

O USO DA MÍDIA TELEVISIVA POR GRUPOS E INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS NO BRASIL: UMA ANÁLISE DA ATUAÇÃO DA IURD NA REDE RECORD

The use of television media by religious groups and institutions in Brazil: an analysis of the performance of the IURD in the Record network

El uso de los medios televisivos por grupos e instituciones religiosas en Brasil: un análisis de la actuación de la IURD en la red Record

Jackson de Souza Félix^{1,2}

Vilso Junior Santi^{3, 4}

RESUMO

O crescimento desenfreado de novas mídias tem levado o indivíduo a acomodar-se aos novos modos de relacionamentos, quer seja interpessoal, quer seja espiritual, possibilitando

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Letras pela Universidade Federal de Roraima. Graduado em Comunicação Social com pela Universidade Federal de Roraima (UFRR). Graduado em Comunicação Social/Jornalismo na Universidade Federal de Roraima (UFRR). Atualmente, membro do grupo de pesquisa Observatório Cultural da Amazônia e Caribe - Ama[z]oom e atua como web repórter no portal de notícias G1 Roraima. E-mail: jackson_s.felix@hotmail.com.

² Trabalho apresentado no GT Mídia Digital, integrante do III Encontro Regional Norte de História da Mídia, 2014.

³ Graduado em Comunicação Social/ Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas; Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria e Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Foi coordenador do Curso de Comunicação Social/Jornalismo e, atualmente, é Diretor do Centro de Comunicação, Letras e Artes Visuais da Universidade Federal de Roraima. E-mail: vjrsanti@gmail.com.

⁴ Endereço de contato dos autores (por correio): Universidade Federal de Roraima, Reitoria, Centro de Comunicação, Letras e Artes - CCLA. Avenida Capitão Ene Garcez, 2413 - Bloco I - Sala 100, Aeroporto, CEP: 69304000 - Boa Vista, RR - Brasil.

a manutenção de um relacionamento mais próximo diante de sua divindade, como é o caso de várias emissoras cristãs surgidas ao longo dos últimos anos no Brasil. A mais famosa delas é a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), criada há 36 anos e que ao longo desse tempo tem utilizados os meios de comunicação como forma de conquistar cada vez mais fiéis para sua igreja, pregando a *Teologia da Prosperidade*. Este artigo busca analisar o programa *Fala que eu te escuto* veiculado na *Rede Record*, apontando os atos persuasivos e estratégias político-econômicos utilizadas pelos pastores eletrônicos e membros da Igreja, expondo como a IURD utiliza os meios de comunicação para o acúmulo de capital, além de entender a instituição religiosa iurdiana como uma grande empresa.

PALAVRAS-CHAVES: Televisão; IURD; Rede Record; Programa *Fala que eu te escuto*.

ABSTRACT

The unbridled growth of new media has led the individual to adapt to the new modes of relationships, be it interpersonal or spiritual, enabling the maintenance of a closer relationship with his divinity, as is the case with several Christian broadcasters over the last few years in Brazil. The most famous of these is the Universal Church of the Kingdom of God (IURD), which was created 36 years ago and has used the media as a means of winning more and more believers to its church, preaching Prosperity Theology. This article seeks to analyze the Speech program that I listen to in the Record Network, pointing out the persuasive acts and political-economic strategies used by the Church's electronic pastors and members, exposing how the IURD uses the media to accumulate capital, in addition to of understanding the religious institution as a great company.

KEYWORDS: Television; IURD; Network Record; Program Speak as I listen to you.

RESUMEN

El crecimiento desenfrenado de nuevos medios ha llevado al individuo a acomodarse a los nuevos modos de relaciones, ya sea interpersonal, ya sea espiritual, posibilitando el mantenimiento de una relación más cercana frente a su divinidad, como es el caso de varias emisoras cristianas surgidas a lo largo de los últimos años en Brasil. La más famosa de ellas es la Iglesia Universal del Reino de Dios (IURD), creada hace 36 años y que a lo largo de ese tiempo han utilizado los medios de comunicación como forma de conquistar cada vez más



fieles a su iglesia, predicando la Teología de la Prosperidad. Este artículo busca analizar el programa Habla que yo te escucho en la Red Record, apuntando los actos persuasivos y estrategias político-económicos utilizados por los pastores electrónicos y miembros de la Iglesia, exponiendo cómo la IURD utiliza los medios de comunicación para la acumulación de capital, además de entender la institución religiosa iurdiana como una gran empresa.

