



<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma>  
e-ISSN 2318-406X  
Doi: 10.17058/rzm.v5i2.9536



A matéria publicada nesse periódico é licenciada sob forma de uma Licença Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional  
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



# Comunicação e igrejas neopentecostais: a expansão da fé na mídia

Ivan Claudio Siqueira de Moraes<sup>1</sup>  
Jose Luiz Pereira de Arruda<sup>2</sup>  
Geraldo Augusto Locks<sup>3</sup>  
Luiz Henrique Zart<sup>4</sup>

**Resumo:** A inserção de denominações neopentecostais tem produzido uma reconfiguração dos espaços dos meios de comunicação de massa e alcançado seu objetivo: a expansão da fé na mídia. Analisando este fenômeno desenvolvido há poucas décadas no Brasil e no mundo, a pesquisa observa o desenvolvimento histórico, a manifestação discursiva e as formas de expressão pelas quais as igrejas têm se expandido com o apoio da televisão, abrigando a expressão de vários grupos religiosos, principalmente neopentecostais.

**Palavras-chave:** Neopentecostalismo. Mídia. Comunicação. Fé.

## Comunicación y las iglesias neopentecostales: la expansión de la fe en los medios

**Resumen:** La inserción de las denominaciones neopentecostales han producido una reconfiguración de los espacios de los medios de comunicación, y ha logrado su objetivo: la expansión de la fe en los medios de comunicación. Analizando este fenómeno desarrollado hace pocas décadas en Brasil y en el mundo, este artículo señala el desarrollo histórico, la manifestación discursiva y las formas de expresión en el que las iglesias se han expandido con el apoyo de la televisión, que alberga la expresión de varios grupos religiosos, especialmente neopentecostales.

**Palabras clave:** Neopentecostalismo. Medios de comunicación. Comunicación. Fe.

## Communication and Neo-Pentecostal Churches: Expanding Faith in the Media

**Abstract:** The insertion of neo-Pentecostal denominations has produced a reconfiguration of the mass media spaces, and has achieved a goal: the ex-

<sup>1</sup> Mestrando UDESC (Universidade do Estado de Santa Catarina) / Professor do Curso de Jornalismo - UNIPLAC (Universidade do Planalto Catarinense)

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social - PUC/RS / Professor do Curso de Jornalismo - UNIPLAC (Universidade do Planalto Catarinense)

<sup>3</sup> Doutor em Antropologia Social - UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina) / Docente Pesquisador do PPGE/UNIPLAC (Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade do Planalto Catarinense).

<sup>4</sup> Mestrando UDESC (Universidade do Estado de Santa Catarina) / Graduado em Jornalismo - UNIPLAC (Universidade do Planalto Catarinense).

pansion of faith in the media. Analyzing this phenomenon developed a few decades ago in Brazil and in the world, the research observes the historical development, the discursive manifestation and the forms of expression by which the churches have expanded with the support of the television, sheltering the expression of several religious groups, mainly Neo-pentecostals.

**Keywords:** Neo-pentecostalism. Media. Communication. Faith.

O ponto essencial a ser desenvolvido nesta reflexão parte da percepção de que as expressões de fé ganharam formas de expansão através da mídia. Talvez pela proposta de discurso e ideais mais incisivos, o neopentecostalismo esteja no centro do debate. Como o próprio termo demonstra, esta nova denominação religiosa acabou por se valer de valores pentecostais transformados em um modelo que se encaixou, principalmente, com a imagética televisiva e sua proximidade unilateral com o público.

Quem de nós, ao ligar o televisor ou o rádio, não sintonizou um programa religioso? Estes podem ser católicos, protestantes, pentecostais, neopentecostais, espíritas, umbandistas, entre tantos outros existentes. De fato, as inúmeras expressões de fé atuantes no Brasil transparecem não se contentar mais com suas reuniões, missas e cultos semanais, enfim, encontros restritos aos seus membros. A pós-modernidade, juntamente com o avanço da tecnologia, aponta a mídia como o caminho de sucesso para qualquer mercado, empreendimento e programação (BUDKE, 2005, p. 44).

Em um movimento que vem tomando forma há décadas, a abrangência e variabilidade das formas de se pensar a religião deram espaço a inúmeras vertentes teológicas, mas também a “dessacralização da existência humana”, como escreve Weber (2007 apud SOUSA, 2013). Isso é confirmado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que, em 2010, também trouxe questionamentos a respeito da crença: as pesquisas apontam um aumento dos que se declaram sem religião (de 0,8% em 1970 para 8,0%), seguindo uma proposta que é vista em países como República Tcheca, Dinamarca e Coreia do Sul (SOUSA, 2013).

Essa tendência contrasta com o crescimento substancial de vertentes religiosas que acentuam em suas práticas a expressividade emocional e a manifestação de forças sobrenaturais (curas, exorcismos), caso das pentecostais. No Brasil, tais denominações são as grandes responsáveis pela expansão dos evangélicos (que hoje chegam a 22%) e a consequente queda do número de católicos. A Igreja Universal (origem da Internacional da Graça), por exemplo, com menos de meio século de existência já está presente em mais de 80 países [...]. O forte apelo emocional nos ritos, a ênfase em curas e milagres levam alguns pes-

quisadores a falar em um “re-encantamento”. Processo no qual a mídia teria um papel de destaque (FAUSTO NETO, 2004 apud SOUSA, 2013, p. 10).

