

# **42º Encontro Anual da ANPOCS**

**22 a 26 de outubro de 2018 – Caxambu-MG**

## **Elite Evangélica Brasileira**

**Notas sobre a construção do seu poder midiático**

**Caíque Cunha Bellato**

Artigo apresentado ao **SPG 37 – Religião, mídia e política**,  
coordenado por Raquel Sant’Ana da Silva (CEBRAP) e  
Carlos Eduardo Valente Dullo (UFRGS).

Petrópolis - RJ  
Setembro de 2018

## **Resumo**

A apropriação da identidade evangélica por uma elite específica não se deu de uma hora para outra – ao contrário, ela é fruto de um trabalho contínuo que tem revelado o êxito de uma elite religiosa em deslocar seus oponentes e reconfigurar o campo evangélico no país. Dentre os condicionantes desse processo, se destaca o domínio sobre estruturas midiáticas. Mais do que difundir distintos enunciados religiosos, os meios de comunicação de massa – a serviço de líderes evangélicos – têm sido capazes de influenciar, de modo decisivo, a distribuição de poder no interior desse campo. Esses veículos de comunicação desempenham um importante papel na produção de referenciais comuns e podem (como muito rapidamente compreendeu a elite de que tratamos) reforçar ou legitimar estruturas de poder. O presente trabalho pretende analisar os principais empreendimentos de mídia ligados a líderes evangélicos e o modo como as dimensões da política e da comunicação se entrelaçam e formam uma engrenagem que tem garantido a posição de liderança desses que se denominam – a despeito do caráter heterogêneo desse campo – os representantes dos evangélicos brasileiros.

**Palavras-chave:** Líderes evangélicos; Religião; Política; Mídia.

## **Abstract**

The appropriation of the evangelical identity by specific elite did not happen overnight - rather, it is the result of a continuous work of these religious elite that was successful in displacing its opponents and reconfiguring the evangelical field in the country. Among the constraints of this process is the dominance over media structures. More than diffusing different religious statements, the mass media - at the service of evangelical leaders - have been able to influence the distribution of power within that field. These communication vehicles play an important role in producing common frames of reference and can, as the elite we study very quickly understood, strengthen or legitimize structures of power. This paper intends to analyze the main media enterprises linked to evangelical leaders and how the dimensions of politics and communication are intertwined and form a mechanism that has guaranteed the leading position of those who call themselves - despite the heterogeneous character of this field - the representatives of the Brazilian evangelicals.

**Keywords:** Evangelical leaders; Religion; Policy; Media.

### Elite Evangélica Brasileira: notas sobre a construção do seu poder midiático

Com características e interesses próprios, a nova elite evangélica brasileira faz parte de um campo heterogêneo e fortemente marcado por disputas internas. Distinta das lideranças dos grupos religiosos minoritários do século passado (que foram um tímido contraponto ao poderio católico), a elite evangélica é hoje um dos mais relevantes grupos dirigentes do país. A compreensão do processo de constituição dessa elite específica e a composição de um retrato social desses dirigentes – que destaque a interdependência entre tais indivíduos (suas trajetórias) e a construção organizacional de suas igrejas – são os desafios da pesquisa que ora desenvolvo em minha tese de doutorado. Essa investigação pretende iluminar a morfologia desse grupo e identificar na disputa por hegemonia em torno da representação da identidade evangélica os diferentes recursos mobilizados por esses atores. Para tanto, será preciso conhecer as biografias dos líderes e as iniciativas institucionais de formação de lideranças. Trata-se de reconstruir analiticamente a história dos processos de acumulação e reprodução responsáveis pela existência social dessa elite e identificar os capitais valorizados nesse campo específico que levam alguns a ocuparem posições de destaque e exercerem controle sobre seus semelhantes. No âmbito desse artigo, porém, pretendo apenas destacar os aspectos principais do processo de formação dessa liderança evangélica no Brasil e demonstrar a importância que a dimensão da comunicação assumiu para a expansão e manutenção do poder da elite em análise.

Certamente, o domínio sobre estruturas midiáticas está entre os condicionantes do processo de formação de uma nova elite religiosa no país. Além de servir a distintos projetos de evangelismo, os empreendimentos de comunicação – sob o comando de líderes evangélicos – têm sido capazes de influenciar a distribuição de poder no interior desse campo e desempenham um importante papel na produção de referenciais comuns, reforçando e legitimando estruturas de poder. Portanto, para entender como esse grupo se movimenta e quais recursos mobiliza é fundamental que a análise leve em conta o campo midiático e o encare como importante dimensão da relação entre religião e política.

Na primeira seção deste artigo, apresento a proposta analítica e de caracterização dessa nova elite evangélica – atendo-me apenas aos seus traços principais. A seção seguinte é dedicada à compreensão da relação estabelecida por esses atores entre religião, mídia e política, bem como à compreensão de como o domínio de estruturas de comunicação de massa tem sido fundamental para a manutenção do poder do grupo dirigente em análise.

## Profissionais da fé: os novos líderes evangélicos e seu campo de ação

Como demonstra Clara Mafra (2001), a literatura sobre evangélicos no Brasil esteve muito preocupada em classificar a diversidade dos seguidores dessa religiosidade cuja origem remonta à Reforma, a tal ponto que os diversos critérios de classificação produziram “*uma disputa nominativa interminável*”. Com diagnóstico semelhante, Raquel Sant’Ana diz que a ênfase na heterogeneidade que a academia imprimiu na observação dos fenômenos relativos aos “evangélicos” dificultou a análise desse grupo enquanto unidade capaz de construir ações conjuntas, bem como a compreensão de suas lideranças como sendo representativas de amplos setores (Sant’Ana, 2017:42). Ainda assim, Clara Mafra afirma que “*se forjou certo consenso referendando o termo evangélico como categoria abrangente*” (2001:7). No Brasil, segundo essa autora, esse termo funcionaria para identificar as igrejas filiadas à tradição inaugurada pela Reforma (assim como, nos Estados Unidos da América, o termo *Protestantism* é utilizado).

O próprio crescimento nos últimos censos daqueles que se declaram evangélicos sem pertencimento a igrejas específicas e a intensa mobilidade de fiéis entre diferentes organizações denotam, a meu ver, a existência de um campo evangélico que não se limita às divisões denominacionais, tampouco às divisões acadêmicas que separam igrejas históricas das pentecostais e neopentecostais<sup>1</sup>. As diferenças entre denominações, por importantes que sejam, não definem mais a atuação conjunta desses líderes. As ondas do pentecostalismo propostas por Freston (1993), por exemplo, já não dão conta de iluminar a atual inserção dos evangélicos na vida pública nacional. Ainda que os chamados neopentecostais tenham pronunciada ascendência sobre os demais segmentos a partir das décadas finais do século XX, a atuação pública dos evangélicos enquanto coletividade não se resume ao neopentecostalismo<sup>2</sup>. Outrossim, por discreta que seja a atuação de algumas lideranças das chamadas igrejas históricas se comparadas às neopentecostais, não se pode ignorar que elas fazem parte desse grupo dirigente e dividem com seus pares concepções de mundo e projetos de intervenção na vida pública. Daí chamar a elite ora em análise de evangélica e não segmentá-la conforme tem sido recorrente nos trabalhos acadêmicos.

Ainda que muito já tenha sido escrito sobre a liderança evangélica nacional, na literatura sobre o tema há poucas perguntas sobre as carreiras desses religiosos convertidos em líderes políticos, empresariais e/ou midiáticos. Esses dados biográficos,

quando mobilizados, aparecem como informações complementares e raramente são realocados analiticamente no processo de produção e reprodução social dessa liderança. Ou seja, os sujeitos em análise aparecem isolados do conjunto de relações, o que acaba ocultando a dinâmica interna desse campo específico e os modos como se relacionam seus agentes. Acredito que a reconstrução analítica da gênese dessas lideranças evangélicas e de seu campo de atuação pode esclarecer como se dá sua passagem da religião à política e ao mercado – ou ainda destes à religião. Ou seja, de como a influência dessa elite religiosa acompanha a dissolução do campo religioso (Bourdieu, 1987) e se espalha para outras dimensões da vida pública nacional.