PALABRAS CLAVES: Televisión; IURD; Red Record; Programa Habla que te escucho.

Recebido em: 26.03.2018. Aceito em: 20.04.2018.. Publicado em: 23.04.2018.

Introdução

Desde que compreendemos o real sentido de globalização, o mundo tem vivido um amplo processo de informação e inovação tecnológica. O surgimento da prensa de Gutenberg, que provocou a Revolução da Imprensa com a publicação do primeiro livro impresso, a Bíblia, possibilitou e ajudou a enfraquecer o monopólio religioso controlado pela Igreja Católica. O fracionamento do monopólio religioso foi o "boom", ou seja, o pontapé inicial para que as denominações pagãs e as demais denominações ganhassem força.

Graças ao Protestantismo de Lutero e à tradução da bíblia para outros idiomas nasceu a denominação que hoje conhecemos como "evangelismo". Uma das principais características do evangelismo do século XX é a apropriação dos meios de comunicação, primeiramente no rádio, com concessões gratuitas cedidas pelo governo, e posteriormente na televisão por meio de cultos eletrônicos, sobretudo na sociedade norte-americana.

Não muito diferente do televangelismo norte-americano, no Brasil foi inserida a programação religiosa nas rádios e emissoras de TV, tendo em vista que muitos dos protestantes que se instalaram no Brasil vieram de outros países como missionários e já tinham conhecimento acerca dos cultos eletrônicos e a da difusão do evangelismo pelos meios de comunicação.

A Igreja Universal do Reino de Deus, da qual falaremos mais à frente, em seus primeiros anos de fundação já possuía o seu próprio programa na rádio intitulado "Despertar da Fé", pela Rádio *Metropolitana* do Rio de Janeiro com duração de 15 minutos e conquistando posteriormente programas veiculados na extinta *TV Tupi*. Isso fez com que a *IURD* acompanhasse toda a informação e evolução tecnológica de várias áreas.

O fato é que a *Rede Record* não é totalmente voltada para a programação religiosa. Durante todo o dia são transmitidos apenas dois programas dessa modalidade. Um deles em horário bem

incomum, durante a madrugada, que acontece todos os dias da semana.

Os programas, em geral, são jornalísticos e de entretenimento. Já está mais do que provado que o caráter comercial/empresarial de Edir Macedo, dono da *Rede Record*, transcende o espiritual, mostrando que a religião se tornou um subproduto da busca pelo dinheiro. Cabe explorar, no espaço deste artigo, quais os instrumentos e estratégias são utilizados para o alcance deste fim, sobretudo através de leitura bibliográfica relativa à expansão do conglomerado midiático iurdiano, e sua interpretação à luz de conceitos presentes na Comunicação Social.

1. O Neopentecostalismo como base ideológica

Para maior entendimento da temática deste artigo, é necessário que se tenha conhecimento acerca do neopentecostalismo, que na sua forma mais branda corresponde a terceira vertente do pentecostalismo.

Como lembra Mariano (1996), o pentecostalismo de origem norte-americana chegou ao Brasil por volta do início do século XX e rapidamente ganhou espaço no território nacional, fazendo com que surgissem cada vez mais igrejas. A heterogeneidade do pentecostalismo possibilitou a complexidade dessa denominação fazendo com ela fosse dividida em três linhas diferentes, para que fosse mais bem compreendida historicamente e melhor estudada.

A primeira linha tomada é chamada de *pentecostalismo clássico*, que compreende o período entre 1910 e 1950, com a chegada da denominação ao país e a fundação da Congregação Cristã no Brasil (SP) e da Assembleia de Deus (PA). Ela é caracterizada como pura, pregando o anticatolicismo, dando ênfase ao dom de línguas, além do sectarismo radical e o ascetismo de rejeição do mundo. Seguindo essas características ideológicas, a Congregação Cristã no Brasil se mantém firme a elas. Por outro lado, a Assembleia de Deus mantém um posicionamento mais flexível às ideologias, adequando-se

às mudanças que ocorrem no movimento pentecostal (MARIANO, 1996, p. 25).