A busca por mais espaço entre as religiões de outras matrizes, além da hegemonia católica fizeram a fé evangélica ter uma postura mais agressiva em suas formas de prefixo “neo”. Entretanto, as características são entendidas a partir da fé nas escrituras sagradas, na pecaminosidade da raça humana, na expiação por Cristo na cruz e pela necessidade de conversão, pautada sempre na crença nos dons do Espírito Santo, a saber: fortaleza, sabedoria, ciência, conselho, entendimento, piedade e temor de Deus (CAVALCANTI, 2013). Há também um pano de fundo referencial que deve ser observado como um princípio de alteração do quadro, porque:

Durante a década dos anos 60 os contrastes ideológicos da sociedade americana coincidiram também com a diminuição de membros das denominações religiosas tradicionais, isso porque as pessoas começaram a emigrar para tendências de fundamentalismo religioso pentecostal, como forma de refúgio para uma fé ameaçada pelos valores secularizantes e liberais (GUTIERREZ, 2006 apud SOUSA, 2013, p. 37).

De certa forma, isso foi essencial para que se trate o campo religioso-midiático (se é que se pode usar este termo) como ele é visto hoje, sob a égide do neopentecostalismo. Começa-se, claro pelas influências americanas, que mais souberam combinar a mídia e a fé, a princípio.

O contexto midiático norte-americano mudou nos anos 60, quando então houve uma verdadeira explosão de novos programas televisivos levados ao ar por grupos religiosos mais conservadores ou com tendências carismáticas. [...] Nos anos 60 e 70 surgiram os tele-evangelistas e as “igrejas eletrônicas” [...] (CAMPOS, 2004, p. 157).

No Brasil, a cultura-espetáculo e a imersão no cotidiano midiático protagonizada pelo neopentecostalismo e a revitalização de seus conceitos se dá através dos meios de comunicação de massa, principalmente no fim da década de 90, “quando se procedeu a uma ampla cobertura acerca dos números divulgados pelo Censo do IBGE que apontavaam para o surpreendente avanço neopentecostal: 300% nos últimos trinta anos” (PATRIOTA, 2009, s/p.), vindas principalmente de camadas populares da sociedade. Quanto ao gênero, “os evangélicos compõem-se em boa parte por mulheres – a Universal possui um desequilíbrio acentuado entre os gêneros, tendo 81% de mulheres para 19% de homens” (DANTAS; RODRIGUES, 2012, p. 18).

Assim, a sociedade “racionalmente desencantada” (WEBER, 2006) se confronta com o quadro de busca por crença, inclusive nas “fantasias e sonhos, modelando o pensamento, o comportamento, as identidades e a própria religiosidade” pela mídia (PATRIOTA, 2009, s/p.). Historicamente,

as denominações evangélicas ganham maior sentido quando na relação de influência da Inglaterra, a partir da segunda metade do século XVIII e no início do século XIX, quando do princípio de seu processo de organização:

A palavra “evangélicos” aparece em três sentidos: no sentido amplo, europeu, é apenas sinônimo de protestante; no sentido amplíssimo, latino-americano, é sinônimo de todo cristão não-católico romano (o IBGE inclui, até, mórmons e testemunhas de Jeová); outro, restrito, específico, no sentido inglês, representa uma vertente da Igreja com ênfase no relacionamento pessoal com Cristo, em reação a uma religião estatal e sacramentalista (CAVALCANTI, 2013, p. 12).

Enquanto o termo protestante poderia abarcar todo o sistema cristão não-católico do país, de acordo com Souza (2012), as distinções de religiosidade neste sentido começam a se manifestar: Os grupos ligados à chegada de organizações ao país, no fim do século XIX e início do XX, são denominados protestantes históricos. Já os evangélicos e, prioritariamente os neopentecostais, dão forma a um fenômeno que rompe com o pentecostalismo clássico e toma corpo a partir da década de 1990, para construir as bases de influência que exerce até hoje.

A Reforma Protestante, de certa forma, incentivou a “desmágicação da natureza” (SOUSA, 2013), aliada ao questionamento filosófico teológico dos séculos XVI e XVII – também por uma nova concepção astronômica formulada por Copérnico e Galileu – alterou a forma de o homem olhar para si mesmo e questionar a própria existência. Segundo Weber (2006), a religião começa a ser questionada pela racionalidade científica, que ocorria ao mesmo tempo da chegada Protestante, que tinha condutas mais permissivas à interpretação das escrituras pelo povo, deixando de celebrar em latim, como era feito em Roma, pela Igreja Católica (SOUSA, 2013).

É possível, então, trazer a visão de Campos (2008), quando afirma que em situações de instabilidade profunda “o ser humano tende a buscar a solução para seus problemas no sagrado, isto é, quando todas as vias humanas (materiais) se mostram ineficientes, recorre-se ao milagre” (DANTAS; RODRIGUES, 2012, p. 21). O desenvolvimento da técnica e da tecnologia permitiram o acesso à informação e tornaram-se parte do cotidiano. Neste contexto, a prática do neopentecostalismo mostra a procura por refúgio em uma sociedade mecanizada onde a fé católica tem perdido adeptos para outras denominações. A sociedade tem dúvidas sobre o mundo social e espiritual (BUDKE, 2005).