Compreendendo que o objeto em análise nesta pesquisa não está isolado de um conjunto de relações, importa conhecer a dinâmica interna das organizações eclesiais e das associações de líderes evangélicos, afim de compreender como se opera a distribuição de recursos escassos (incluídos aí os simbólicos) e com quais critérios indivíduos são excluídos e/ou promovidos dentro desse campo específico – ou seja, como se realiza a distribuição de poder e qual é a composição social das suas lideranças. Importa dizer que uma das hipóteses que sustentam tal investigação é a de que é possível constatar a existência de uma nova elite dirigente<sup>3</sup> no país com características e interesses próprios e que, ainda que faça parte de um campo heterogêneo e fortemente marcado por disputas internas, consegue se impor aos demais agentes. Tal elite se movimenta em um campo evangélico com a circulação de um repertório próprio e respondendo a regras relativamente autônomas em relação aos outros campos. Portanto, não basta a caracterização desses indivíduos, sendo necessário também compreender o campo em que atuam.

Como ensina Bourdieu, é preciso na investigação sociológica realizar um trabalho de reconstrução analítica de espaços sociais que são os elementos que constituem a realidade do mundo social (Bourdieu, 2003). A dificuldade da análise relacional que esse autor propõe está no fato de que, na maior parte dos casos, não é possível apreender os espaços sociais de outra forma que não seja a de distribuições de propriedades entre indivíduos – pois a informação acessível ao pesquisador está associada a eles. Ou seja, a análise precisa partir dos indivíduos e de suas características, ainda que seja preciso precaver-se contra aquilo que Bourdieu chama de “o retorno à *“realidade” das unidades pré-construídas*”. Para tanto, a ideia de campo auxilia o pesquisador a lembrar que “o

*objeto em questão não está isolado de um conjunto de relações de que retira o essencial de suas propriedades”* (Bourdieu, 2003:27).

O real seria afinal relacional, ainda que seja mais fácil pensar em termos de realidades que podem ser vistas claramente – como grupos e indivíduos – do que em termos de relações. Não se deve, nessa perspectiva, tentar compreender uma vida como uma série única e autossuficiente de acontecimentos sucessivos desvinculada da estrutura, da matriz de relações objetivas de um determinado agente em um campo específico (Bourdieu, 1996:190). Seria a estrutura das relações objetivas entre os agentes que determinaria suas possibilidades de ação. Ou seja, a posição que agentes ocupam na estrutura definiria – ao menos negativamente – suas tomadas de decisões (Bourdieu, 2004:23-24). O pesquisador, por seu turno, só compreenderia efetivamente essa ação se fosse capaz de se referir à posição que tal agente ocupa em seu campo.

A compreensão da reorientação das lideranças evangélicas em direção ao mundo da política, marca principal dessa nova elite dirigente, também pode ser beneficiada pela proposta analítica de Pierre Bourdieu. Para esse autor, a gênese do Estado moderno como uma espécie de “metacampo” do poder se dá, de certa forma, a partir da concorrência entre diferentes campos que disputam para influenciar esse metacampo a fim de “*triumfar simultaneamente sobre os outros campos e dentro de seu campo*” (Bourdieu, 2014:407). O Estado teria nessa perspectiva um metapoder capaz de agir sobre os diferentes campos que lutam para ver seu poder legitimado a partir dessa instância. Daí Champagne et al. afirmarem que poderíamos a partir da proposição de Bourdieu entender o Estado como “*produto quase necessário de um duplo processo: de um lado, a diferenciação das sociedades em campos relativamente autônomos e, de outro, a emergência de um espaço que concentra os poderes sobre estes últimos e em que as lutas são lutas entre os próprios campos, esses novos agentes da história*” (Bourdieu, 2014:492). Não seria incoerente, portanto, compreender a inserção de evangélicos na política institucional a partir desse contexto de disputa pelo Estado como poder capaz não somente de legitimar a influência de diferentes atores na vida social, mas também de propiciar maiores credenciais na disputa travada dentro do próprio campo evangélico.

Como revela a revisão bibliográfica sobre o assunto, é incontestável a importância da atuação política de líderes evangélicos, sobretudo a partir da redemocratização – quando os chamados “políticos de Cristo”<sup>4</sup> se destacaram nos trabalhos da Assembleia

Constituinte<sup>5</sup>. Acompanhando o aumento do número de praticantes da religião no país<sup>6</sup>, o capital político dos líderes evangélicos foi paulatinamente sendo construído ao longo dos anos. Hoje esse poder é visível, por exemplo, na movimentação pré-eleitoral<sup>7</sup> em torno desse grupo e também na reação ao uso da religião para influenciar os pleitos pelo próprio Tribunal Superior Eleitoral<sup>8</sup>. Apesar da Assembleia de Deus ter sido o motor inicial desse movimento em direção à política institucional, conforme afirma Freston<sup>9</sup>, foi a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), como demonstra o estudo de Ari Pedro Oro (2003), que realizou uma ressignificação do ato de votar e da percepção da política dentro dos novos grupos religiosos e tem servido de paradigma para outras igrejas evangélicas que tendem a imitar seu modelo de fazer política a partir de motivações de ordem prática e simbólica. Como ponderam Machado e Burity esse modo de fazer política “*não tem um “projeto” de conquista do Estado e sim articula uma aspiração de hegemonia como busca de permear espaços*”. Trata-se de uma relação entre religião e política, não de imbricação ou fusão entre religião e Estado. (Machado e Burity, 2014:616)

Como aponta Ricardo Mariano, além da disposição de líderes religiosos para ampliar sua participação e poder político, também existiu no campo da política nacional um empenho de partidos e governantes para enredá-los no jogo político-partidário (2011:252). Ou seja, foi de importância capital para o movimento dessa elite evangélica em direção à política institucional, o fato de que os principais partidos laicos do país procuraram estabelecer alianças e cooptar o apoio eleitoral dos evangélicos. Existe, portanto, uma via de mão dupla na qual se articulam interesses de diferentes segmentos. Para os partidos políticos, a partir de uma lógica pragmática, interessa cooptar figuras com grande apelo popular e ter o espaço eclesiástico como plataforma para campanhas. Para os líderes evangélicos estar na política garante uma série de prerrogativas, aumenta a capacidade de influência na sociedade – a partir, por exemplo, de parcerias com o Estado, concessões de rádio e televisão e da permissão para atuar na área da ação social – e funciona como um espaço de resistência e afirmação minoritária<sup>10</sup>.

Nos dias presentes, a notoriedade da atuação política dos evangélicos tem se dado sobretudo a partir da chamada Frente Parlamentar Evangélica<sup>11</sup>. Maria das Dores Campos Machado (2015), aponta a especificidade desse tipo de intervenção (realizada por um coletivo de legisladores) frente ao lobby historicamente exercido pela Igreja Católica. Ainda segundo a autora, o sucesso nas disputas eleitorais (evidente no tamanho da referida bancada) resultaria, entre outras coisas, de um rápido processo de formação de

lideranças e de uma intensa socialização dos fiéis, fenômenos que expressariam revisões nas concepções de política e de cidadania dos pentecostais (2012). Machado sustenta que tal atividade parlamentar tem um novo significado na política nacional e que seria indispensável à Sociologia compreender os processos de construção organizacional e de lideranças dessas novas religiões e os efeitos advindos dessa renovada concepção de atividade política.

Não é que a religião (suas instituições e agentes) tenha de uma hora para outra tomado parte nas questões de caráter público da nossa sociedade. Como sustenta Oro (2008), esse não é um fato novo. Segundo o autor, nas sociedades latino-americanas a religião foi e continua sendo um dos aspectos incontornáveis da vida social com efeitos tanto na coesão social quanto no sistema político. Entre nós, *“a religião não se restringe à esfera da subjetividade. Ela se espalha no espaço público, interagindo com as instâncias sociais, também políticas”* (2008:53). Com diagnóstico similar, Ricardo Mariano afirma que no Brasil, a separação republicana entre Igreja e Estado não teria resultado na privatização do religioso, nem na exclusão mútua entre religião e política, tampouco em um movimento anticlerical radical (2011:254). É nesse cenário, no qual não há nitidez sobre os limites entre religião e política, que deve ser analisada a atuação dos políticos evangélicos.

Sobre o perfil desses deputados religiosos<sup>12</sup>, Gerardi afirma que *“ser homem, desempenhar a função de pastor ou bispo, ter escolaridade média, e possuir uma carreira como político profissional, descreve os evangélicos eleitos”* (2016:12). A escolaridade alta, recurso social sempre presente no perfil dos deputados federais eleitos, para o grupo de religiosos não é um fator de diferenciação<sup>13</sup>. Tampouco, a variável partido foi significativa. Segundo o autor, ainda que a maioria dos eleitos estivessem em partidos políticos de direita, importa mais para o sucesso eleitoral *“ser bispo [e] ter carreira política no momento anterior a posse”* (ibidem:13). Ou seja, possuir capital político e também religioso.