A segunda linha pode ser chamada de *pentecostalismo neoclássico*, *Deuteropentecostalismo*, *Pentecostalismo Pós-Clássico* ou, simplesmente, *Segunda Onda do Pentecostalismo*, que teve início da década de 50 com a chegada dos missionários Harold Williams e Jesus Hermirio Vasquez Ramos a São Paulo. Lá eles criaram a Cruzada Nacional de Evangelização baseados na crença de cura divina, difundindo (evangelizando) seus ideais através do rádio, o que possibilitou o crescimento do pentecostalismo por todo território brasileiro. Além de tudo, fundaram a Igreja do Evangelho Quadrangular (MARIANO, 1996, p. 25).

A terceira e última vertente surgida é o *neopentecostalismo*, na metade da década 70, fortalecida nas décadas seguintes. Foi nesse contexto que surgiu a Igreja Universal do Reino do Deus (1977) fundada essencialmente por um pregador brasileiro e que representa hoje uma das principais igrejas neopentecostais. Além disso, constituem uma posição menos

dogmatizada do mundo, são filiados a partidos políticos e fazem forte uso da mídia eletrônica. Ela se caracteriza principalmente por pregar e difundir a *Teologia da Prosperidade*, defendendo que o cristão está destinado a ser próspero em todos os aspectos terrenos de sua vida, seja na saúde, nos bens materiais, nos empreendimentos etc. dando ênfase o adágio franciscano "é dando que se recebe":

A Teologia da Prosperidade consta entre as principais mudanças doutrinárias e axiológicas ocorridas no chamado neopentecostalismo, vertente pentecostal encabeçada pela controversa Igreja Universal do Reino de Deus. Defendendo que os cristãos, enquanto sócios de Deus ou financiadores da obra divina, estão destinados a ser prósperos, saudáveis, felizes e vitoriosos em todos os seus empreendimentos, esta teologia, oriunda dos EUA, derruba por terra o velho ascetismo pentecostal, prejudica a imagem pública deste grupo religioso e concorre para pôr em xeque a tese que vê afinidades entre o pentecostalismo e o "espírito do capitalismo". (MARIANO, 1996, p.24)

Ao mesmo tempo essa vertente enfatiza a guerra espiritual contra o Diabo,

luta espiritual que se refere à necessidade do fiel neopentecostal resistir a outras religiões, sobretudo as de matriz africana (MARIANO, 1996, p. 26).

2. A criação e ascensão do império de Macedo

A sigla IURD pode ser um pouco desconhecida pela massa, mas ao se referir à Igreja Universal do Reino de Deus fica fácil discernir o seu significado, já que é o maior e principal grupo neopentecostal do Brasil, contando com mais de cinco mil templos, aproximadamente 1,8 milhões de fiéis e quase 10 mil pastores segundo dados do IBGE 2010.

A história da IURD teve início em nove de julho de 1977, quando o então pastor Edir Macedo abriu as portas do que seria a quinta maior instituição religiosa do Brasil, realizando pequenas reuniões. Edir contou com a ajuda de seu cunhado Romildo Ribeiro Soares que conheceu durante o final da década de 60 na Igreja Pentecostal de Nova Vida. Juntos

decidiram abandonar a Nova Vida e criar a própria igreja, primeiramente denominada "A Cruzada do Caminho Eterno" e posteriormente chamada de "Casa da Bênção".

De acordo com Macedo, essa denominação seria para atrair as pessoas que não eram de nenhuma igreja de cunho protestante. Romildo possuía um modo de pensar diferente ao de Macedo e três anos depois, já na década de 80, Edir e Romildo decidiram seguir caminhos diferentes em virtude dos conflitos de princípios. Enquanto Macedo almejava a expansão da Igreja nos Estados Unidos, Soares visava à expansão em território nacional, ao mesmo tempo contratando pastores de outras denominações.

Essa atitude tomada por Soares foi totalmente repudiada por Macedo, pois seu intuito era criar uma denominação sem se misturar com as igrejas pentecostais tradicionais. Como meio de resolução para esse impasse, ambos realizaram uma assembleia excepcional composta por 15 pastores, na qual Edir saiu vencedor com 12 votos a favor e 3

contra. A partir disso, Soares resolveu desligar-se da igreja e fundar a sua própria, a Igreja Internacional da Graça de Deus.

A partir daí a IURD cresceu de forma extraordinária. Logo nos primeiros oito anos de sua fundação, a instituição contava com 195 templos em 14 estados brasileiros e no Distrito Federal e dois anos depois ela teria 356 templos em 18 unidades federativas. Em 1989, ano da negociação da compra da *Rede Record*, a igreja passou a ter 571 templos.

