

As Formas de Adaptabilidade do Neopentecostalismo Brasileiro à Mídia

Cézar de Alencar Arnaut de Toledo¹
William Robson Cazavechia²

DOI: <https://doi.org/10.4025/rbhranpuh.v13i39.54668>

Resumo: Este artigo analisa a construção histórica e as principais características do neopentecostalismo no Brasil, sobretudo enquanto forma de expressão religiosa veiculada pela mídia. Tem por objetivo averiguar como a religiosidade neopentecostal ampliou sua influência social, seu alcance midiático e vínculos políticos ao longo dos anos finais do século XX e início do século XXI. A pesquisa, de natureza bibliográfica, promoveu o levantamento da bibliografia a partir da sociologia e da história das religiões e teve como preocupação a verificação sobre como uma expressão não hegemônica do cristianismo e do conservadorismo brasileiro ocupou os horários na mídia hegemônica. Nesse sentido, parte da premissa metodológica de que sua visibilidade, no contexto político brasileiro nos últimos anos, foi construída historicamente por meio do fortalecimento precedente de sua participação empresarial no mercado midiático com a aquisição de concessões de emissoras de TV, tecnologias e canais de radiodifusão.

Palavras-chave: Religião. Neopentecostalismo. Mídia.

The Forms of Adaptability of Brazilian Neo-Pentecostalism to the Media

Abstract: This article analyzes the historical construction and the main characteristics of neo-Pentecostalism in Brazil, especially as a form of religious expression transmitted by the media. The objective is to investigate how neo-Pentecostal religiosity expanded its social influence, media reach and political ties throughout the last years of the 20th

¹Formado em Filosofia pela PUC/PR, de Curitiba (1978), com mestrado em Educação pela UNIMEP de Piracicaba (1987) e doutorado em Educação pela UNICAMP, de Campinas (1996). Departamento de Fundamentos da Educação e do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá, campus de Maringá. Líder do Grupo de Pesquisa sobre Política, Religião e Educação na Modernidade. Email: caatoledo@uem.br.

² Formado em Teologia pelo Centro Universitário de Maringá - CESUMAR (2006), em Filosofia pelo Centro Universitário Internacional - UNINTER (2019), com mestrado em Educação pela Universidade Estadual de Maringá – UEM (2017) e doutorando em Educação pelo Programa de

century and the beginning of the 21st century. The bibliographic research promoted the survey of the bibliography based on sociology and the history of religions and was concerned with verifying how a non-hegemonic expression of Christianity and Brazilian conservatism occupied the times in the hegemonic media. In this sense, it starts from the methodological premise that its visibility, in the Brazilian political context in recent years, has been built historically through the prior strengthening of its business participation in the media market with the acquisition of concessions from broadcasters, technologies and transmission channels in the network.

Key-words: Religion. Neo-Pentecostalism. Media.

Las Formas de Adaptabilidad del Neopentecostalismo Brasileño a los Medios

Resumen: Este artículo analiza la construcción histórica y las principales características del neopentecostalismo en Brasil, especialmente como una forma de expresión religiosa transmitida por los medios de comunicación. El objetivo es investigar cómo la religiosidad neopentecostal expandió su influencia social, alcance mediático y lazos políticos a lo largo de los últimos años del siglo XX y principios del siglo XXI. La investigación bibliográfica promovió el relevamiento de la bibliografía basada en la sociología y la historia de las religiones y se preocupó por verificar cómo una expresión no hegemónica del cristianismo y del conservadurismo brasileño ocupaba los tiempos en los medios hegemónicos. En este sentido, parte de la premisa metodológica de que su visibilidad, en el contexto político brasileño en los últimos años, se construyó históricamente a través del fortalecimiento previo de su participación empresarial en el mercado de medios con la adquisición de concesiones de emisoras de Televisión, tecnologías y canales de transmisión en red.

Palavras clave: Religião; Neopentecostalismo; Medios.