A presença de evangélicos nas instituições de representação política, sobretudo nas casas legislativas<sup>14</sup>, tem sido acompanhada pela crescente influência destes atores sobre a comunicação e a cultura de massa. A tal ponto política, religião e comunicação estão imbricadas no campo evangélico nacional que é difícil, e talvez desaconselhável, separar, ainda que analiticamente, tais dimensões<sup>15</sup>. Ronaldo de Almeida (2012) é um dos estudiosos que propõe, referindo-se à Igreja Universal do Reino de Deus, a adoção da



unidade de análise de um *grupo político-econômico-religioso*, dada a dificuldade de isolar uma dimensão da outra na observação sociológica<sup>16</sup>.

Além da aproximação realizada pela chamada Teologia da Prosperidade (Mariano, 1996) aos ideais do mercado, a rede que se estabeleceu em torno da indústria gospel e dos meios de comunicação sob direção de membros dessa elite evangélica mostra a importância que o poder financeiro assumiu na configuração desse campo específico. Na última década do século XX, a “explosão gospel” – na expressão de Magali Cunha (2004) – teria alçado a música, o entretenimento e o consumo à condição de mediadores do sagrado no campo evangélico nacional. André Souza chega a afirmar que o empreendedorismo neopentecostal – marcado pela confluência de fins religiosos e econômicos – promoveu uma junção indissociável entre igreja e empresa que se expressa, por exemplo, na figura do líder religioso e gestor de negócio. Conforme Souza, a habilidade para gestão financeira estaria ligada à expansão dos empreendimentos midiáticos de igrejas evangélicas no país (2011:29). Mariano também destaca a competência religiosa e gerencial desses líderes que cada vez mais se assemelham a “empresários ou administradores de empresas” (2003:121). Para esse autor, a opção por seguir a lógica de mercado para defender seus interesses institucionais e superar a concorrência incidiu tanto na missão religiosa quanto na organização e administração de diversas igrejas pentecostais (ibidem:122). Dentre os condicionantes para a constituição dessas “igrejas-empresas”, Alexandre Fonseca destaca a necessidade de uma gestão empresarial dada a importância que assumiu a presença imperativa da mídia nesse universo (1997:177).

Neste campo, portanto, o controle de redes de comunicação é tido como importante vantagem na intensa disputa sobre quem representa e lidera os evangélicos no Brasil. O domínio sobre estruturas midiáticas tem se mostrado um fator determinante para o sucesso dos projetos da liderança evangélica, revelando a simbiose que se estabeleceu entre mídia, religião e política. Esses diferentes campos, e os recursos que os caracterizam, foram mobilizados (ao longo dos últimos anos) com destacado êxito por líderes evangélicos interessados em influenciar a vida pública nacional. De tal modo que a pesquisa que pretenda abordar o campo evangélico nacional não pode prescindir da análise da relação estabelecida por esses religiosos com os campos político e mediático. Sobre esse assunto, passamos a tratar na próxima seção.

## Comunicação evangélica: dos jornais e rádios aos conglomerados de mídia

Como se sabe, não é recente o uso por líderes religiosos de tecnologias de comunicação para ampliação do alcance dos seus projetos de evangelismo – sendo possível remontar ao século XIX a imbricação entre o proselitismo evangélico e a comunicação de massa. Segundo Clara Mafra (2001:23), “*o primeiro jornal evangélico do Brasil e América Latina, a Imprensa Evangélica, começou a circular já em 1864*”. Conforme Alexander Fajardo (2014), no período em que o rádio ainda era novidade para os norte-americanos e estava em fase de regulamentação e ajustes técnicos “*antevendo que o rádio teria um poder de comunicação grande no século XX, a pentecostal Aimee McPherson, fundadora da International Church of the Four-Square Gospel (no Brasil, Igreja do Evangelho Quadrangular), construiu em 1924, no seu templo principal em Los Angeles, um estúdio de rádio e colocou duas grandes antenas de transmissão justamente no telhado da igreja*” (2014:170). No Brasil, ainda segundo Fajardo, teria sido o pernambucano Manoel de Mello (1929-1990) o pioneiro, que iniciou um trabalho pentecostal atrelado ao uso do rádio, na década de 1950, e que iria viabilizar a criação de uma nova igreja no país (a Igreja O Brasil para Cristo).

Ainda que os evangélicos tenham por princípio religioso a divulgação de sua fé e historicamente tenham adotado diferentes veículos de comunicação para anunciá-la – sendo impossível pensar a Reforma sem a adoção das técnicas então recém desenvolvidas de impressão que possibilitaram a divulgação da Bíblia e das ideias de Lutero e Calvino –, hoje a imbricação entre religião e mídia no universo evangélico vai além do simples proselitismo. Jeremy Stolow, comentando o campo de pesquisa que trata das relações entre mídia e religião, chega a propor que não pode haver nenhuma maneira de compreender totalmente o reposicionamento atual da religião no mundo moderno sem levar em conta os modos pelos quais as questões religiosas estão sendo reorganizadas e redefinidas pelas práticas, processos e sistemas de mídia moderna (2014:148). Magali Cunha também aborda o processo que chama de midiatização do cristianismo no Brasil, marcado pelo surgimento de igrejas que têm as mídias como parte do seu projeto de criação/existência e como essência de suas práticas. Segundo essa autora, a mídia evangélica tornou-se mediadora “*de uma comunidade de consumidores em que a vinculação religiosa já não é o que mais importa e sim uma vivência religiosa e o consumo de bens e de cultura que possibilitem aproximação com Deus e entretenimento “sadio”*” (2016:11). Karina Bellotti, por seu turno, aponta a capacidade da mídia de

matriz evangélica difundir, num país de cultura católica, a “*identidade evangélica*” que requer, segundo a autora, um constante aprendizado, feito, dentre outras coisas, por meio de produtos de mídia (2004:110).

Essas mídias evangélicas são justamente reconhecidas pela adoção de linguagens, símbolos e produtos que circulam pelo universo evangélico – sem necessariamente serem identificadas com uma denominação específica. Com uma inserção privilegiada nesse campo religioso, tais empreendimentos de mídia, como veremos, buscam a audiência de todos os evangélicos, independente da igreja. Assim funcionam as rádios e os programas de TV religiosos, que segundo Cunha (2016:12-13), utilizam uma linguagem que privilegia o repertório utilizado nas igrejas e tratam de temas comuns aos círculos evangélicos. Isso não quer dizer que seja esse um campo livre de disputas. Longe disso. Como demonstra a etnografia de Raquel Sant’Ana, a configuração dos “evangélicos” enquanto campo discursivo tem assimetrias e “*se dá a partir da produção de metonímias, apresentando certos grupos e lideranças como a totalidade dos “evangélicos” a partir das posições privilegiadas que ocupam em relação aos recursos da indústria cultural e da política parlamentar*” (2014:213). Ou seja, seria o acesso diferenciado de alguns setores a recursos financeiros e político e a alianças com a indústria cultural que impactaria na disputa interna pela representação dos evangélicos como uma coletividade.

A compreensão desse universo religioso e midiático passa, portanto, pela análise dos processos de acumulação de distintos capitais que possibilitaram à certa elite dirigir o campo em questão. A literatura sobre o tema revela que a política institucional tem sido um campo de atuação privilegiado de líderes evangélicos que buscam ampliar sua influência através de empreendimentos midiáticos (Fonseca, 2003; Freston, 1993). Tomando como objeto de estudo a campanha eleitoral na Igreja Internacional da Graça de Deus para eleger dois de seus membros aos cargos de deputado federal e estadual em 2006, Julio Souza (2011) analisa como as lideranças religiosas utilizam o púlpito em favor da eleição dos candidatos da igreja, estes por sua vez comprometidos com o projeto midiático de sua denominação. O autor sustenta que o poder simbólico dos líderes religiosos exerceria um papel fundamental no processo de persuasão eleitoral, já que os eleitores compreendem o voto como uma “*oferta à Igreja, a qual se daria como resposta positiva à dominação carismática*” (p.15). Souza afirma que “*75% dos membros entrevistados declararam que concordam plenamente com o objetivo da Igreja da Graça possuir um representante na política institucional. [...] E mais de 50% dos membros da*

*Igreja se orientam pelos apelos do líder religioso no momento de votar [...] e procura conquistar votos para o político apoiado pelas lideranças religiosas carismáticas”.* (2011:131-132) Metade dos entrevistados afirmaram ainda decidirem seus votos de acordo com a orientação dos pastores sem antes analisar os candidatos da Igreja. A partir desses dados, o autor aponta, por um lado, a forte tendência dos membros dessa instituição em seguirem as orientações de votos de seus líderes, e por outro, a iniciativa dos pastores em influenciar ativamente a corrida eleitoral indicando candidatos que podem representar seus interesses no parlamento, sobretudo no que se refere às concessões de emissoras de rádio e televisão.