O protestantismo histórico de missão chega a partir do século XIX, na incorporação de presbiterianos, batistas, congregacionais, metodistas e episcopais, com uma ótica mais vanguardista, “não somente porque advogavam a abolição da escravatura e a República, ou o fim de uma religião oficial (regalismo/padroado), com a instauração de um Estado laico” (CAVALCANTI, 2013, p. 15). Além disso, estimularam outras práticas, já que foram pioneiras, introduzindo conceitos como os de “escola mista, dos cursos profissio-

nalizantes, da educação física e da prática de alguns esportes (basquetebol, voleibol). Ou porque popularizaram o uso da Bíblia no vernáculo” (CAVALCANTI, 2013, p. 15). Um século mais tarde, surge o pentecostalismo, que “reencanta” a crença antes racionalizada:

O reencantamento está para a pós-modernidade assim como o desencantamento estava para a modernidade. O crescimento dos grupos e movimentos religiosos, para além dos velhos territórios institucionais, faria parte deste processo de cansaço e revisão da modernidade. A tecnópolis voltou a ser hierópolis. A metrópole trouxe de volta os velhos deuses (PASSOS, 2006 apud SOUSA, 2013, p. 15).

Martinho Lutero e Ítalo Calvino iniciaram uma série de rupturas com o catolicismo. Enquanto os grupos anabatistas do século XVII, influenciados por Lutero se opunham aos calvinistas, pregavam uma teologia mística, que, de certa forma, preza pela contemplação e pelo resgate espiritual da fé. Já aí há influência da comunicação, porque “foi graças à tecnologia desenvolvida por Gutemberg (1450) na produção da página impressa que os textos de Lutero e de Calvino ganharam a Europa” (CAMPOS, 2008, p. 5). Assim, o aspecto doutrinário da imprensa tipográfica serviu como afirmação para a reforma protestante, em contraposição ao posicionamento católico.

Sousa (2013) alega que essas ideias podem ter influenciado John Wesley, fundador do metodismo inglês. Sob esta perspectiva, propunha-se “uma maior participação dos leigos nos ofícios religiosos” buscando uma “maior santificação” para a salvação. Assim, “para obtê-la seria ‘necessário muita oração, algo como um ‘dom proveniente de Deus’, que a prática diária proporcionava em relação ao próximo” (CAMPOS JR, 1995 apud SOUSA, 2013, p. 16).

De acordo com Campos Jr (1995), de 1880 a 1923, surgem cerca de duzentas denominações (grupos de oração) nos EUA. Desta época datam relatos de glossalia (o dom de falar em línguas estranhas) e de manifestações de êxtase durante reuniões de membros pertencentes ao movimento. [...] Para simplificar, os pentecostais, diferentemente dos protestantes históricos, acreditam que Deus, por intermédio do Espírito Santo e em nome de Cristo, continua a agir hoje da mesma forma que no cristianismo primitivo, curando enfermos, expulsando demônios, distribuindo bênçãos e dons espirituais, realizando milagres, dialogando com seus servos, concedendo infinitas amostras concretas de Seu supremo poder e inigualável bondade (MARIANO, 1999 apud SOUSA, 2013, p. 15-16).

A tendência se desenvolve, então, por vários países do mundo, tendo como uma das principais áreas de referência a América anglo-saxônica. Por sua vez, a América Latina, sob a influência ibérica, principalmente da colonização portuguesa e espanhola, tem suas raízes fincadas na teologia católica. O pentecostalismo surge no século XX com as Assembleias de Deus, primeiras a assumirem a denominação cuja semente está na Reforma Protestante (SOUSA, 2013).

Entre 1855 e 1901, as missões protestantes históricas se estabeleceram no país, com a vinda de viajantes, que divulgavam seus livros religiosos. Foi o princípio de uma alteração no campo religioso do Brasil, que mais tarde presenciaria o desenvolvimento de outras crenças não-católicas, como os mórmons, os adventistas e os russelitas, mais conhecidos como Testemunhas de Jeová (CAMPOS, 2004; CAVALCANTI, 2013; MATOS, s/d.).

A chegada do movimento pentecostal (1909) introduziu elementos de dissenso no campo da pneumatologia (“dons espirituais”), da eclesiologia (isolacionismo), da liturgia (expressão de sons) e da moral (moralismo/legalismo); uma tendência mais fundamentalista do que evangélica, mas que não rompeu com o núcleo comum que unia ambas as correntes. O mesmo pode-se dizer das “ondas” pentecostais posteriores, como a dos “sinais e prodígios” e a do “movimento de renovação espiritual” (MATOS, s/d).

Vale lembrar que “após 1910, chegaram os pentecostais, que em São Paulo e Paraná (1910) deram início à Congregação Cristã no Brasil, e no Pará (1911), o que posteriormente viria a ser conhecido por Assembléia de Deus” (CAMPOS, 2004, p. 149).

O dissenso protestante começa com a chegada do pentecostalismo de vertente “branca” (isolacionista, pré-minilista/pré-tribulacionista) nos anos 1910, já refletindo as controvérsias norte-americanas da época, a partir do fundamentalismo, que começou como um movimento confessional em reação ao Liberalismo, mas, que, posteriormente, degenerou em uma ideologia sectária, anti-intelectual, e, até racista. O fundamentalismo inicial tinha as mesmas ênfases do evangelicalismo inglês dos séculos anteriores, adicionando-se os milagres e a segunda vinda (CAVALCANTI, 2013, p. 9).