Recebido em 07/07/020 - Aprovado em 04/12/2020

Introdução

O objetivo deste artigo é analisar a construção histórica e as principais características do neopentecostalismo, no Brasil, enquanto forma de expressão religiosa midiática. Nosso propósito é verificar como uma expressão não hegemônica do Cristianismo e do conservadorismo brasileiros ocupou os muitos horários no *medium* hegemônico, a televisão. A pesquisa, de natureza bibliográfica, promoveu o levantamento

Pós-Graduação em Educação da UEM. Participante do Grupo de Pesquisa sobre Política, Religião e Educação na Modernidade. Email: cazavechia.william@hotmail.com.

da bibliografia a partir da sociologia e da história das religiões. Partiu da premissa metodológica de que a visibilidade neopentecostal, no contexto político brasileiro, foi construída historicamente por meio do fortalecimento precedente de sua participação empresarial no mercado midiático. A forma de adaptabilidade do neopentecostalismo à mídia está intimamente ligada às formas sociais básicas de exploração, típicas do capitalismo e é sustentada pelo componente central das dinâmicas das sociedades contemporâneas, o acesso ao consumo, como uma das formas principais da distinção social (GALLEGO, 2018). Como forma manifesta de distinção, o consumo se tornou critério de prosperidade. Quem prospera é porque acumula, consome e se realiza. Diante da esfera do sagrado, entretanto, quem clama, sofre e sente no corpo as contradições e as misérias da sociedade capitalista. Nesse momento, da expressão religiosa da miséria social, ocorre a financeirização do clamor por ajuda e a adaptação do fenômeno da religião, que transita entre os territórios do sagrado e dos *medias*.

A exposição argumentativa do texto está dividida em dois momentos. No primeiro item partimos das considerações de Freston (1999), Barreira (2005), Passos (2005) e Vasconcellos (2008) para elucidarmos as origens históricas do neopentecostalismo e sinalizarmos sua adaptabilidade à mídia a partir da categoria de reprodutibilidade técnica de Benjamin (2015). No segundo item, demonstramos como a adaptabilidade à mídia foi estratégica para o fortalecimento do vínculo do neopentecostalismo com a política brasileira. Nos valem aqui das elucidações de Campos (1997), Ramonet (2013), Moraes (2013), Williams (2016), Fiegenbaum (2017), Nascimento (2019) e de dados veiculados pelo *Media Ownership Monitor* (MOM) para elucidar a reprodutibilidade técnica da religião promovida pelas formas de adaptabilidade à mídia do neopentecostalismo.

O perfil religioso da população brasileira manteve, como aspecto principal, a hegemonia da filiação à religião católica apostólica romana. Essa característica foi herdada do processo histórico de colonização portuguesa da qual o Catolicismo recebeu o atributo de religião oficial até a primeira Constituição do Estado republicano em 1891. As demais religiões se constituíram, por muito tempo, em grupos muito menores. O catolicismo compreendia 99,7% da população, em 1887, e, em 1970, ainda mantinha a marca de 91,8%. Essa variação de 7,9 pontos percentuais, assistida nesse período, aumentou ao longo das últimas décadas com expressivo crescimento dos grupos chamados de evangélicos. No recenseamento de 1980, 89,0% da população total declarou sua filiação católica apostólica romana. Já em 1991, “foram registradas mudanças expressivas na composição religiosa da população brasileira, notadamente, o crescimento do segmento populacional que se declarou evangélico” (BRASIL, 2010).

Entre os anos de 1980 e 1991, aqueles que se declararam evangélicos passaram de 6,6% da população total para 9,0%. O destaque se deu para os evangélicos pentecostais, ou melhor, neopentecostais, com crescimento de 3,2% para 6,0%. O segmento católico, embora majoritário, declinou para 83,0% dos residentes e nos anos de 2000 essa redução se acentuou e chegou a 73,6%. No Censo de 2000, 15,4% da população se declarou evangélica e 7,4% sem religião. Os dados censitários demonstram tendência de crescimento da população que se declarou evangélica (BRASIL, 2010). Confirmou também o crescimento do número de evangélicos pentecostais, incluindo os neopentecostais, em todas as grandes regiões do país. A maior redução de adeptos do catolicismo foi registrada na região norte, enquanto no nordeste e no sul os percentuais de católicos se mantiveram estáveis (BRASIL, 2010).

Estes dados servem para indicar uma estimativa sobre a questão religiosa no Brasil. O catolicismo, religião historicamente hegemônica no país, detém a majoritária preferência da população brasileira. As populações evangélicas tiveram aumento expressivo apenas nas décadas finais do século XX e início do século XXI. Foram elas, especialmente o neopentecostalismo, que se adaptou às mídias a partir das próprias determinações dos meios. Essa expressão não hegemônica se adaptou ao meio de comunicação hegemônico, a televisão, e com isso ampliou significativamente sua presença na cultura e política brasileiras. Embora tenha iniciado suas atividades evangelizadoras ocupando espaços públicos das cidades, como praças, foi a partir de sua presença nos canais de televisão e outras tecnologias de radiodifusão, que o neopentecostalismo se fez visível nas cidades, ocupando antigas salas de cinema e galerias comerciais com seus cultos e edificando novos e vistosos templos. Espaços nos quais se confundem a ambiência da celebração dos cultos com as determinações técnicas e tecnológicas da reprodução dessa religiosidade na mídia.