Essa capacidade de influenciar e de circular por diferentes campos foi sendo desenvolvida ao longo de décadas. Trata-se de um processo de construção de hegemonia que mobilizou, durante o último século, primeiro a comunicação escrita, então o rádio e finalmente a televisão e a indústria fonográfica associada a cultura gospel. A literatura evangélica, ainda que seja a mais longeva dessas iniciativas, soube se atualizar e continua sendo um relevante meio de comunicação evangélico. Bernardo Lewgoy analisando as transformações do campo religioso a partir da ótica de seu espaço editorial, afirma que houve uma mudança a partir da década de 1970 na situação do livro religioso – a princípio feito por editoras diretamente controladas por grupos religiosos e distribuído com certo amadorismo, alcançado apenas os convertidos. Segundo Lewgoy, as casas editoriais que trabalham com o livro religioso passaram a ser mais autônomas e adotaram certa racionalidade capitalista. A partir dos anos 80, a ampliação da presença da mídia evangélica e a escolarização de faixas mais amplas da população abriram caminho para o “boom do livro religioso” – ou seja, a emergência de um público religioso leitor e a reorientação dos editores que passaram “*a pensar-se cada vez mais como protagonistas com importância crescente no interior do campo religioso, organizando-se em associações, como a Associação Brasileira de Editores Cristãos (evangélica), ou seja, constituindo um campo onde pensam e definem seus rumos, papel social e questões comuns*” (2004:55). Segundo esse autor, hoje é possível identificar um campo editorial heterogêneo em que se combinam situações mais denominacionais e outras de cunho misto e interdenominacional. Autor aponta a existência de um leitorado evangélico que compartilha leituras e curiosidades mútuas e afirma que estaria em expansão um difuso mercado literário evangélico de caráter interdenominacional e de circulação multidirecional.

Desde a década de 1930, o rádio se tornou, como demonstra Alexander Fajardo (2011), a mídia mais importante entre os evangélicos – capaz de ultrapassar diversas fronteiras, inclusive a do analfabetismo. Sua reconstrução analítica demonstra como “*a religião do livro se transpôs para o rádio*” (2011:46) adaptando-se a esta nova mídia e às técnicas orais necessárias para a comunicação de massa. O pentecostalismo foi, segundo o autor, o segmento evangélico que melhor se adaptou ao rádio dada a ênfase maior na oralidade, frente à cultura literária do protestantismo histórico. Fajardo sugere que o uso do rádio contribuiu para a penetração dessa religião nas camadas populares da sociedade, possibilitando o crescimento do pentecostalismo (a ponto de igrejas nascerem a partir de programas radiofônicos), bem como sua aproximação com a política partidária – a partir de meados da década de 1980, constituindo o que o autor chama de “tripé evangélico/rádio/política” (2011:125).

Fajardo relata a resistência inicial que líderes evangélicos enfrentaram para a implantação de seus empreendimentos radiofônicos, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos – país que influenciará fortemente o evangelismo brasileiro. Por aqui, a atuação da Igreja Católica e as dificuldades técnicas e financeiras para a implantação e manutenção de projetos radiofônicos foram capazes de inibir algumas iniciativas de líderes evangélicos e a posição de minoria religiosa pode ter sido determinante para a atuação interdenominacional dos evangélicos na comunicação de massa, como no caso do programa pioneiro de rádio “A Voz Evangélica”, iniciativa da Confederação Evangélica do Brasil, que levava ao ar semanalmente a palavra de pastores de diferentes denominações históricas (Fajardo, 2011:50). Apesar do seu caráter interdenominacional, a curta experiência dessa rádio também revelou a competição entre as igrejas evangélicas e a preocupação em perder fiéis para as igrejas parceiras<sup>17</sup>. Fato é que os pioneiros projetos evangélicos no rádio brasileiro oscilaram entre a união interdenominacional e projetos independentes, ora privilegiando um ora combinando ambos. Marca desse período é o Centro Audiovisual Evangélico, iniciativa que durou entre as décadas de 1950 e 1970. Voltada à produção audiovisual evangélica, chegou a ser constituída por mais de 18 denominações e missões (Fajardo, 2011:70).

De acordo ainda com o que apresenta Fajardo, entre 1930 e 1980, com dificuldade líderes do protestantismo histórico arrendavam horários em emissoras para programação evangélica. Esse teria sido um período marcado pelas dificuldades financeiras e técnicas em manter os empreendimentos e pela resistência do clero católico. Os pentecostais, por

sua vez, iniciam a partir da década de 1950 sua atuação radiofônica. Pioneiros como Manoel de Mello<sup>18</sup> e David Miranda souberam, segundo Fajardo, utilizar o rádio para expansão de suas igrejas. Ainda assim, esses empreendimentos enfrentaram a resistência dos donos de emissoras em abrir espaço na grade aos programas religiosos. Dentro do campo evangélico, também houve resistência à adoção do rádio. Vale lembrar que dentre as igrejas do “pentecostalismo clássico” a Assembleia de Deus foi a única a investir na radiodifusão (não sem debates internos), dada a proibição da Congregação Cristã à utilização do rádio<sup>19</sup> (Fajardo, 2011:86). Leonildo Silveira Campos também aponta a dificuldade inicial dos pentecostais em se estabelecerem no rádio, devido a “*falta de recursos e estratégias de propaganda unificada*” (1997:215), situação que seria superada pela adoção de uma forma eficiente de arrecadação de dinheiro, qual seja a implantação de uma rede capilar de templos locais ligados a uma sede “nacional” ou “mundial”, que possibilitou, segundo Campos, o acúmulo de recursos necessários à aquisição de emissoras de rádio e de televisão (2008:10).

Esse quadro inicial de dificuldades mudaria a partir da década de 1980, quando igrejas e empresários de comunicação fizeram um investimento “*para transformar o rádio em um palanque para elegerem candidatos aos mais variados cargos*” (Fajardo, 2011:15). O autor relaciona a conquista de concessões de rádios por igrejas e líderes religiosos com suas atuações políticas, sobretudo no período do governo Sarney. Fajardo relembra o episódio envolvendo o deputado assembleiano Matheus Iensen que apresentou a emenda que ampliava o mandato do presidente José Sarney que em retribuição ofereceu a concessão em Curitiba para a instalação da Rádio Novas de Paz – então, a terceira propriedade da família Iensen na área de comunicação (2011:134). Iensen não foi o único, Fajardo afirma que “*os evangélicos souberam usar os meios de comunicação e não perderam a oportunidade de através do fisiologismo no governo Sarney ganharem suas concessões*” (op. cit.). No Congresso constituinte, conforme esse autor, os evangélicos obtiveram concessões de no mínimo sete emissoras de rádio e duas de TV. Como demonstra o trabalho de Raquel Sant’Ana (2017), tal relação já existia durante o Regime Militar, quando setores evangélicos foram eliminados e outros tiveram acesso a recursos fundamentais para a expansão de sua influência (sobretudo, concessões de radiodifusão) – o que teria sido determinante na posição futura que alcançariam no interior do seu campo de atuação<sup>20</sup>.