No início, a igreja se concentrou nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador, mais tarde se expandindo para as demais capitais brasileiras e ocupando todo o território brasileiro na década de 90, aumentando o número de 269 mil para 2,1 milhões de fiéis no Brasil. Não contente com a expansão pelo território nacional, a instituição alcançou o número de 80 nações em 2002, conquistando pessoas entre as camadas mais abastardas e menos escolarizadas da população. Atualmente a IURD conta com mais de

cinco mil templos em todo o país, nos mais diversos lugares, seja em galpões, presídios, cidades ribeirinhas e até mesmo aeroportos.

Segundo dados do censo brasileiro de 2010 realizado pelo IBGE, a denominação IURD possui cerca de 1,8 milhões de adeptos, embora vários pastores contestem o censo, dizendo que os dados são levantados de forma deficiente e incompleta, não realizando entrevistas nos locais em que realmente se encontra a massa de fiéis da Igreja Universal, como em favelas e na periferia.

3. A midiatização iurdiana e suas relações de poder

Como característica própria do neopentecostalismo, o uso da mídia eletrônica pela IURD é um instrumento essencial na relação empresarial desta instituição. Pare ter-se ideia, a IURD possui uma grande rede de comunicação que conta com editoras, gravadoras, rádios, jornais, revistas, sites e emissoras e

TV.⁵ O império empresarial de Edir Macedo⁶ através do rádio e da televisão constitui o mais poderoso meio empregado pela Igreja Universal, pois atrai rapidamente um grande número ouvintes e telespectadores de diferentes localidades geográficas. Segundo Mariano (1999, p. 75) “a mídia faz com que as barreiras geográficas, sociais e ideológicas sejam rompidas e os ‘produtos’ iurdianos sejam colocados para um público necessitado, que lhe paga pelo preço pedido, porque se trata de alcançar a felicidade, o bem-estar físico e o espiritual”.

Durante os anos 80, período de redemocratização brasileira, a IURD cresceu de forma ininterrupta através da compra de rádios e televisões, a introdução de alguns líderes na política partidária, a abertura de templos em outros países, mas esse crescimento

⁵ Cezar Lazzari Junior, Julio (Jeniro de 2012). *A relação da comunicação integrada com o crescimento da igreja universal do reino de deus*. Disponível em: <http://www.webcitation.org/6AeuGdzrB>

⁶ *Quem é o dono da Rede Record*. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em: 10 out. 2013. Arquivado do [original](#).

culminou com a compra da até então decadente *Rede Record de Rádio e Televisão*, em 1989 (FERRARI, 2007, p.177).

Atualmente a Rede Record é a segunda maior rede de TV do Brasil em audiência e faturamento. Logo depois de ter se consolidado no campo religioso à estruturação econômico-empresarial, a IURD sentiu a necessidade de usar o recurso lucrativo midiático e a sua representação no âmbito político passou a ser entendida como estratégia, ao mesmo tempo em que buscou estabelecer relações em vários campos que lhe garantiam a sustentação do poder enquanto instituição religiosa. Por isso os meios de comunicação eram mais do que necessários, não somente para difundir a teologia da prosperidade, mas também para velar algo que ferisse a imagem da instituição ou de seus representantes.

Na mídia impressa a IURD conta com a *Folha Universal*, o jornal *Correio do Povo*, de Porto Alegre, o jornal *Hoje em dia*, de Minas Gerais, o *Visão de Fé*, voltado para os auxiliares do bispo, o jornal *Força Jovem*, voltado para o público

adolescente, a *Folinha IURD*, para o público infantil. Além de periódicos há revistas, como é o caso da *Plenitude*, que é a revista oficial da igreja, responsável pelo marketing e divulgação das atividades da instituição além de abordar temas variados, sendo usada na evangelização dos indivíduos, quer seja nas ruas, em hospitais e presídios. Há também as revistas *Obreiro de Fé* e *Mão Amiga* e *Educador*. Além de periódicos e revistas a IURD possui a sua própria editora, a Unipro.

