.). E-commerce vs. e-commons: communications in the public interest. Ottawa: Canadian Centre for Policy Alternatives, 2001. p. 9-20.

MUNHOZ, Dennis, 2003. Depoimento ao Conselho de Comunicação Social. In: CONGRESSO NACIONAL; Conselho de Comunicação Social, Ata circunstanciada da 10ª reunião de 2003. Brasília, 08 dez.. 08 maio 2004 <<http://www.senado.gov.br/web/comissoes/ccs>>.

NASCIMENTO, Gilberto, 2004. Exportação da Fé. Istoé, São Paulo, n. 1824, 22 set. p.44-48.
OANF, 2001. Boletim Informativo da Campanha O Amanhã dos Nossos Filhos, São Paulo, n. 50, ago. 12 novembro 2003 <<http://www.oanf.org.br>>.

Igreja Internacional da Graça de Deus, 2004. Home page Patrocinadores, seção Perguntas e Respostas. Portal da Igreja Internacional da Graça de Deus. 03 fevereiro 2004 <<http://www.ongrace.com/>>.

ROCHA, Penha, 2002. Mídia e Religião: Canal Século XXI e Rede Família. Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro da Comunicação. CD-ROM. Salvador: INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, set.

RODRIGUES, Greice, 2004. Mercado do senhor: segmento de artigos religiosos varia de CDs a roupas, fatura milhões e não conhece fronteiras. Istoé, São Paulo, n. 1824, 22 set. p. 48-49.

SANTOS, Suzy, 2004. Banco de dados das comunicações brasileiras. *mimeo*.

SOUSA SANTOS, Boaventura, 1995. Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade. São Paulo: Cortez.

SOUZA, Márcio V. , 1996. As vozes do silêncio: o movimento pela democratização da comunicação no Brasil. Florianópolis: Fondation pour le Progrès de L'Homme/Diálogo - Cultura e Comunicação.

TV CANÇÃO Nova começa a ser retransmitida em Vargem, 2003. Gazeta de Vargem Grande. 28 jun. 02 janeiro 2004 <<http://www.gazetavg.com.br/arquivo/28062003/>>.

VATICANO, 1963. Decreto: Inter mirifica, Sobre los medios de comunicacion social. Roma: 04 dez.03 fevereiro 2003

<http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vatii_decree_1963_1204_inter-mirifica_sp.html>.

VIZENTINI, Paulo Fagundes, 2002a. "O ressurgimento da extrema-direita e do neonazismo: a dimensão histórica internacional". IN: MILMAN, Luis; VIZENTINI, Paulo F. (coords.). Neonazismo, negacionismo e extremismo político. Equipo Nizkor/Derechos Human Rights, fev.. Disponível em: <<http://www.derechos.org/nizkor/brazil/libros/neonazis/cap4.html>>.

VIZENTINI, Paulo Fagundes, 2002b. "A extrema-direita, a França e a União Européia". IN: A nova ordem global: relações internacionais do século 20. Holanda, abr. 08 abril 2004 <http://educaterra.terra.com.br/vizentini/artigos/artigo_68.htm>.

ZANATTA, Carlos Eduardo, 2003. DTH para a classe C: mais empresas entram no segmento de satélite, com foco nas camadas não atendidas pelo cabo. Pay TV. Glassberg, n. 109, out. 2003. 12 junho 2004 <<http://200.157.161.15/paytv/revista/109/viasatelite.htm>>.

[1] Uma das primeiras análises sobre o tema é o livro de Hugo Assman (1986). Embora claramente identificado com a defesa da Igreja Católica em relação aos neopentecostais, Assman faz uma importante descrição do processo de conquista do espaço televisivo por parte dos pastores eletrônicos. Este autor também aponta a adoção das ferramentas publicitárias pelas igrejas, através do conceito de 'marketing da fé', como parte de um processo mercadológico de comércio não apenas de produtos culturais, mas também da salvação espiritual dos fiéis.

[2] Sobre a atuação da Igreja Católica na radiodifusão comunitária ver Capparelli (1982) e Motter (1994).

[3] Esta outorga foi posteriormente vendida ao empresário Múcio Athayde e, em 1996, revendida à Igreja Universal do Reino de Deus.

[4] Disponível em <<http://www.arcauniversal.com/indexc.html>>.

<http://www.arcauniversal.com.br/folha/resultadoenquete_fala.jsp?codPerg=617>.

[5] Fonte: Diler & Associados. Obtido em: <<http://www.diler.com.br/FilmesRealizados.htm>>.

[6] Valor em agosto de 2004.

[7] Embora o bispo Rodrigues tenha sido desligado da IURD em fevereiro de 2004, sua atuação precedente justifica a manutenção de seu nome como representante dos interesses desta igreja na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática.

[8] Embora a Rede Record seja vinculada à Igreja Universal do Reino de Deus e tenha programação religiosa na sua grade, neste estudo ela é considerada um canal comercial, não religioso como já mencionado.

[9] Obtido em 07 de fevereiro de 2004, disponível em:

<<http://www.igrejauniversal.org.br/ler.asp?page=&sub=4&mat=1263>>.