Podemos tomar Matheus Iensen como uma figura paradigmática dessa pioneira liderança evangélica do final do século XX. Apresentador de programa radiofônico semanal, foi eleito para a Constituinte com apoio de sua denominação, conquistou concessões de rádio a partir das relações estabelecidas no campo da política, e conseguiu garantir a continuidade de gerações ao viabilizar a eleição de seu filho como deputado estadual do Paraná. Com trajetória semelhante, Francisco Silva iniciou sua carreira no rádio nos anos 1960, investiu em uma gravadora especializada em músicos evangélicos e com uma trajetória empresarial de sucesso, em 1987, adquiriu uma emissora de rádio no interior do Rio de Janeiro que daria lugar a Rádio Melodia<sup>21</sup>. Em 1990, se elegeu deputado federal com a projeção que o rádio lhe oferecia. Em 1994 e 1998, se reelegeu como o deputado mais votado do Rio. Assim como a família Iensen, Francisco Silva foi capaz de manter seu legado ao viabilizar a eleição de seu filho (Fábio Silva, também locutor da Rádio Melodia) para o cargo de deputado estadual. Anthony Garotinho, também iniciou sua carreira como locutor de rádio nos anos 80. Só se converteu ao protestantismo na década seguinte. Foi eleito governador do Rio de Janeiro em 1998 e candidatou-se a presidência em 2002. Junto a Francisco Silva, Garotinho explorou o rádio para divulgação de sua campanha. Fajardo considera essa empreitada a “*mais ousada investida de evangélicos utilizando o rádio para tentar eleger um candidato ao posto mais alto da nação*” (2011:144). Arolde de Oliveira, é outro líder que tem colhido frutos da relação estabelecida entre rádio, religião e política no campo evangélico nacional. Membro da Igreja Batista e proprietário da Grupo MK de Comunicação (que inclui a Rádio 93 FM), Arolde é deputado federal desde 1983 e concorrerá em 2018 ao cargo de Senador pelo estado do Rio de Janeiro.

Segundo Magali Cunha (2016), a forte cultura brasileira da oralidade tornou o rádio um veículo privilegiado para a comunicação religiosa, vide os dados da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (Abert) que indicam a existência no Brasil de 231 emissoras de rádio religiosas, registradas como tal, o que representa 7,2% das emissoras de rádio no país (Cunha, 2016:6). Não à toa, Fajardo (2011) considera que, ainda hoje, os altos custos para produção de programas na TV mantêm o rádio como opção atrativa para os líderes evangélicos que desenvolveram uma fórmula exitosa que junta o prestígio do rádio e da igreja com a participação na política.

O passo seguinte dos evangélicos na comunicação de massa foi sua entrada na televisão. O primeiro programa evangélico da TV brasileira (em 1962) foi o Fé para Hoje,

programa semanal patrocinado pela Igreja Adventista do Sétimo Dia e apresentado pelo Pastor Campolongo, na TV Tupi (Preuss, 2015:15). No entanto, seriam os anos 1990 que apresentariam uma mudança significativa no cenário televisivo religioso, com aumento das horas semanais dedicadas a programas religiosos, com a compra da Rede Record pela IURD, e a consolidação dos grandes empreendimentos de mídia vinculados a igrejas evangélicas – com destaque para as neopentecostais<sup>22</sup>. Certamente, a experiência paradigmática é a da Igreja Universal do Reino de Deus que possui diversos veículos (rádios, jornais, editoras e gravadoras), com conteúdo variado (inclusive não religioso), e ocupa o segundo lugar no Brasil em audiência de TV com a Rede Record – o que coloca Edir Macedo dentre os mais, senão o mais, influente empresário de comunicação do país (Cunha, 2016)<sup>23</sup>. Para participar desse competitivo mercado televisivo, os projetos religiosos de comunicação de massa tiveram que levar em conta a necessidade da atuação política – dado o fato das concessões serem públicas e exigirem a mobilização de algum capital político -, o que foi favorecido pela experiência anterior com a radiodifusão. O *modus operandi* de combinar prestígio (a partir do púlpito e do rádio) com atuação política seria mantido, agora com fins de ocupação de espaços na televisão. Os dados da Ancine, mobilizados por Larissa Preuss, demonstram o sucesso dessa investida, dado o fato de que “o gênero religioso é atualmente o mais exibido na TV aberta. [...] [Em 2014], 17,9% do tempo total das grades das nove redes analisadas foi dedicado exclusivamente à programação religiosa” (2015:71).

Ao adotar no final da década de 1980 o conceito de igreja eletrônica, Hugo Assmann destacava o uso dos meios de comunicação eletrônicos, sobretudo a TV, por lideranças religiosas personalizadas e autônomas em relação às denominações cristãs convencionais que chegavam a ter o status de “astros do evangelho” (Assmann, 1986:16). No Brasil, como argumenta Preuss, as chamadas “igrejas eletrônicas” teriam colaborado para o surgimento do neopentecostalismo visto que “os veículos de comunicação como a televisão e o rádio não são apenas ferramentas de evangelização, eles constituem a estrutura sobre a qual se erguem essas igrejas” (2015:68). O televangelismo seria, portanto, uma forma de garantir a manutenção e expansão das igrejas, exercendo um papel estruturante para essas novas denominações. Como se deu no rádio, na TV a pregação religiosa também irá conviver com a pregação política e a presença de líderes religiosos nessa mídia também influenciará (vale dizer, de modo recíproco) seu acesso à política institucional.



Autora de um estudo sobre televangelismo – centrado na análise do programa televisivo do pastor Silas Malafaia, da Assembleia de Deus Vitória em Cristo – Larissa Preuss afirma que as pregações políticas desse pastor visam, sobretudo, a eleição de representantes da “classe evangélica” no legislativo, que não por acaso é o braço do governo que decide pela cessão ou revogação das outorgas de radiodifusão (2015:153). Ainda que se posicione contra a candidatura de pastores a cargos políticos, Malafaia não abre mão de influenciar esse campo<sup>24</sup> – no que, é preciso dizer, tem algum sucesso. Preuss lembra que o estreante Alexandre Isquierdo foi o vereador mais bem votado do Rio de Janeiro em 2012 e credita ao apoio de Silas Malafaia essa performance. Da mesma forma, em 2014, Malafaia apoiou a candidatura de seu irmão Samuel Malafaia, ao cargo de deputado estadual, e a do candidato a deputado federal Sóstenes Cavalcanti – ambos eleitos. Ainda de acordo com Preuss, em seu programa Malafaia milita pela “causa evangélica”, pelo direito dos religiosos à participação no poder público e sua influência adviria “*não apenas de sua posição como líder religioso, mas da aura da qual é revestido pela imagem televisiva*” (2015:112). Ou seja, a televisão ungiu o carisma desse profeta. Daí o grande interesse dos líderes evangélicos em ter um lugar na TV.

Como revela a pesquisa de Leonildo Silveira Campos, de fato, Silas Malafaia não é o único a eleger a televisão como lugar privilegiado de atuação. Romildo Ribeiro Soares, por exemplo, começou a se apresentar na televisão ainda quando co-fundador da IURD, em 1977, na TV Tupi do Rio de Janeiro. Após ter se desligado da IURD e se estabelecido sozinho, voltou para a TV apenas em 1982. Notório pela ocupação pioneira do horário nobre da televisão, hoje R. R. Soares tem sua própria Rede de TV, a Rede Internacional de Televisão (RIT) (Campos, 2008:18). O deputado federal e dirigente da Comunidade Sara Nossa Terra, Bispo Robson Rodovalho também está à frente da Rede Gênesis de TV, que iniciou seu trabalho em 1997. A Igreja Renascer, dos Bispos Estevam e Sônia Hernandez, controla, por sua vez, o Canal 53 (Net Canal, em São Paulo). O Apóstolo Valdemiro Santiago, fundador da Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD) também tem destacada presença na televisão, em 2008 protagonizava 22 horas semanais na programação da TV 21 e comandava programas na Rede TV e na Rede Boas Novas (da Assembleia de Deus) (Campos, 2008:23).

Além da literatura, do rádio e da televisão, Nina Rosas chama atenção para uma forma recente de ocupação religiosa da esfera pública através do mercado, notadamente pelo sucesso na indústria fonográfica. Conforme essa autora, com movimentações

financeiras da ordem dos três bilhões de reais por ano, a indústria gospel comercializou, em 2002, 8 milhões de discos de músicas e mensagens cristãs, representando 14% do faturamento da indústria fonográfica brasileira (2013:176). A disputa por mercado travada pelas gravadoras evangélicas, argumenta Rosas, demonstraria como a concorrência religiosa por fiéis se transformou em concorrência mercadológica por clientes – envolvendo atores externos ao campo evangélico, como na parceria entre o projeto Diante do Trono e a Som Livre (parte do conglomerado de comunicação das Organizações Globo). Essa relevante presença no mercado de bens culturais nacionais tem demonstrado que o sucesso dos líderes evangélicos nos meios tradicionais de comunicação se reedita nos empreendimentos da indústria fonográfica. Assim como os livros, jornais, os rádios e programas de TV, os produtos culturais da indústria gospel passam a ser encarados como recursos do campo evangélico – portanto, passíveis de serem mobilizados nas disputas e, eventualmente, monopolizados por alguns. A trajetória da líder do Ministério Diante do Trono, Ana Paula Valadão, mostra como um fenômeno da indústria gospel foi capaz de suplantar a sua própria igreja, alcançando grandes audiências – na sua maioria não pertencentes à Igreja Batista da Lagoinha – e tendo uma influência no campo evangélico inegavelmente maior do que a da sua denominação de origem.