Segundo Faccio (2006) em seu artigo, *O Império Midiático da Igreja Universal do Reino de Deus: reflexão e análises das estratégias de comunicação da IURD*. a a instituição possui uma rede nacional de rádios conhecida como *Rede Aleluia* cobrindo cerca de 75% de todo o Brasil consolidando-a como um fenômeno de comunicação de massa. Além do rádio, a o império iurdiano conta com a TV Univesal transmitida pela Internet. Possui também a *Line Records* gravadora, o portal *Arca Universal* na Internet, a *Uni Line* produtora de vídeos, o *Banco de*

Empreendimentos Metropolitanos, *Unimetro Empreendimentos*, *Cremo Empreendimentos*, *New tour* (agência de viagens), *Unitec* (construtora), *Unicorretora*, *Investholding Limited*, *Ediminas*, além de outras empresas fora do Brasil.

Funcionar com empresa lucrativa, este é o lema do bispo primaz para competir e ser bem-sucedido num mercado altamente concorrencial como é o atual mercado religioso brasileiro. Por isso a dedicação, profissionalismo e o aumento de produtividade (...arrecadação, ...congregações... dizimistas... trabalho dos pastores)... os 'improdutivos'... são sumariamente dispensados. (MARIANO, 1999, p.64).

Apoiado em uma ótima assessoria jurídica e financeira, o bispo Edir Macedo soube beneficiar as igrejas e entidades filantrópicas. Embora a IURD não tenha burlado o legislação de forma suficientemente desvelada, pois várias denúncias e acusações foram feitas contra a instituição, entre elas sonegação de impostos, evasão de divisas e usurpação de legislação brasileira em relação às instituições religiosas, existe toda uma proteção jurídica do seu lado empresarial

através da fachada eclesial (FERRARI, 2007, p. 178):

Para isso, amparava-se na Constituição brasileira, que concede a imunidade tributária às igrejas por exercerem atividades sem fins lucrativos, tais como assistência religiosa social. No caso da Universal, a Receita avaliou que devia cobrar Imposto de Renda, uma vez que boa parte do dinheiro por ela arrecadado era desviada de suas finalidades essenciais, sem pagar impostos, para remunerar seus dirigentes, comprar emissoras de rádios e TV, empresas, casas, apartamentos, carro (MARIANO, 1999, p. 88).

4. Polêmica interna velada: o discurso por trás do “Fala que eu te escuto”

Logo depois que a Rede Record foi comprada pelo bispo Edir Macedo, foi criado o programa “Fala que eu te escuto” em meados da década de 90. Depois de ter estudado as estratégias televisivas durante o período em que passou nos Estados Unidos. Sendo um dos programas mais promissores da IURD e que está no ar até hoje. O programa é exibido diariamente à 1h 15 da madrugada pela mesma emissora. Sua finalidade é

promover o debate público de assuntos variados, expondo temas que estimulam a opinião pública.

Inicialmente, o programa expunha temas essencialmente religiosos, mas mudou com o tempo de acordo com as demandas sociais. Anteriormente, o discurso utilizado pelo programa assemelhava-se ao discurso utilizado nos templos iurdianos, hoje esse discurso está presente no carisma estratégico e na boa articulação dos apresentadores, que se afastam da interpretação ortodoxa dos temas tratados.

A escolha do tema é feita com bastante minúcia e extremamente orientada para que não se fuja da ideologia da igreja. Seria mais correto dizer que ele é manipulado, devendo obedecer às regras institucionais. Assim, a discussão que eles dizem oferecer na verdade não existe, pois, além disso, pouco se dá atenção ao que o telespectador fala por telefone ou *Skype*, o que é mascarado pela exacerbada simpatia dos apresentadores nos diálogos. (RODRIGUES; DANTAS, 2012, p. 6)

Na última década o programa foi reformulado, sofrendo algumas mudanças na sua estrutura, adequando sua programação para um público mais amplo. A modificação feita para se adequar às necessidades do novo público não impediu que ele continuasse seguindo o seu caráter religioso, pois a estratégia principal da IURD era de compor e direcionar um programa para a massa, o que financeiramente geraria mais lucros à emissora.

Muitos questionamentos são feitos acerca do horário que o programa é transmitido, mas ele pode ser respondido de acordo com a lógica de mercado. Por exemplo, faria sentido colocar um programa religioso de baixa audiência no horário nobre televisivo competindo com grandes telejornais ou telenovelas de audiências elevadíssimas? É óbvio que não, pois isso iria desfavorecer não apenas o programa como também a emissora com a queda dos lucros. Apesar de ser um programa de rede nacional, as lógicas de mercado não se aplicam a todas as regiões do Brasil, sendo esse outro fator

para o horário alternativo do programa. Como é o caso dos grandes centros urbanos, em que os indivíduos estendem seu horário de “descanso” e se afugentam nos programas de televisão ou internet.