Interessante observar que, até a ascensão do neopentecostalismo na mídia, foi necessário um desenvolvimento de conceitos e práticas, que, indiscutivelmente, merece ser abordado para embasar a discussão. Nesse sentido, o pentecostalismo do início dos anos 1900 desenhava um ambiente religioso brasileiro variado, pluralista e mais complexo.

Campos (2004) lembra que, ainda durante o período da Segunda Guerra Mundial, surgiu o pentecostalismo de outra corrente: o da cura divina, que, entre outras percepções evangélicas, seguia o parâmetro dos exor-

cismos e da filosofia da prosperidade aliada à devoção ao divino. Manifestações de grupos até então minoritários “passaram a ser parte de um influente e vasto movimento composto de milhões de adeptos. Em muitos países, os pentecostais passaram a constituir a grande maioria dos evangélicos” (MATOS, s/d.).

Fruto de uma variável de influências, o neopentecostalismo foi um misto do metodismo de Wesley, dos métodos evangelistas americanos, e do movimento de “santidade”, o holiness, do fim do século XIX. A crença no derramamento do Espírito Santo, por sua vez, era advinda da expectativa do fim dos tempos, que, baseada no Novo Testamento, traria manifestações sobrenaturais como prova (MATOS, s/d.). Por outro lado, comungando destas fontes, o neopentecostalismo já versava algumas raízes nos tempos antigos, em relação à comunicação: durante o século XX, o evangelista Dwight L. Moody, pregador leigo do comércio de atacado de Chicago, EUA, foi um dos primeiros a usar técnicas da comunicação para disseminar sua palavra.

Idealizava a composição de comitês locais com um ano de antecedência para planejar com cuidado a campanha evangelista em cada cidade pela qual passava. As formas mais comuns com as quais Moody se mantinha em contato com os fiéis eram com cartazes, publicações nos jornais e a confecção de folhas volantes para convidar as pessoas a participarem das pregações. No Brasil, disseminaram-se jornais e outros periódicos influenciados pela fé pentecostal (CAMPOS, 2004).

Já no período dito da “primeira onda”, quando do surgimento do rádio, as potencialidades de comunicação eletrônica foram descobertas, como uma nova forma de atingir a formação de subjetividade misturando fala e som e organizando clubes de ouvintes (CAMPOS JR., 2012). Neste ano, “eram 382 emissoras de rádio; em 1927, eram 732; em 1925, das 600 emissoras em operação, 10% delas pertenciam ou estavam ligadas a movimentos religiosos” (CAMPOS, 2004, p. 151).

[...] a primeira transmissão de rádio nos Estados Unidos em dezembro de 1906 contou com apresentação de conteúdo religioso. A primeira rádio exclusivamente religiosa também é americana e surge em 1922 na Califórnia. Um ano mais tarde a BBC de Londres lança uma programação religiosa que conta com a participação de clérigos das igrejas protestantes e católica. O modelo de evangelização que vigora no rádio até então influencia de maneira decisiva o chamado televangelismo, com destaque nos Estados Unidos (SOUSA, 2013, p. 36).

A partir da modernização da segunda metade do século XX, surgiu a segunda onda pentecostal. Já no fim da década de 1950 e início de 1960, as denominações pentecostais começaram um processo intenso de fragmentação e, assim, três grupos ainda se distinguiam pela manutenção da ligação com as noções clássicas de sua religiosidade: a Igreja do Evangelho Quadrangular (1951), a Igreja Evangélica Pentecostal O Brasil para Cristo (1955) e a Igreja Pentecostal Deus é Amor (1962) que, especialmente, mantinham a

crença na cura divina (MATOS, s/d.). O rádio teve papel fundamental na expansão da comunicação que depois serviria para o neopentecostalismo. Seja com Marconi na Itália ou com Landell de Moura no Brasil, o meio acabou se popularizando, também devido à política populista de expansão econômica nacionalista de Vargas. A cultura da oralidade comum ao rádio faria também de um território fértil às pregações, no futuro, a televisão (MATOS, s/d.).

Vale ressaltar que algumas denominações não admitiam a presença e o uso de meios de comunicação na religião, por ser ele uma espécie de intruso na relação com Deus. Ainda hoje, entretanto, existem críticas em relação a isso. Porém, os pioneiros no uso da mídia, ainda assim, são os pentecostais tradicionais da Assembleia de Deus, Deus é Amor, O Brasil para Cristo, Evangelho Quadrangular e a neopentecostal Universal do Reino de Deus (IURD) – surgida no Rio de Janeiro, hoje conhecido como um dos berços desta nova ascensão de crenças de variadas denominações (CAMPOS JR., 2012).

No movimento da “cura divina”, esse uso midiático foi iniciado na década de 50 pelos missionários Harold Williams e Raymond Boatright, usando o rádio como expoente, uma vez que atinge, ainda hoje, um grande contingente da população – justamente a ainda encantada, que não experimenta com tanta astúcia a rigidez da ciência, de rincões do interior.