2. As origens do Neopentecostalismo e sua inserção na sociedade brasileira

Desde os anos de 1990, o neopentecostalismo se tornou força política no Brasil. Isso se deu com investimentos dessas agremiações religiosas em favor das eleições de seus pastores e membros para os diversos cargos políticos no Estado. A expressão “bancada evangélica”, embora ignore as diferentes expressões protestantes com visão progressista e deixa de abarcar o setor mais conservador católico, expressa suficientemente bem a presença do neopentecostalismo no Congresso Nacional por conter o horizonte político almejado enquanto participantes dos grupos evangélicos mais fundamentalistas ou conservadores. Qualquer expressão protestante ou católica progressista compreende bem a importância do debate, diferentemente de grupos que se intitulam detentores da verdade revelada e líderes religiosos que promovem a distinção

entre fundamentalismo e fanatismo apenas com fins discursivos para se imunizarem. Isto para se fortalecerem diante da base popular com qual negociam tendo em vista o controle de emissoras de rádio e televisão que detêm no país (GALLEGO, 2018)³.

Fundamentalismo é uma designação com a qual grupos protestantes se identificaram, nos Estados Unidos, na virada do século XIX para o XX. Cunharam para si próprios os fundamentos de suas crenças. O conhecido processo dos macacos, chamado “Caso Scopes” (VASCONCELLOS, 2008), de 1925, exemplificou essa divisão radical que se aprofundava entre setores da sociedade americana imersas nas questões sobre as consequências das promessas da modernidade e do iminente fim escatológico. Alguns grupos protestantes se uniram em torno do que ficou conhecido como “evangelho social”, enquanto outros, considerando o social do evangelho como um desvio liberal ou comunista, detiveram-se na conservação dos fundamentos de sua fé, arrefecendo os padrões morais como resistência à modernização. Para os primeiros, a religião deveria se manifestar em ações humanitárias e em valores de fraternidade. As liturgias e os textos sagrados, chamadas Escrituras, e o monopólio da verdade deveriam ser reconsiderados como elementos presentes dessa vivência social da religião. A cisão em termos liberais e conservadores, exigiu, do segundo grupo, uma reação que resultou na formulação da afirmação da religião cristã a partir de “doutrinas infalíveis”. Tal formulação foi designada como os fundamentos da fé cristã protestante (VASCONCELLOS, 2008; APPLE, 2003).

Uma série de conferências foram realizadas em *Niagara Falls*, no ano de 1883. Congregou teólogos britânicos, estadunidenses e canadenses, que contestaram as interpretações da Bíblia formuladas a partir da crítica histórica ou, como ficou conhecida, da alta crítica⁴. Em 1886, foi fundado, em Chicago, o *Moody Bible Institute* com o mesmo

³ Exemplar foi o caso do vínculo PT e Igreja Universal do Reino de Deus que resultou no domínio completo da emissora de televisão Record por essa denominação religiosa. O apoio declarado a Lula foi recompensado com espaço no governo, ministérios, e incentivos para o crescimento da emissora. Uma vez ocupados esses espaços institucionais, a Igreja pôde se desfazer destes vínculos e devotar seu apoio à oposição, ao golpe midiático/legislativo, em 2017 (GALLEGO, 2018). Em 2018, Macedo, bispo e líder da Universal, não hesitou em declarar seu apoio a Bolsonaro. Essa proximidade com o poder é característica da Igreja Universal. Os vínculos com o bolsonarismo ofereceu a ela a oportunidade de se perceber como “parte integrante do poder político instituído no Brasil” (NASCIMENTO, 2019).

⁴ Conjunto de procedimentos interpretativos exegéticos cujo procedimentos de análise dos textos bíblicos se assentavam no desenvolvimento científico da filologia e dos desdobramentos filosóficos da hermenêutica moderna. Tais procedimentos produziram, na Alemanha, a versão crítica da Bíblia, a *Stuttgarternsia* (1967), resultado da análise científica dos manuscritos preservados e de recentes descobertas de sítios arqueológicos no Mediterrâneo. A alta crítica consiste no procedimento de crítica das fontes e das formas literárias, em uma perspectiva histórica da composição textual,

intuito conservador, reacionário e fundamentalista. Visava combater ensinamentos desviantes e defender o criacionismo bíblico. Contou com o apoio de instituições fundadas nos anos seguintes como o *Northwestern Bible School* (1902) e o *Bible College of Los Angeles* (1907) (VASCONCELLOS, 2008).