O horizonte deste artigo não permite acompanharmos essas trajetórias individuais, tampouco aprofundarmos o estudo do campo evangélico em análise. Mas é possível, ainda que de modo esquemático, delinear o perfil desses líderes que transitam dos espaços eclesiásticos e midiáticos à política institucional e demonstram grande capacidade de influenciar a vida pública. São religiosos que atuam em empreendimentos de mídia e/ou produção fonográfica voltados a um público evangélico compreendido de modo abrangente, ou seja, relegando a segundo plano diferenças denominacionais. A presença na mídia tem sido recorrentemente acompanhada da presença na política institucional (especialmente nas casas legislativas), onde tais líderes representam os interesses corporativos de suas instituições – sobretudo, aqueles que se referem a sua presença no campo midiático – e advogam por uma participação cidadã evangélica, por ora, marcada pelos temas do conservadorismo moral. Legitimada por seu carisma religioso, a liderança evangélica – ainda que circule por campos afins – não abdica do apoio de suas denominações eclesiásticas e de sua base de fiéis para reforçar ou legitimar sua presença nos campos da política e da comunicação.

## Considerações finais

Como relatado neste artigo, hoje a elite evangélica brasileira controla verdadeiros impérios de comunicação e sabe usar de modo hábil seu poder nesse campo para influenciar decisões em outras áreas como a própria política institucional. Há, como se procurou demonstrar, um mecanismo de retroalimentação entre as dimensões do mercado – com destaque aos empreendimentos midiáticos – e da política que reforça o poder desses líderes religiosos. O carisma e a capacidade de comunicação, a habilidade para gerenciar “empreendimentos religiosos” e a disposição para participar da atividade política são características desse grupo dirigente que se vê instado a rotinizar tais predicados entre aqueles que seguirão com seus projetos. Iniciativas voltadas a formação de quadros, como as chamadas “escolas de líderes”, são um fenômeno que alcança grande parte do universo evangélico e propaga a referida figura do líder como empreendedor religioso, capaz de administrar a igreja, desenvolver um plano de comunicação, expansão e atuação pública de seu ministério.

Inicialmente baseada no carisma de suas principais lideranças, a atuação dessa elite evangélica tem revelado um esforço de recrutamento e treinamento de quadros e uma preocupação em estruturar os mecanismos de reprodução institucional das suas igrejas. A ideia de burocratização do carisma, presente na análise weberiana, remete à necessidade das instituições religiosas – interessadas em manter e expandir sua influência – empreenderem uma racionalização da sua organização. Conforme Weber, na religião, o carisma precisa ser rotinizado e as associações e comunidades religiosas quando bem desenvolvidas “*pertencem a um tipo de autoridade corporativa*” (1982:206) nas quais as regras passam a dominar de alguma forma. Trata-se da passagem de uma forma de dominação carismática para uma dominação mais afim à racionalidade moderna. No momento em que se consolidam como importantes atores da vida pública nacional<sup>25</sup>, os líderes religiosos – objeto do presente estudo – enfrentam o desafio de criar institucionalmente condições de transmissão dos capitais e recursos acumulados nas últimas décadas para a geração seguinte. Tais iniciativas destacam a preocupação das igrejas em burocratizar a transmissão da liderança no seu interior e surgem como oportunidade especial para a pesquisa no que diz respeito à observação da ação das organizações eclesiais para a expansão e consolidação de sua estrutura e influência.

## Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Ronaldo de. Negócios, poder e fé: a Universal contra a Mundial. In: *Religião no espaço público*. São Paulo: Terceiro Nome, p. 95-109, 2012.
- BELLOTTI, Karina Kosicki. *Mídia, Religião e História Cultural*. Revista de Estudos da Religião, n. 4, p. 96-115, 2004.
- BIRMAN, Patrícia. *O Espírito Santo, a mídia e o território dos crentes*. Ciências Sociais e Religião, v. 8, p. 41-62, 2006.
- BOURDIEU, Pierre. *Gênese e estrutura do campo religioso*. In: A economia das trocas simbólicas. Pgs.27-78, 1974.
- \_\_\_\_\_. *A dissolução do Religioso*. In: Coisas Ditas. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- \_\_\_\_\_. *A ilusão biográfica. Usos e abusos da história oral*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1996.
- \_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. São Paulo: Editora UNESP, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Sobre o estado*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Editora Vozes, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de Acertos e Desacertos*. Revista de Estudos da Religião setembro, 2008
- COENEN-HUTHER, Jacques. *Sociologia das Elites*. Instituto Piaget, 2013.
- CUNHA, Magali do Nascimento. *Vinho novo em odres velhos. Um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil*. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Chaves teórico-interpretativas do processo de aproximação das Organizações Globo com o segmento evangélico no Brasil: audiência, mercado, política e poder*. Comunicação & Inovação, v. 16, n. 31, p. 59-75, 2015.
- \_\_\_\_\_. *Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais*. Rev Famecos (Online). Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2016.
- DANTAS, Bruna Suruagy do Amaral. *Religião e política: ideologia e ação da Bancada Evangélica na Câmara Federal*. Tese PUC-SP, Psicologia Social. São Paulo, 2011.
- FAJARDO, Alexander. *A atuação dos evangélicos no rádio brasileiro: origem e expansão*. Dissertação Universidade Metodista de São Paulo, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Manoel de Melo e Pioneirismo na Utilização dos Meios de Comunicação de Massa para Propagação do Pentecostalismo*. In. OLIVEIRA, David. Mesquiati de (org). *Pentecostalismo em diálogo*. São Paulo: Fonte Editorial, 2014.
- FIGUEIREDO FILHO, Waldemar. *Coronelismo eletrônico evangélico*. Rio de Janeiro. Publit Soluções Editoriais, 2010.

FONSECA, Alexandre Brasil. *Evangélicos e mídia no Brasil*. Editora Universitária São Francisco, 2003.

FRESTON, Paul. *Protestantismo e política no Brasil: da Constituinte ao Impeachment*. Tese Unicamp, 1993.

GERARDI, Dirceu André. *Parlamentares evangélicos no Brasil: perfil de candidatos e eleitos a deputado federal (1998-2014)*. Newsletter Observatório de elites políticas e sociais do Brasil. v. 3, n.14, 2016.

GIUMBELLI, Emerson. *O fim da religião: dilemas da liberdade religiosa no Brasil e na França*. São Paulo: Attar Editorial, 2002.

LEWGOY, Bernardo. *O livro religioso no Brasil recente: uma reflexão sobre as estratégias editoriais de espíritas e evangélicos*. Ciências sociales y religión. Porto Alegre, RS. Vol. 6, n. 6 (oct. 2004), p. 51-69, 2004.

MACHADO, Maria das Dores Campos. *Religião e Política no Brasil Contemporâneo: uma análise dos pentecostais e carismáticos católicos*. Relig. soc. [online]. Vol.35, n.2, pp.45-72, 2015.

\_\_\_\_\_. *Religião e Sociedade*. Rio de Janeiro, 32(2): 2956, 2012.

MACHADO, Maria das Dores Campos; BURITY, Joanildo. *A Ascensão Política dos Pentecostais no Brasil na Avaliação de Líderes Religiosos*. Dados - Revista de Ciências Sociais, vol. 57, núm. 3, Rio de Janeiro, 2014.

MACHADO, Maria das Dores Campos & MARIZ, Cecília L. *Mudanças recentes no campo religioso brasileiro*. Antropolítica, 5. Pg. 21-44, 1999.

MAFRA, Clara. *Os evangélicos*. Zahar, 2001.

MARIANO, Ricardo. *Os neopentecostais e a teologia da prosperidade*. Novos Estudos, v. 44, n. 44, p. 24-44, 1996.

\_\_\_\_\_. *Neopentecostais. Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo, Edições Loyola. 1999.

\_\_\_\_\_. *Análise sociológica do crescimento pentecostal no Brasil*. São Paulo: Tese de Doutorado em Sociologia, USP, 2001.

\_\_\_\_\_. *Efeitos da secularização do Estado, do pluralismo e do mercado religiosos sobre as igrejas pentecostais*. Civitas - Revista de Ciências Sociais, v. 3, n. 1, 2003.