Posteriormente, todo esse mecanismo e know-how no mundo da comunicação radiofônica iria se transferir para a televisão, principalmente pelos pentecostais que conseguiram montar eficientes sistemas centralizados de arrecadação de dízimos e ofertas, o verdadeiro segredo para a passagem da instrumentalização da televisão em lugar do rádio por parte da igreja de Edir Macedo e da igreja de seu cunhado R. R. Soares (CAMPOS, 2004, p. 155-156).

Em um momento oportuno de expansão tecnológica, o pentecostalismo foi protagonista de uma expansão, principalmente após a chegada da Igreja Quadrangular, que já tinha influências dos métodos dos meios de comunicação de massa do período entre-guerras: assim, ajudou a disseminar esta proposta no Brasil. Porém, a Brasil para Cristo foi a primeira a entender a lógica de lucro que este mecanismo poderia originar (MATOS, s/d.).

A terceira e, até agora, última onda do pentecostalismo ficou conhecida pelo acréscimo do prefixo neo, também pelos rompimentos com algumas das práticas de suas predecessoras. Iniciada nos anos 70, só na década seguinte é que conseguiu ganhar mais relevância no país. A Igreja Universal do Reino de Deus (1977) segue sendo a principal representante, “mas existem outros grupos expressivos como a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980), as Comunidades Evangélicas, Igreja Renascer em Cristo, Comunidade Sara Nossa Terra, etc” (MATOS, s/d., s/p.).

A grande diferença da terceira onda, também diagnosticada por Paul Freston (apud MATOS, s/d., s/p.), foi a abertura de mais possibilidades “teológicas, litúrgicas, éticas e estéticas do pentecostalismo”. Aproveitando-se do período de autoridade e outorgas a esmo na área das comunicações, as



denominações da terceira onda souberam, com a formação da massa urbana – principalmente a carioca - e do aumento da aquisição de bens de consumo, posicionar-se em um “vazio espiritual” ocasionado pela desilusão desestruturante da “década perdida”. Alves e Oro (2013, p. 123) desenvolvem uma ótica resumida a respeito do fenômeno das três ondas – citando Mariano (1999), nas vertentes clássica, deuteropentecostalista e neopentecostal:

a primeira onda se inscreve no arco que vai das décadas de 1910 a 1950, ocasião em que a ênfase recai na glosso-lalia e no batismo no Espírito Santo; a segunda consiste na indigenização do pentecostalismo, com ênfase na cura divina, ocorrido entre as décadas de 1950 e 1970; e a terceira se inicia a partir da década de 1970, tendo ênfase nas teologias da prosperidade e da guerra espiritual (com suas consequências), e se verifica a inserção pentecostal na política e na mídia.

Indo além da distinção entre períodos históricos, como suas duas antecessoras, o neopentecostalismo preserva ainda algumas características, como o sentimentalismo e a expressividade exacerbada, o vigor na pregação e até mesmo líderes carismáticos entrando para a vida da política partidária. Porém, foi, mais uma vez, a materialização de uma separação de conceitos (ALVES; ORO, 2013). A cisão vem em quatro pontos essenciais:

1) Exacerbação da guerra espiritual contra o Diabo e seu séquito de anjos decaídos; 2) pregação enfática da Teologia da Prosperidade; 3) liberalização dos estereotipados usos e costumes de santidade. A esses três aspectos, Mariano (1999) acrescenta uma quarta característica que consiste no fato dessas igrejas se estruturarem administrativamente como empresas (SOUSA, 2013, p. 20).

Observa-se que, na nova concepção pentecostal, entra em questão a influência do dinheiro como uma “graça de Deus” que, por este motivo, não pode ser ignorada. Diferentemente do pensamento weberiano, a relação da crença com o capital no neopentecostalismo ocorre devido a uma noção de afirmação do mundo, onde não é possível deixá-lo de lado (SOUSA, 2013, p. 20).

Como todos os demais, crentes e incrédulos, ele quer enriquecer para consumir e usufruir de suas posses nesse mundo. Sua motivação consumista, notadamente mundana, foge totalmente ao espírito do protestantismo ascético, sobretudo de vertente calvinista. A primeira denominação de caráter neopentecostal implanta-se no Brasil na década de 60. A Igreja da Nova Vida abrigaria Edir Macedo e RR Soares, os principais líderes de duas das maiores igrejas neopentecostais no Brasil: a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja Internacional da Graça (SOUSA, 2013, p. 20).

Mesclando as crenças no poder dos dons do Espírito Santo, o exorcismo de demônios (como os responsáveis por enfermidades e situações negativas na vida humana), o neopentecostalismo ganha expressividade em um ambiente urbanizado, que sofreu as transformações da técnica e do saber da ciência. Futuramente, teria relevância com o que ficou conhecido como tele-evangelismo, onde comumente sessões de exorcismo são espetáculos de diálogo e deboche do demônio, humilhações e sofrimentos que impressionam o auditório (MATOS, s/d.).

A idéia que se tem de nossas populações é que habitam cidades imensas, em que as igrejas (católicas) ficaram vazias. Mas, ao mesmo tempo, as frações pobres dessas populações, especialmente aquelas que se viram ou se sentiram abandonadas por sua religião original (esse catolicismo dessacralizado), foram buscar outras formas de crer, e sobretudo se mostrarem crentes, foram construir outros deuses, foram remodelar outros meios de ver e ter contato como o que não faz sentido imediato nesta sociedade – o sagrado (PIERUCCI; PRANDI, 1996 apud CAMPOS JR., 2012, p. 3).