Do encontro em *Niagara Falls*, resultaram os documentos com os fundamentos do protestantismo conservador, intitulados *The Fundamentals*. O fundamentalismo protestante pôs nele suas definições e, por não prescindir desses princípios, passaram a negar qualquer tipo de contestação, negociação ou concessão sobre o que consideraram seus fundamentos de fé. Teólogos e grupos das mais diversas confissões protestantes os professam como princípios incontestáveis da infalibilidade das Escrituras, da divindade de Cristo e seu nascimento virginal, da remissão dos pecados da humanidade pela crucificação de Jesus (sacrifício expiatório), da sua ressurreição como um fato objetivo, e de seu retorno no fim dos tempos. A proclamação do retorno iminente de Cristo destacou o aspecto apocalíptico do conservadorismo protestante (VASCONCELLOS, 2008).

No ano de 1919, foi fundada a Associação Mundial Fundamentalista Cristã. Esse foi o resultado de um congresso realizado na Filadélfia. O propósito dessa associação foi o de refazer a Reforma do século XVI e reconquistar a sociedade estadunidense e o mundo moderno de então, afastado de suas matrizes cristãs protestantes originais. As investidas em defesa da fé e dos fundamentos doutrinários dessa fé produziram um clima de luta a partir do qual foi oportuna a designação fundamentalista para aquelas pessoas (pastores, presbíteros, professores conservadores norte-americanos) das várias denominações do protestantismo histórico ou não, que se organizavam para defender a fé cristã das invasões dos ideais teológicos liberais nos seminários e nas igrejas. Para tanto, deveriam realocar a Bíblia e sua inerrância na família, na escola, nas universidades. Entretanto, o “instrumento para alcançar tais objetivos, algo que com o tempo se tornaria umas das marcas do fundamentalismo nos Estados Unidos, foi o uso maciço dos modernos meios de comunicação de massa” (VASCONCELLOS, 2008, p. 33). Um projeto que implicou vários planos de ação: retomar a hegemonia no seio das diferentes Igrejas protestantes, ocupação de lugares influentes no mundo da mídia, organização de grupos de pressão política para obtenção de fundos estatais para o financiamento de escolas confessionais ou outras atividades religiosas (VASCONCELLOS, 2008).

considerando a sincronia e a diacronia no processo de composição dos conjuntos judaico e cristão de textos considerados sagrados. Estes procedimentos questionaram a autoria dos textos mosaicos e dos evangelhos cristãos. (KITTEL, *et al.*, 1967; SILVA, 2000; JEREMIAS, 2004).

Retomando o caso *Scopes*, a luta por influência no mundo político ficou evidente em um processo judicial deflagrado contra um professor, com base na lei que proibia o ensino da teoria darwinista sobre a evolução das espécies vivas. A partir desse dispositivo legal, grupos fundamentalistas demonstraram seus anseios de interferência na educação formal e na sociedade política. Tratou-se de fortalecer a identidade cristã da nação para garantir sua hegemonia no cenário internacional. “O ‘Caso Scopes’ evidencia que o fundamentalismo estadunidense, desde seus primórdios, além de se articular em função de conflitos intra-eclesiais com os grupos liberais, pretendia também interferir diretamente na cena social e política” (VASCONCELLOS, 2008, p. 34).

O projeto fundamentalista configurou uma verdadeira ortodoxia protestante antimodernista militante pela renovação espiritual dos indivíduos e pela regeneração moral da sociedade. Sobretudo, sabemos que o protestantismo é um fenômeno heterogêneo e suas características originais favoreceram o surgimento de uma heterogeneidade, a partir da qual podemos o identificar como protestantismos e que se diversificou ainda mais nos Estados Unidos. O pentecostalismo, nascido no seio protestante conservador e fundamentalista, acelerou esse quadro. Permaneceu no interior do protestantismo, entretanto, sua ênfase doutrinária e a prática religiosa recaiu sobre uma vivência subjetiva da fé e sobre Pentecostes⁵. Daí o nome do movimento, pentecostalismo. Seu surgimento foi precedido por um divisionismo entre as Igrejas Protestantes que, ainda claudicantes em seus fundamentos, dividiram-se por questões teológicas, ideológicas, sociais e étnicas. Foi a partir da teoria da evolução que se dividiram em Igrejas fundamentalistas e liberais. O pentecostalismo foi resolutivo quanto ao tema e a defesa do criacionismo bíblico como afirmação última sobre o surgimento dos homens, das espécies animais e do universo (BARRERA, 2005; VASCONCELLOS, 2008).