\_\_\_\_\_. *Laicidade à brasileira. Católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública*. Civitas - Revista de Ciências Sociais, vol. 11, núm. 2, 2011.

MARIANO, Ricardo; PIERUCCI, Antônio Flávio. *O envolvimento dos pentecostais na eleição de Collor*. Novos Estudos Cebrap, v. 34, p. 92-106, 1992.

MARIZ, Cecília. *O que precisamos saber sobre o Censo para poder falar sobre seus resultados? Um desafio para novos projetos de pesquisa*. Debates do NER, Porto Alegre, ano 14, n. 24, p. 39-58, jul./dez, 2013.

ORO, Ari Pedro. *Avanço pentecostal e reação católica*. Petrópolis, Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_. *A Política da Igreja Universal e seus Reflexos nos campos religioso e político brasileiros*. Revista Brasileira de Ciências Sociais - Vol. 18 Nº. 53. Out. 2003.

\_\_\_\_\_. *Religião, coesão social e sistema político na América Latina*. Nova agenda de Coesão Social para a América Latina: Instituto Fernando Henrique Cardoso, 2008.

PIERUCCI, Antônio Flávio e PRANDI, Reginaldo. *Religiões e voto: a eleição presidencial de 1994*. Opinião Pública 3.1. p.32-63, 1995.

PREUSS, Larissa Pothin. *As telerreligiões no teleespaço público: o programa Vitória em Cristo e a estratégia de mesclar evangelização e pregação política*. Dissertação de mestrado. Universidade de São Paulo, 2015.

ROSAS, Nina. “*Religião, mídia e produção fonográfica: o Diante do Trono e as disputas com a Igreja Universal*”. In. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, 33(1): 167-194, 2013.

SANT'ANA, Raquel. *O som da marcha: evangélicos e espaço público na marcha para Jesus*. *Religião e Sociedade*, v. 34, n. 2, 2014.

\_\_\_\_\_. *A nação cujo Deus é o Senhor: a imaginação de uma coletividade evangélica a partir da Marcha para Jesus*. Rio de Janeiro, 2017. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

SOUZA, André Ricardo de. *O empreendedorismo neopentecostal no Brasil*. *Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião*, Porto Alegre, ano 13, n. 15, p. 13-34, Jul./Dic. 2011.

SOUZA, Julio Cesar Pereira de. *Voto: uma oferta de fé. O poder simbólico dos líderes religiosos e o comportamento eleitoral dos membros da igreja evangélica*. São Carlos: UFSCar, 2011.

STOLOW, Jeremy. *Religião e Mídia: notas sobre pesquisas e direções futuras para um estudo interdisciplinar*. *Religião e Sociedade*, v. 34, n. 2, 2014.

VITAL da Cunha, Christina; LOPES, Paulo Victor Leite; LUI, Janayna. *Religião e Política: medos sociais, extremismo religioso e as eleições 2014*. Fundação Heinrich Böll: Instituto de Estudos da Religião: Rio de Janeiro, 2017.

WEBER, Max. *A psicologia social das religiões mundiais*. In. *Ensaio de Sociologia*. Org. GERTH, H. e MILLS, C.W., 1982.

---

## NOTAS

<sup>1</sup> Ainda que seja preciso considerar a advertência de Cecília Mariz (2013) que chama atenção para a imprecisão da categoria “evangélicos sem declaração de denominação” no Censo de 2010 – no qual essa categoria chega a 21,8% do total de evangélicos. Segundo a autora, ainda que mais precisa do que a utilizada no Censo de 2000, essa categoria não é excludente e, portanto, pode causar problemas aos analistas. Conforme Mariz, do modo que foram feitos tais recenseamentos os dados não permitem ao pesquisador sustentar a hipótese de crescimento desse tipo de “evangélico genérico”.

<sup>2</sup> Teria sido o crescimento vigoroso, na década de 1980, da chamada terceira onda do neopentecostalismo (Freston, 1993) – com sua visão de mundo específica, capaz de articular religião, mídia, mercado e Estado – que iria marcar a atuação evangélica durante a Nova República. A revisão bibliográfica demonstra que, nas décadas finais do século XX, as igrejas neopentecostais conseguiram influenciar decisivamente a atuação das demais igrejas evangélicas – marcando uma inflexão de sua atuação conjunta não só na política institucional, mas também nas demais áreas da vida pública nacional. Conforme Ricardo Mariano, *“a terceira onda, que desígnio de neopentecostal, vertente que mais cresceu na última década, começa na segunda metade dos anos 70, cresce e se fortalece no decorrer dos anos 80 e 90. Universal do Reino de Deus (1977, Rio de Janeiro), Internacional da Graça de Deus (1980, Rio de Janeiro), Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (1976, Goiás) e Renascer em Cristo (1986, São Paulo), fundadas por pregadores brasileiros, constituem as principais igrejas neopentecostais. Todas apresentam poucos traços de seita, forte tendência de acomodação ao mundo, participam da política partidária e utilizam intensamente a mídia eletrônica (1996:26).*

<sup>3</sup> Conforme Coenen-Huther, “não é incongruente qualificar de elites especializadas do campo em questão aqueles que nele ascendem às posições dominantes” (2013:30). Para esse autor, em Bourdieu, a noção de elite é efeito de um complexo conjunto de ações internas a um campo específico que faz com que determinados agentes se situem na posição de dominadores neste espaço social.

<sup>4</sup> A expressão é de Leonildo Campos e busca demarcar a mudança de paradigma das denominações evangélicas perante a participação política. In. CAMPOS, L. S. Os políticos de Cristo – uma análise do comportamento político de protestantes históricos e pentecostais no Brasil, 2006.

<sup>5</sup> Sobre a participação de religiosos na política institucional a partir da Nova República, ver: Freston (1993); Pierucci e Prandi (1995); Mariano e Pierucci (1992); Machado e Mariz (1999); Oro (2003) entre outros.

<sup>6</sup> Sobre o tema ver a síntese de Ricardo Mariano da teoria sociológica acerca da expansão pentecostal no Brasil (2001). Também Ari Pedro Oro sobre o avanço pentecostal e a reação católica (1996). Sobre as controvérsias provocadas pelo crescimento do pentecostalismo no país, ver Emerson Giumbelli (2002).

<sup>7</sup> Um exemplo é o ministro da Fazenda, Henrique Meirelles, presidenciável pelo MDB que tem se esforçado para estreitar os laços com a comunidade evangélica. Segundo matéria do jornal O Globo: *“Ele foi a Juiz de Fora, Minas Gerais, conceder uma palestra sobre a agenda econômica na Convenção da Assembleia de Deus. Esse foi o quarto compromisso de Meirelles com evangélicos desde o início de junho. De lá para cá, o ministro já participou da Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil, do aniversário de 106 anos da Assembleia de Deus no Pará e até do aniversário de 85 anos do bispo primaz mundial das Assembleias de Deus, Manoel Ferreira”*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/de-olho-em-2018-meirelles-faz-mais-uma-aproximacao-com-evangelicos-21743271>. Malu Gaspar, em reportagem da Revista Piauí que traça o perfil de Meirelles, recolhe o seguinte depoimento do ministro: *“Não posso ficar falando só com banqueiros” [...] “Eles [os líderes evangélicos] têm valores parecidos com os que defendo – cuidar das finanças, não gastar mais do que se ganha...”*. In: Malu Gaspar. “Um liberal à brasileira”. Revista Piauí, ed. 134, pgs. 20-30, nov. 2017.

<sup>8</sup> Em entrevista à agência de notícias Reuters, o presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Gilmar Mendes disse que o Tribunal estuda uma cláusula para bloquear o uso do poder econômico e a influência das igrejas nas eleições. Segundo o ministro: *“Depois da proibição das doações empresariais pelo Supremo*

---

*Tribunal Federal (STF), hoje quem tem dinheiro? As igrejas. Além do poder de persuasão. O cidadão reúne 100 mil pessoas num lugar e diz 'meu candidato é esse'. Estamos discutindo para caçar isso".*

<sup>9</sup> *"A maior participação vem em 1986, no fim do regime militar, com a Assembleia Constituinte. A Assembleia de Deus é o motor disso inicialmente, e se organiza desde a cúpula para ter um candidato oficial em cada estado, um deputado. Eles se organizam e tentam apresentar esse candidato nas igrejas, falar pras pessoas votarem nele. É o que dá origem à bancada evangélica, é a primeira vez que se fala nisso. E a grande novidade é que a maioria é pentecostal".* Freston em entrevista à Andrea Dip, da Agência Pública de Jornalismo. Disponível em: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2016/01/a-historia-do-surgimento-e-da-ascensao-da-bancada-evangelica-na-politica.html>

<sup>10</sup> Segundo Machado e Burity, "a participação na esfera da política se tornou fundamental para esse grupo religioso que, embora em expansão, é minoritário e se sente discriminado na sociedade civil e no sistema político brasileiro" Para os líderes pentecostais, a participação na política se dá como forma de sobrevivência a uma ordem social "em que as relações entre o Estado e os grupos religiosos sempre foram muito assimétricas e onde a agenda política dos movimentos feministas e pela diversidade sexual vem se impondo e orientando as políticas públicas no campo da educação, da saúde e das relações familiares" (2014:602).