Por outro lado, a história da mídia não estaria presente em meios abstratos, mas no desenvolvimento da tecnologia, dos suportes, dos usos e contextos históricos pelos quais a sociedade passa. Portanto, segundo Martino (2008 apud SOUZA, 2012), associam-se às formas de vida e às organizações sociais, modificando a experiência temporal e histórica. A historicidade construída por meio das representações da mídia (GUARESCHI, 2013) atinge o sagrado com o neopentecostalismo. Em parte, a livre-interpretação também configura as escrituras como referenciais que, sem uma autoridade máxima, dá abertura ao desenvolvimento das demais denominações (MEILLET, 2009). Por isso, [...] “a magia midiática não está situada num horizonte longínquo, ela é mostrada e traduzida, aqui e agora, por esses dispositivos que tratam de constituir os novos processos de reencantamento do mundo” (FAUSTO NETO, 2004 apud SOUSA, 2013, p. 15). E é no espectro midiático-televisivo que a terceira onda encontra o lugar mais apropriado para aproximar-se de seus fiéis. Sob este panorama, é possível trazer a ótica de Kientz (1973, p. 27) sobre o fenômeno da comunicação de massa e adaptá-lo ao assunto:

E, há alguns anos, abriu-se uma grande brecha entre essas “conchas do homem” que são, segundo a sugestiva fórmula de A. Moles, o apartamento e a casa de campo, ‘refúgio do indivíduo privado, do casal, que se fecha à agressão do mundo exterior, que se isola e onde se instala o conforto mas que se escancara ao mundo pela televisão, cuja tela-membrana desencadeia as guerras e os horrores do mundo, melhor dizendo, transforma-os em espetáculo’. A televisão aí está como ‘convidada permanente’, sentada (ou quase) à mesa da família.

A televisão e seu mecanismo imagético é a fórmula acessível de imputar “projeções imaginárias” como forma de discurso. A partir daí, é possível entender a autoridade conferida ao poder religioso como mais uma das forças de persuasão – a principal utilizada na disseminação do conteúdo religioso. Invocando uma paródia de McLuhan, o meio e a mensagem casam, se adequam, em uma simbiose que, seja da ótica simbólica de Bourdieu, seja da percepção de poder de Foucault, por seguir a impressão de divindade, é, para o fiel, pouco sugestiva ao questionamento.

A quase-interação televisiva cria assim o que podemos chamar de experiência espaço-temporal descontínua. Os indivíduos que assistem à televisão suspendem, até certo ponto, as coordenadas de espaço e de tempo do cotidiano e temporariamente se transportam para um diferente conjunto de coordenadas espaço-temporais; tornam-se viajantes no espaço e no tempo envolvidos numa transação com diferentes estruturas espaço-temporais e num intercâmbio de experiências mediadas de outros tempos e lugares com suas próprias experiências cotidianas (THOMPSON, 2005, p. 86).

Se a autoridade é dada a um representante de Deus, portanto, o interlocutor é uma forma de personificação do poder divino que, pelo meio de comunicação, espalha suas mensagens. O líder se põe como escolhido, por vezes no lugar de Deus, tendo validadas as suas palavras, do ponto de vista argumentativo-retórico – esta é a visão do discurso religioso em tom coloquial (MARTÍN-BARBERO, 2008 apud SOUSA, 2013) – principalmente a partir de 1990, com a chegada da Teologia da Prosperidade à América Latina (CAVALCANTI, 2013).

A argumentação, portanto, situa-se na esfera do intradiscurso. [...] Dessa forma, o locutor traça suas estratégias enunciativas para causar o efeito desejado em seu ouvinte, mas a imagem desse ouvinte, e do próprio locutor estão pré-determinadas pelas formações imaginárias. No discurso o mesmo ocorre: sem ouvinte não há discurso, pois é no ouvinte que o texto significa, remetendo aos discursos (SOUSA, 2013, p. 32).

Neste caso, o discurso é imperativo, polêmico, evocativo, doutrinário. Tem por característica o uso de metáforas e paráfrases, de figuras de linguagem, estimuladas pela possibilidade de leitura pelos leigos, desenvolvida já no surgimento pentecostal. As estratégias da conversa instituída adquirem significado pela primeira vez na interpretação enunciada, que adquire um papel secundário, justificado pelo fato de que é no receptor das mensagens que o discurso age – usando as formações pessoais e particulares como um estímulo à introspecção e aceitação. O enunciadador adequa-se ao tipo de público (SOUSA, 2013). Aqui, o receptor é o sujeito do processo comunicacional entre as pretensões da Igreja e as dele.

As igrejas neopentecostais são embebidas por uma aura “religiosa-espetacular”, oferecendo, inclusive produtos e serviços religiosos para atender às necessidades de seus fiéis – algo a que a Igreja Católica não dedicou tanta atenção (BUDKE, 2005). No caso católico, a “Rede Vida de Televisão, de perfil mais conservador, e a TV Canção Nova, a serviço da renovação carismática católica” (CAMPOS, 2004, p. 148). Enquanto a teologia judaico-cristã está preocupada com o comunicar a boa notícia, que vem de Deus, o evangelismo propõe, na sua expressão neopentecostal, a cura pelo milagre, com um discurso ligado “às carências humanas, na qual há um empenho em responder aos muitos problemas surgidos nas dificuldades da vida, nas crises de amor, de saúde e de dinheiro” (DANTAS; RODRIGUES, 2012, p. 20).