O surgimento do pentecostalismo, posteriormente denominado histórico, gerou renovação em relação aos protestantismos anteriores, especialmente no que diz respeito ao sistema de legitimidade do culto e de suas lideranças. A importância da pregação foi enfraquecida pela valorização da experiência pentecostal. No culto protestante a

⁵ Pentecostes diz respeito à tradição que encontra seu fundamento narrativo no texto canônico de Atos dos Apóstolos, capítulo 2. Tal narrativa conta a história do dia de Pentecostes, no qual os apóstolos e seus discípulos foram visitados pelo *Esprito Santo* e como evidência desse batismo foram capacitados com os dons espirituais de cura e libertação e a glossolalia. A imagem utilizada pela narrativa é a de que os participantes daquela reunião foram tocados por línguas de fogo. Por isso, a experiência de pentecostes tem na ideia de fogo santo ou purificador seu símbolo e que o fiel alcança a graça dos dons espirituais por meio de sua dedicação, de sua experiência subjetiva com o sagrado. Cf. Atos dos Apóstolos (BÍBLIA DE JERUSALÉM, 2003). (STEGEMANN, STEGEMANN, 2004; Passos, 2005).

capacidade do autocontrole emocional era valorizada, já a experiência pentecostal introduziu no culto elementos inibidores da racionalidade preservando os fundamentos racionalistas apenas em suas doutrinas. O protestantismo manteve no pastor a função de interpretar e explicar a Bíblia por meio da pregação. A carreira pastoral era então definida por meio de institutos e seminários que realizavam o preparo prévio do pastor. Ao pastor pentecostal, por sua vez, foi dada a administração da experiência pentecostal a partir da interpretação bíblica como dom espiritual no momento da celebração e seu carisma passou a ser critério de definição do lugar que passou a ocupar. A leitura da Bíblia se tornou mediada pela experiência emocional (BARRERA, 2005). Sobre essas bases, fundamentalistas e pentecostais históricos, desenvolveram-se as Igrejas neopentecostais adaptadas às formas ideológicas e de sociabilidade reprodutiva da sociedade capitalista mediante a inserção da experiência religiosa aos domínios do midiático, ou, se assim preferirmos, a inserção do midiático nos domínios do fundamentalismo religioso.

Os pentecostais históricos romperam com as expressões tradicionais do cristianismo. Seu surgimento recompõe e mistura os territórios confessionais e seus elementos antigos e novos, e, desse modo, os cristãos pentecostais passaram a constituir um campo próprio dentro do cristianismo (PASSOS, 2005). Considerados os fundamentos da fé, interpretações e práticas religiosas assentaram no que nomeiam de experiência com o Espírito Santo como seu fundamento distintivo. As marcas dessa experiência são a demonstração do domínio dos dons espirituais, destacadamente o “dom de cura” e a glossolalia. Atualmente, centrada na experiência emocional, na efervescência do canto, em uma leitura dos textos bíblicos como palavras atuais de Deus (*vai ommer elohim*. e disse deus) e na prática do exorcismo, o pentecostalismo histórico é um fenômeno religioso no início do século XX surgido nos Estados Unidos. Rapidamente rompeu suas fronteiras políticas e se espalhou pelo mundo como um modelo de cristianismo. Reivindicou para si a centralidade da pregação da fé, individual, da Reforma e se organizou de forma autônoma. No Brasil, tal movimento deu origem a uma construção genuinamente brasileira do neopentecostalismo. Estes são grupos religiosos que guardam distinções nítidas em relação às suas matrizes anteriores (PASSOS, 2005), mas que congregam os aspectos do fundamentalismo protestante e do pentecostalismo histórico, as novidades da necessária viabilidade midiática de sua espiritualidade, as promessas da prosperidade financeira e as celebrações de cultos televisivos de cura e a ideia de libertação espiritual e terapêutica.