<sup>11</sup> A maioria dos deputados que compõem a Frente Parlamentar Evangélica pertence às igrejas pentecostais, com destaque para a Assembleia de Deus, Igreja Universal do Reino de Deus, Sara Nossa Terra e Igreja Quadrangular. No entanto, igrejas históricas, notadamente a Batista e a Presbiteriana, também participam dessa frente parlamentar. Sua atuação legislativa envolve projetos de lei e de emenda constitucional polêmicos como o Estatuto da Família (PL 6.583/13) e a proposta de redução da maioria penal (PEC 171/1993), entre outros. Sobre a composição e atuação da Frente Parlamentar Evangélica consultar a tese de DANTAS, Bruna Suruagy (2011), especialmente o quinto capítulo. Além do site da Câmara: <http://www.camara.leg.br/internet/deputado/frenteDetalhe.asp?id=53658>

<sup>12</sup> Conforme Gerardi (2016), sua base de análise foi elaborada a partir das informações que os candidatos forneceram ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Foram selecionados candidatos e os eleitos para deputado federal entre as eleições de 1998 e 2014 com nomes associados a posição exercida em igrejas evangélicas como os pastores(as) e bispos(as), presbíteros, reverendos, apóstolos(as), missionários e irmãos(ãs).

<sup>13</sup> Gerardi adota a seguinte categorização do TSE: "*Alta Escolaridade*" (*curso superior*); "*Média Escolaridade*" (*curso superior incompleto; curso médio completo ou incompleto e fundamental completo*); e "*Baixa Escolaridade*" (*fundamental incompleto*). (2016:8).

<sup>14</sup> A recente pesquisa de Vital, Lopes e Lui (2017) sobre as candidaturas a cargos majoritários do Pastor Everaldo (PSC), de Marcelo Crivella (PRB) e de Anthony Garotinho (PR) em 2014 revela uma mudança de foco das lideranças religiosas. Se antes esses atores estavam preocupados em conquistar cadeiras nos legislativos nacional, estaduais e municipais, hoje a estratégia de se lançar, por exemplo, à presidência da República inauguraria uma nova fase da sua atuação política (2017:72). Com exceção de Crivella, a incursão no executivo ainda não é uma realidade para essa liderança que, no entanto, no legislativo consegue garantir seu espaço e representar sua base eleitoral.

<sup>15</sup> Conforme Patrícia Birman (2006), o pentecostalismo cria na esfera pública novas formas de intervenção midiáticas que alteram não somente o lugar dos pentecostais na política, bem como do religioso no espaço público.

<sup>16</sup> *"O analista, portanto, não deveria se deter às comparações dentro do universo religioso – o que o manteria imerso na bibliografia sobre religião –, mas sim deveria recolocar estes atores em diálogo com grupos econômicos, políticos e midiáticos para os quais a separação entre religioso, econômico e político não existe senão como recurso analítico"* (Almeida, 2012:109).



---

<sup>17</sup> Fajardo, apresenta ainda o caso da “Escola Bíblica no Ar”, iniciativa do pastor batista David Gomes que ao alcançar o número de 9.500 alunos por todo o Brasil realizou um levantamento que revelou a pluralidade denominacional de seus ouvintes, apesar da predominância batista entre eles (64:2011).

<sup>18</sup> Manoel de Mello foi pioneiro não apenas na conversão da popularidade que o rádio lhe proporcionara na fundação de uma igreja, mas também na capacidade de influenciar no campo da política institucional. Nas décadas de 1960 e 1970, portanto antes do movimento que muitas igrejas evangélicas farão nos anos 80 em direção à política partidária, Manoel de Mello usou sua influência e atuou (com sucesso) como cabo eleitoral de dois pastores da sua igreja que viriam a ser reeleitos para postos no legislativo (Fajardo, 131:2011).

<sup>19</sup> “Há uma igreja pentecostal ainda hoje resistente a qualquer tipo de comunicação que não seja do tipo pessoa-a-pessoa: a Congregação Cristã no Brasil. Essa igreja, a segunda denominação pentecostal brasileira, jamais publicou livros, revistas, jornais ou divulgou suas práticas e princípios religiosos em espaço público fora de seus templos e muito menos na mídia” (Campos, 2008:12).

<sup>20</sup> “A concessão de rádios era negociada a partir das redes construídas com a burocracia estatal e empresarial do governo ditatorial, o que significou que os setores da igreja atrelados à ditadura tiveram uma entrada privilegiada nesse ramo e, portanto, cumpriram papel importante na construção de concepções compartilhadas e repertórios dos evangélicos. Muitos deles, como veremos, utilizaram essa base como plataforma de desenvolvimento de carreiras parlamentares (como é o caso de Arolde de Oliveira e Francisco Silva) e seguem sendo figuras centrais nessa construção que ganhou contornos mais claros de disputa (embora sempre o tenha sido) a partir da década de 1990”. (Sant’Ana, 2017:62)

<sup>21</sup> Figueiredo (2010:65), catalogou no início dos anos 2000, 181 emissoras que retransmitiam o sinal da Rádio Melodia em 20 estados do país.

<sup>22</sup> São as igrejas neopentecostais as que se destacam como proprietárias de canais de televisão e também as que mais compram horários nos canais de TV aberta. Segundo Preuss, a IURD é a igreja com a maior exposição na TV (com o aluguel de 84 horas semanais em 5 diferentes canais), seguida pela Igreja Internacional da Graça de Deus (com 37 horas semanais em dois canais), e pela Assembleia de Deus Vitória em Cristo (com 2 horas semanais) (2015:74).

<sup>23</sup> Segundo Magali Cunha, a “IURD ganhou posição consolidada como o segundo maior império de mídia no Brasil, seguida de outras igrejas e de empresários evangélicos de comunicação, alguns ligados a processos político-partidários” (2015:61). Além das Organizações Globo, a Universal Produções inclui rede de rádio, redes de TV, impressos religiosos e não religiosos, gravadora, portais na internet. Além dessas propriedades de mídia, a IURD também compra quantidade significativa de espaço para os seus programas religiosos nas TVs Gazeta, Rede TV!, CNT e Rede 21 (Grupo Bandeirantes).

<sup>24</sup> Partindo de um corpus de análise de 26 edições do programa “Vitória em Cristo”, Preuss detecta a presença de orientações políticas em 12 deles. (2015:28). Por sua vez, Malafaia justifica sua articulação política: “ele diz não querer que os evangélicos sejam “alijados” do processo político, que sejam “enganados” pelos profissionais da política, que continuem sendo ingênuos, “tolos”, “trouxas”, escolhendo não se envolver com o fazer político pelo fato de serem religiosos” (2015:119).

<sup>25</sup> Em artigo na Folha de São Paulo, Robson Rodovalho (bispo e presidente da Igreja Sara Nossa Terra) comenta a mudança na condição política do segmento evangélico evidenciada na candidatura do Pastor Everaldo a presidência da República em 2014. Segundo Rodovalho, líderes evangélicos teriam passado da condição de pedintes à de negociadores. “A candidatura do pastor Everaldo revela clara mudança de posição do segmento evangélico como “player” do jogo político. Suas lideranças ganham mais força e respeito para colocar os pleitos dos fiéis no programa de ação dos candidatos que decidirem apoiar. Não é mais pedir. É negociar, compromissar”. Fonte: Folha da São Paulo. Data da matéria: 26 de Junho de 2014. Apud. VITAL da Cunha, Christina; LOPES, Paulo Victor Leite; LUI, Janayna. Religião e Política: medos sociais, extremismo religioso e as eleições 2014. Fundação Heinrich Böll: Instituto de Estudos da Religião: Rio de Janeiro, 2017. Pg. 144.