Apoiado em um discurso psicológico e técnica persuasiva, a linguagem simbólica do programa é passada através de bispos e pastores com um forte poder de persuasão, o que leva a crer que estes foram especialmente treinados para agir de tal maneira, carismática, provocando certa empatia no telespectador e levando-o a buscar na igreja apoio para suprir suas carências humanas, dificuldades na vida financeira e pessoal. O sucesso do “Fala que eu te escuto” não reside apenas no fato do discurso persuasivo do apresentador, mas principalmente no número de telespectadores que não fazem parte do grupo de fiéis da IURD.

Analisando o programa por meio de roteiro do programa “Fala que eu te escuto”, dos 30 de abril de 2007 e primeiro de maio de 2007, pode-se perceber que estes estavam voltados para

atender àquelas pessoas em condições de vulnerabilidade social ou emocional acomodados à rotina. Dentre elas se podem destacar donas de casa, mulheres que sofreram alguma agressão e até mesmo adolescentes. Assim como pessoas endividadas, que estão passando por problemas financeiros. A figura masculina se faz presente eventualmente como forma de pomenorizar a figura feminina.

O discurso do Fala Que Eu Te Escuto não possui marcas de proselitismo, tampouco se trata da doutrina. O que interessa para eles é angariar públicos e mostrar a maleabilidade e modernidade da Igreja Universal, capaz de atender aos diversos públicos, independente de classe, religião, idade ou grau de escolaridade. O que o telespectador talvez não perceba é que por trás disso há uma grande organização que trabalha para fins mercadológicos e visa acima de tudo manter e aumentar sua audiência. Para tanto, esta sabe da importância de se moldar aos novos formatos da modernidade. (RODRIGUES, DANTAS, 2012, p. 2).

Desse modo, o programa nos prova que o processo de midiatização da sociedade, mais especificamente da

religião, tem ultrapassado e conquistado cada vez mais espaço nos meios de comunicação, fundamentando a criação de um novo campo social e assim estabelecendo novas maneiras de agir e viver a religiosidade. Permitindo-nos vivenciar e fazer a religião sob novas práticas, suportes e ambientes (AIRES; SOARES, 2011, p.2).

Analisando o minidocumentário produzido pela autora Sônia Lúcia Nunes Pinto em seu trabalho de conclusão de curso, que trata justamente da relação mídia-religião, podemos observar que o programa possui um discurso bem direcionado e amplo. As palavras proferidas pelo telepastor atingem profundamente o seu receptor. O uso do pronome de tratamento "você" aproxima cada vez mais o emissor do seu receptor. Dessa maneira o ele usa uma espécie de discurso incisivo, apontando os problemas do dia-a-dia de qualquer pessoa, quer seja com problema financeiro ou amoroso.

Em condições precárias e de vulnerabilidade emocional, o

telespectador sente como se aquele discurso estivesse sendo emitido diretamente para ele e com isso ele é atraído a frequentar a Igreja Universal.

Esse é justamente o objetivo dos cultos eletrônicos, atrair cada vez mais futuros dizimistas, pessoas que deem o dízimo para a remissão de seus pecados e que sejam retribuídos com bens materiais e prosperidade. Como exemplo, podemos citar um caso fictício em que seu "Joaquim" que está com todas as suas contas atrasadas, divorciado, doente e desempregado, basta que ele vá ao culto da IURD e faça a sua "contribuição" para que os seus problemas sejam resolvidos e a tribulação vá embora, ou seja, o templo de sermões a Deus é também o lugar que ostenta riquezas e se torna um comércio.

Logo, os meios de difusão ideológica e os métodos de dominação aliados ao bom orador resultam no sucesso que é hoje programa "Fala Que Eu Te Escuto" da Rede Record. O culto eletrônico é apenas uma extensão da igreja e um meio de legitimar seu poder

na mídia, mas quem realmente atua no processo de alienação são os templos iurdianos, que exploram os seus fiéis a "doarem" o dízimo à igreja, tendo como pretexto o adágio franciscano, quando na verdade se trata de um venda de indulgências velada.