A complexidade de representações e práticas religiosas abarcam grandes e pequenas matrizes e o recurso discursivo do retorno às origens justifica as cisões internas das tradições. Elas “atribuem a toda mudança feita nas suas tradições um sentido original. As renovações só podem ser feitas em nome das origens primeiras, não como algo novo,

mas como algo antigo, original” (PASSOS, 2005, p. 17). Aí está o aspecto conservador permanente. Porém, a distinção entre pentecostais históricos e neopentecostais está no fato de que os primeiros justificam sua fé com a fidelidade às origens, os segundos, na fé motivada pela prosperidade financeira e por seus atributos terapêuticos. Não precisam de justificativas teológicas doutrinárias e sistemáticas, mas de envolvimento, dedicação e predisposição pessoais de condescendência para com os fundamentos inquestionáveis das doutrinas da criação e da salvação em Cristo. Mas, a noção de origens, nesse caso, é superada pela pragmática da efetividade presente da ação de Deus garantida por seus líderes carismáticos. Assim,

A experiência religiosa pentecostal dá-se nessa dinâmica atemporal, em que as narrativas bíblicas tornam-se realidade assim como se encontrassem escritas no texto. Não há necessidade de mediações explicativas para os textos bíblicos, o que, aliás, dificulta e até impossibilita a experiência direta dos conteúdos narrados. [...] Os fatos do passado, narrados nos textos bíblicos, tornam-se, imediatamente, realidade vivenciada pelo fiel: experimentada e verificada por sua experiência pessoal e mesmo grupal. [...] o tempo das origens torna-se hoje (PASSOS, 2005, p. 33).

E, nos dois casos, para o pentecostalismo histórico e o neopentecostalismo, o texto bíblico é a própria palavra de Deus, por isso é fundamental que seja preservada em sua literalidade textual inerrante e fidedignidade interpretativa da Igreja. Sobretudo, no primeiro caso, recorre-se ao passado para alcançar a salvação no futuro, no segundo, a plenitude do presente é a definição da aproximação com os matizes doutrinários do passado. A literalidade textual inerrante, herdada do fundamentalismo protestante, nesse caso, recebe do líder seu sentido inerrante e tem na comunidade esse sentido salvaguardado pela experiência subjetiva de cada membro quando atinge a realização de sua fé.

O pentecostalismo histórico e o neopentecostalismo, no Brasil, sofreram processos de adaptação ao contexto religioso católico popular e tem sua expressão crescente na realidade das grandes cidades. O crescimento do pentecostalismo, quantitativa e qualitativamente, acompanhou o crescimento urbano. Tanto na sua fase mais lenta, primeira metade do século XX, como no período mais acelerado a partir dos anos 1950. Paul Freston se utilizou do termo ‘onda’ como um recurso para designar as fases dessa adaptação. A primeira delas, compreende o período entre a fundação das

Igrejas Congregação Cristã do Brasil, fundada em 1910, e Assembleia de Deus, em 1911, até a década de 1950; a segunda, marcada pelo surgimento de muitas denominações, como Evangelho Quadrangular (1927, nos EUA e 1951, no Brasil), O Brasil para Cristo (1956) e Deus é Amor (1962), compreende o período dos anos de 1950 à década de 1970; a terceira onda, compreende as décadas posteriores aos anos de 1970, nas quais a Igreja Internacional da Graça (1980), a Igreja Renascer em Cristo (1986), a Igreja Sara Nossa Terra (1992) e a Igreja Mundial do Poder de Deus (1998) foram constituídas. Destaca-se entre elas, a Igreja Universal do Reino de Deus, fundada em 1977, no Rio de Janeiro, representante máxima do neopentecostalismo (FRESTON, 1999; PASSOS, 2005).

Neopentecostalismo designa, então, a última onda de acomodação do pentecostalismo no Brasil fortemente influenciada por pregadores americanos que se utilizavam dos recursos de comunicação em massa (NASCIMENTO, 2019)⁶. É uma expressão religiosa totalmente imbricada no desenvolvimento do capitalismo no país e tem no primado estético aparentemente despojado a constituição de seus valores e estratégias culturais. Seu desenvolvimento é histórico e não apenas fruto do sectarismo para com suas matrizes e matizes. A experiência estética estrutura o mercado religioso neopentecostal e a experiência religiosa subjetiva, emocional é o *locus* de suas práticas discursivas e interpretativas.

As posturas estratégicas, aliadas à doutrina da prosperidade financeira das instituições neopentecostais, demonstraram que o neopentecostalismo é mais do que adaptação do paradigma original. Vinculados abertamente à política, ao exercício do poder e às mídias, têm feição tipicamente brasileira. Antes de ser adaptação de paradigma, o neopentecostalismo é religião adaptada à produção técnica da religião. Nela estão contidas as formas de adaptabilidade da religião à mídia, e, conseqüentemente, à reprodutibilidade técnica (BENJAMIN, 2015). Quer dizer, à produção ideológica reproduzida em massa, especialmente se valendo dos recursos técnicos das tecnologias de radiodifusão, na oferta de uma imagem distintiva em sua publicidade enquanto ‘povo de Deus’.