[...] a simplificação do discurso, o maniqueísmo, a criação de um inimigo comum (diabo), a amplificação e desfiguração dos acontecimentos, o farto emprego de slogans e de palavras de ordem, técnicas reunidas numa estratégia que temos classificado como “marketing do sagrado” (CAMPOS, 2004, p. 156).

A TV é o meio mais aberto à propagação de conteúdo religioso (PATRIOTA, 2009). Além de programas, ainda há casos em que denominações religiosas detêm concessões de propriedade de meios de comunicação.

O embate, a partir daí, além de materializar-se em discurso, se faz vívido pela visualidade e pelo choque imagético, que antes se limitava ao imaginário causado pela retórica. Conforme mostra Patriota (2009, s/p.), o “embate travado no campo discursivo se materializa nas estratégias argumentativas dos sermões, na emocionalidade que aflora à pele e nos depoimentos que permitem a identificação com a vida de outros ouvintes ou telespectadores”. O reflexo: a expansão para além da mídia, já que, “apenas em um estado como o Rio de Janeiro, se chega a abrir cinco igrejas por semana” (PATRIOTA, 2009, s/p.).

Tal massa de indivíduos religiosos que cresce espantosamente, em média, 7% ao ano, é hoje totalizada em 26 milhões de pessoas classificadas e agrupadas em centenas de denominações diversas, formando uma nação de cristãos que equivale, em quantitativo, à soma das populações da Bélgica, Dinamarca e Finlândia. Destes indivíduos, 75% agrupam-se denominacionalmente no pentecostalismo, com uma grande parcela inserida na subdivisão neopentecostal, muitos retirados, é bem verdade, dos bancos da igreja católica (PATRIOTA, 2009, s/p.).

No Brasil, o tele-evangelismo adquire notável importância. Em 1989, Edir Macedo compra a Rede Record por 45 milhões de dólares e inicia a construção de seu império. Além da tentativa de aproximação constante com o público, o discurso se transforma em confortável e agregador.

Após a volta de Macedo ao Brasil, depois de uma temporada nos EUA, o tele-evangelismo é aplicado como técnica por aqui, adaptada à realidade brasileira. Entretanto, criticando as igrejas americanas, que, na visão de Dantas e Rodrigues (2012), não estabeleciam nenhum tipo de interação com o espectador.

Diferentemente dos meios impressos, os eletrônicos – e principalmente a TV – têm a vantagem de poder estar em transmissão ininterrupta e, de certa forma, unilateral. Certo é que cada meio possui sua linguagem e a periodicidade é determinante para a fidelidade do público, no que Martín-Barbero chama de “igrejas eletrônicas” (GUTIÉRREZ, 2006 apud SOUSA, 2013). Aí entra a articulação de elementos imagéticos e retóricos com a natureza mágica da religiosidade – a oratória elaborada e os picos de atenção no espectador também são estratégias comuns e eficazes de persuasão e fixação dos conteúdos. Isso favorece a proposta da criação de um vínculo invisível com quem assiste aos programas. Como define Dominique Wolton (1996, p. 124), “o espectador, ao assistir à televisão, agrega-se a este público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo, assim com ele, uma espécie de laço invisível”.

Como se já não bastasse a magia comum à religião, a televisão acaba por reforçar este sentido. A expressividade dos gestos e da fala são exaltados na linguagem televisual na representação facial e corporal; no cenário, vestiário e imagens: enfim, um cenário propício à espetacularização que propulsiona o neopentecostalismo, principalmente nos seus métodos que diferem das correntes (chamadas de “ondas”) anteriores (DUARTE, 2012 apud SOUSA, 2013). Como também observa tecnicamente Thompson (1995), as interações sociais – aqui vistas no contexto midiático-religioso – não seguem a mesma lógica de tempos atrás: podem simular a presença (como é o caso da TV), e criar hábitos de consumo estimulados pela interação quase-mediada. Fora os meios técnicos, por outro lado, também estas relações estão atreladas a aspectos culturais – como a linguagem coloquial observada por Martín-Barbero.

Espíritas falam de vidas passadas e reencarnações; protestantes da fé centrada em Jesus Cristo; católicos fazem alusão a imagens de santos e romarias; pentecostais enfatizam o poder do Espírito Santo na vida do crente; neopentecostais transmitem um Deus que presenteia o ser humano com bens materiais (BUDKE, 2005, p. 44).

Entretanto, o neopentecostalismo é tido por Cavalcanti (2013) como uma vulgarização. Nele, para o autor, trocou-se o livre-exame pela livre-interpretção e a igreja cedeu espaço a “seitas” e denominações. Sob a influência do liberalismo,

mandou para o espaço as escrituras, a tradição, os credos, as doutrinas e a moral, sacrificados no altar da razão e na arrogância humana, hoje subjetiva, individualista e rela-

tivista. “Revelações” particulares e “profetas” autoprotoclamados esquarteraram o Corpo de Cristo. Depois da Reforma sofremos o banho de sangue das Inquisições e a intolerância legalista, moralista, sectária, anti-intelectual (e, às vezes, racista) do neofundamentalismo (CAVALCANTI, 2013, p. 22).