Considerações Finais

Ao longo deste artigo pode-se perceber o quão forte é a relação entre mídia e religião e que a partir do contexto pós-moderno, os grupos e instituições religiosas transformaram a religião em comércio ativo aliado à lógica capitalista. O neopentecostalismo a partir da teologia da prosperidade, ajudou a compreender um pouco da ideologia utilizada pela IURD, que remete ao âmbito empresarial e enriquecimento próprio da igreja, utilizando seu poder midiático, político e financeiro para burlar as leis que comprometem a imagem da instituição.

Pensando muito além do conteúdo televisivo o império iurdiano têm investido cada vez nas mídias sociais

como Facebook, Twitter, Skype, e-mail e telefonemas. A convergência midiática e o conteúdo híbrido acabam aproximando ainda mais o telespectador do programa, fazendo com que ele não se atente ao discurso capitalista pregado pela instituição.

A maneira incisiva como a IURD age no processo de aquisição de fieis, age quase da mesma maneira como a teoria da *agulha hipodérmica*. Um processo verticalizado de dominação em que os indivíduos são apenas telespectadores passivos sem discernimento algum para filtrar o conteúdo que se assiste.

Mas no caso da IURD, a programação televisiva na rede aberta, que compreende não somente a Rede Record, mas também outras emissoras em horários totalmente atípicos acabam se direcionando a camadas específicas da sociedade, principalmente das grandes cidades. Trabalhadores de baixa renda, que trabalham durante todo o dia e chegam em casa somente pela madrugada. É mais ou menos esse tipo de

perfil que os programas iurdianos costumam atingir.

Logo, percebemos que toda a jogada de dominação exercida pela IURD está embasada em três pilares, o comunicacional, que envolve a mídias pela qual ela propaga sua ideologia e se firma enquanto instituição, além das teorias comunicacionais que nos ajuda a entender o método persuasivo utilizado por ela. O capitalista, que compreende não somente a *Teologia da prosperidade*, mas também os produtos meramente comerciais e sem nem um vínculo com a casa de Deus, e por fim o behaviorista, que envolve as pessoas condicionadas pelo ideal iurdiano, que assumem um comportamento diferente a partir do momento em que aderem à ideologia pregada pela IURD.

Referências

ANTONIO, L. S. **Há controvérsias? A religião na televisão uma análise etnográfica do programa fala que eu te escuto da igreja universal do reino de deus.** Disponível em: 18 ago. 2013.



ISSN nº 2526-8031

Vol. 2, n. 2, Mai-Ago. 2018

[.http://www.humanas.unifesp.br/ciencias_sociais/dissertacao-leonardo-siqueira-antonio](http://www.humanas.unifesp.br/ciencias_sociais/dissertacao-leonardo-siqueira-antonio). Acesso em: 18 ago. 2013.

FACCIO, Maria da Penha Rocha. **O Império Midiático da Igreja Universal do Reino de Deus: reflexões e análises das estratégias de comunicação da IURD.** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0611-1.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2013.

FERRARI, Odêmio Antonio. **Bispo S/A – A Igreja Universal do Reino de Deus.** São Paulo. Ed. Ave Maria, 2007.

FREUD, Sigmund. **O futuro de uma ilusão.** Ed. Imago. Rio de Janeiro, 1997.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversa sobre a iniciação à pesquisa científica.** Ed. Alínea. 2011.

MARIANO, Ricardo. **Os neopentecostais e a teologia da prosperidade.** 1996, disponível em: http://lw1346176676503d038.hospedagemdesites.ws/v1/files/uploads/contents/78/20080626_os_neopentecostais.pdf. Acesso em: 18 ago. 2013.

ORO, Ari Pedro. **Neopentecostalismo: dinheiro e magia.** Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/14957>. Acesso em: 18 ago.2013.

PINTO, Sônia Lúcia Nunes. **O poder da fé usando o poder da mídia para convencer os fiéis.** Boa Vista. 2007.

REY, Luís. **Planejar e redigir trabalhos científicos.** Ed. Edgard Blucher, 2000.

RODRIGUES, E.G.B; DANTAS, J.G.D. **Para além da religião: uma análise sobre a produção de conteúdo do programa Fala Que Eu Te Escuto.** Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/anaisdaeclesiocom/Trabalhos/18.Para%20a%C3%A9m%20da%20Religi%C3%A3o%20Emanuell%20e%20Jos%C3%A9.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2013.

WOLF, Mario. **Teorias da comunicação.** Lisboa. Ed. Presença, 2010.