3. A mídia como estratégia de adaptabilidade do neopentecostalismo no Brasil

Dentre as muitas expressões ideológicas da omissão de realidade concreta do capital, a mística dos *media* exerceu uma das mais bem sucedidas manobras no processo

⁶ Segundo Nascimento, “os neopentecostais receberam a influência de pregadores norte-americanos que usavam veículos de comunicação em massa, como Oral Roberts, pioneiro do uso do rádio em 1947; Pat Robertson, fundador da rede de televisão cristã Christian Broadcasting Network (CBN); e outros televangelistas como Jim Bakker e Jimmy Swaggart” (NASCIMENTO, 2019).

de direcionamento cultural e da expansão da hegemonia norte-americana em meados do século XX (WILLIAMS, 2016). A onda neopentecostal adaptou-se às mídias e representou esse processo regionalmente nas formas pelas quais afirmou suas ilusões no interior dessa mística. A prosperidade financeira, a terapêutica, as curas e batalhas espirituais e a demonização das religiões afrobrasileiras foram produzidas como celebrações de cultos e ritos midiáticos, aliados à fundamentação de seus valores e de sua moralidade. Por meio da mídia o neopentecostalismo alcançou, no Brasil, o *status* de religião que passou do púlpito à política.

As origens desse estreitamento teológico está presente em uma das afirmações mais genéricas da religiosidade americana, *in God we trust*. Em meados do século XX, mais do que uma palavra motivacional e positiva, tal expressão gerou polêmica nos Estados Unidos da América do Norte. Virou questão de imprensa. O grifo, que definiu perfeitamente o sistema ideológico do mundo financeiro norteamericano, foi gravado no dinheiro. Na parte que circula na mão do povo; na moeda estava o grifo de seu ânimo. A diversidade democrática se unificou em torno dela. Encontramo-nos, desse modo, num território ideológico localizado entre as questões populares de imprensa e as questões do mercado de imprensa, entre as questões da fé popular e a maquinaria financeira do equivalente universal na forma mercadoria. No regime social mantido sob as determinações do capital são suportados vários sistemas de crenças e valores, desde que nenhum deles questione esse regime e as formas sociais por ele produzidas e reproduzidas. Por isso, um sistema de valores que se pretende dominante deve emergir dos vários espaços sociais da sociedade civil, isso inclui o das mídias e dos setores da Educação, quaisquer que sejam as frentes de sua atuação.

O desenvolvimento da radiodifusão, nos Estados Unidos, está relacionado com o desenvolvimento das comunicações militares e políticas. Trata-se de uma interação contínua entre os investimentos governamentais em desenvolvimento de novas técnicas eletrônicas de comunicação e de instalações da radiodifusão, com destaque para a televisão por satélite. Diante do quadro de fronteiras incertas, nas décadas de 1950 e 1960, entre instituições militares, políticas e empresariais de radiodifusão, a Agência de Informação Nacional preparou programas para uso em países estrangeiros. Muitos deles não são identificados como produtos dessa agência quando transmitidos por emissoras estrangeiras controladas por norteamericanos (WILLIAMS, 2016). Foi uma intervenção direta para além das fronteiras em meio a uma enorme quantidade de políticas de exportação das empresas de radiodifusão.

Em mais de noventa países, as três principais corporações têm filiais, emissoras e contratos de rede, são

particularmente fortes na América Latina, no Caribe, na África e no Oriente Médio. A partir dessa base, há pressão contínua, algumas delas já bem-sucedidas, para penetrar em sociedades com sistemas de radiodifusão desenvolvidos, nas quais várias formas de controle governamental local impediram uma expansão normal. Essa pressão inclui acordos com grupos locais, buscando a radiodifusão comercial e muitas vezes exigindo uma mudança da lei nacional (WILLIAMS, 2016, p. 51).

No domínio das empresas multinacionais, subsidiadas nos Estados Unidos, o caminho para a publicidade comercial internacional foi aberto. O caráter comercial da televisão se definiu nos níveis de produção de programas para lucro em mercado conhecido, para meios de publicidade e pela forma cultural e política moldada pelas normas da sociedade capitalista. Vende-se tantos bens de consumo, como um modo de vida neles baseados. As instituições comerciais de televisão espalhadas pelo mundo são o resultado dessa operação planejada nos Estados Unidos. Um “*ethos* que é ao mesmo tempo gerado localmente, por interesses capitalistas e autoridades internas, e organizado internacionalmente, como um projeto político, pelo poder capitalista dominante” (WILLIAMS, 2016, p. 52).