## Considerações finais

Com a análise histórico-crítica da influência da terceira onda pentecostal na mídia brasileira, nota-se que as transformações produzidas pelo neopentecostalismo no campo midiático são como uma espécie de reordenamento do espaço público, dada a dimensão que o discurso religioso pode tomar – ainda mais quando atrelado à linguagem e a um dos recursos midiáticos de persuasão mais eficazes: a imagem. O culto-aula transformou-se em culto-espetáculo e segue expandindo sua influência religioso-midiática.

## Referências

ALVES, D; ORO, P. Renovação Carismática Católica. **Religião & Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 33, n. 1, 2013. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100=85872013000100007-&lang-pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100=85872013000100007-&lang-pt)>. Acesso em: 13 ago. 2015.

BUDKE, Sidney. Mídia e religião: das peregrinações ao universo das telecomunicações. **Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia**, São Leopoldo, v. 08, set.-dez. 2005. Disponível em: <[http://www3.est.edu.br/nepp/revista/008/ano04n3\\_03.pdf](http://www3.est.edu.br/nepp/revista/008/ano04n3_03.pdf)>. Acesso em: 21 ago. 2015.

CAMPOS JR., Luís de Castro. As relações entre comunicação e religião: rádio e TV como meios para expressões neopentecostais. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ECLESIAL – ECLESIOCOM, 7., 2012, São Bernardo. **Anais...** São Bernardo: UMESP, 2012. Disponível em: <[http://www2.metodista.br/unesco/anaisdaeclesiocom/Trabalhos/20.As%20Rela%C3%A7%C3%B5es%20entre%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20e%20Religi%C3%A3o\\_Luis%20J%C3%BAnior.pdf](http://www2.metodista.br/unesco/anaisdaeclesiocom/Trabalhos/20.As%20Rela%C3%A7%C3%B5es%20entre%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20e%20Religi%C3%A3o_Luis%20J%C3%BAnior.pdf)>. Acesso em: 23 ago. 2015.

CAMPOS, Leonildo Silveira. Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva. **REVISTA USP**, São Paulo, n. 61, p. 146-163, mar.-mai. 2004. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/61/15-leonildo.pdf>>. Acesso em: 23 ago.2015.

CAVALCANTI, Robinson. **Igreja evangélica: identidade, unidade e serviço**. Ultimato: Viçosa, 2013. Disponível em: <[http://www.ultimato.com.br/file/ebooks/livreto\\_robinson.pdf](http://www.ultimato.com.br/file/ebooks/livreto_robinson.pdf)>. Acesso em: 26 set. 2015.

DANTAS, J. G.; RODRIGUES, E. G. B. A comunicação do Deus neopentecostal: o processo de recepção do discurso midiático da Igreja Universal do Reino de Deus. **Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo da Faculdades EST - Protestantismo em revista**, São Leopoldo, v. 29, p. 14-23, set-dez. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.est.edu.br/index.php/nepp/article/viewFile/376/475>>. Acesso em: 23 ago.2015.

GUARESCHI, Pedrinho. **Sociologia crítica**. Porto Alegre: Edipucrs, 2005.

KIENTZ, Albert. **Comunicação de massa: análise de conteúdo**. Rio de Janeiro: Eldorado, 1973.

MATOS, Alderi Souza de. **O desafio do neopentecostalismo e as igrejas reformadas**. Andrew Jumper – Centro Presbiteriano de Pós-Graduação, s/d. Disponível em: <<http://cpaj.mackenzie.br/historiadaigreja/pagina.php?id=293>>. Acesso em: 24 ago. 2015.

MELLET, Luiz Ernesto. **A retórica do sobrenatural na TV: Um estudo da persuasão no neopentecostalismo**. 2009, 125 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião - Mestrado) – Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2009. Disponível em: <[http://www.unicap.br/tede//tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=193](http://www.unicap.br/tede//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=193)>. Acesso em: 23 ago. 2015.

PATRIOTA, Karla Regina Macena. A aliança entre a religião e a mídia. **Tempo e Presença - Mídia sacralizada e religião secularizada**, ano 4, n. 15, abr. 2009. Disponível em: <[http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod\\_artigo=302&cod\\_boletim=16&tipo=Artigo](http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod_artigo=302&cod_boletim=16&tipo=Artigo)>. Acesso em: 23 ago. 2015.

SOUSA, Marco Túlio. **Sobre o discurso neopentecostal e suas inscrições midiáticas: estudo de caso sobre um programa televisivo**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação – BOCC, 2013. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-marco-2013-sobre-discurso-neopentecostal.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2015.

SOUZA, Priscila Vieira de. Mídia e Religião no Brasil: implicações e possibilidades da investigação histórica. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ECLESIAL – ECLESIOCOM, 7., 2012, São Bernardo. **Anais...** São Bernardo: UMESP, 2012. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/anaisdaeclesiocom/Trabalhos/14.M%C3%AD>

dia%20e%20Religi%C3%A3o%20no%20Brasil\_Priscila%20Souza.pdf>.  
Acesso em: 23 ago. 2015.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

WEBER, Max. **A objetividade do conhecimento nas ciências sociais**. Coleção Ensaios Comentados. São Paulo: Ática, 2006.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Editora Ática, 1996.

RECEBIDO EM: 04/05/2017    ACEITO EM: 05/08/2017