Esse processo é como um resultado evolutivo das tecnologias eletrônicas. O determinismo tecnológico definiu as condições para a reinvenção da espiritualidade para as novas sociedades. As novas condições humanas, criadas pela tecnologia, significou o surgimento de um novo cristão. A invenção eletrônica mudou as relações humanas e por isso o sentimento religioso assumiu o desejo de ‘acima de tudo se sentir bem’. O desejo pela juventude produz um rompimento com as antigas e velhas tradições. Tal sentimento assume formas de uma espiritualidade muito secularizada, devido à forte presença dos e nos *media*, mas, ainda sim, o meio se faz mensagem nos efeitos que produzem na pessoa, ou seja, em sua conversão (BABIN; McLUHAN, 1978).

No terreno do neoliberalismo estão disponíveis as condições necessárias para o pleno desenvolvimento dessas novas condições criadas pela tecnologia. Contém a pressuposição de que o mercado tem maior importância que as regulamentações do Estado e este último deve garantir seu espaço de atuação e disponibilizar os meios para isso. Os principais agentes desse mercado são os grupos financeiros. Nesse sentido é que os conglomerados midiáticos têm grande força nesse mercado. De maneira geral, são eles os responsáveis por difundir visões de mundo alienantes e mundos idealizados. Em sua

especificidade como mercado de informação, congrega essa função de difundir uma “maquete do mundo” (RAMONET, 2013, p. 62).

Os grupos midiáticos são ferramentas ideológicas da globalização, uma verdadeira concepção de mundo. Em momentos históricos anteriores, a Igreja cumpria esse papel e difundia um mundo do além. Com a colonização, ela atuou como aparelho ideológico responsável por substituir a língua do povo, suas crenças, cultura e expressões religiosas a partir das necessidades locais de cada colônia na qual atuou. Com o fortalecimento do mercado, a imprensa passou a atuar como força preponderante, como força ideológica da globalização. “No geral, a missão dos meios de comunicação é a de domesticar as sociedades – ou, em outras palavras, a de “levá-las pelo bom caminho” (RAMONET, 2013, p. 64). Essa distinta missão se apoia no fato de que o poder não é único, ele opera em termos econômicos, financeiros e midiáticos. Aí se apoia a ideologia de que o neoliberalismo venceu (RAMONET, 2013).

A imagem de uma árvore pode ser bastante elucidativa para situar as linhas predominantes do sistema midiático (MORAES, 2013). Enquanto tal, esse sistema abriga em seus galhos os setores de informação e entretenimento combinados, por tecnologias avançadas e invisíveis aos outros ramos. Um circuito comum de elaboração fica omitido pela irradiação de conteúdos, produtos e serviços comercializados. Essa árvore, afinal, pertence a um número bastante reduzido de corporações produtoras de dados, sons e imagens em busca de lucratividade em nível global. “Essas corporações se estabelecem graças à potência planetarizada de seus canais, plataformas e suportes de comunicação digitais, que interligam, em tempo real e com velocidade inaudita, povos, sociedades, economias e culturas” (MORAES, 2013, p. 19). Trata-se de um poder aparentemente desmaterializado, capaz de penetrar e invadir territórios livre de resistências físicas. Seus ramos se estendem para além da televisão, do rádio, imprensa ou cinema. Resumidamente, Moraes apresenta três características do sistema midiático. A saber:

- 1- evidencia a capacidade de fixar sentidos e ideologias, interferindo na formação da opinião pública e em linhas predominantes do imaginário social;
- 2- demonstra desembaraço na apropriação de diferentes léxicos para tentar colocar dentro de si todos os léxicos, a serviço de suas conveniências particulares. Palavras que pertenciam tradicionalmente ao léxico da esquerda foram ressignificadas no auge da hegemonia do neoliberalismo;
- 3- incute e celebra a vida para o mercado, a supremacia dos apelos consumistas, o individualismo e a competição. A

glorificação do mercado consiste em apresentá-lo como “único” capaz de traduzir anseios da sociedade, como se só ele pudesse se converter em instância de organização societária (MORAES, 2013, p.20).

Esse modelo está diretamente ligado à lógica de concentração e à expansão reprodutiva da cultura e do mercado tecnológico. Preponderantemente a digitalização ou, a virtualização, os símbolos fetichizados (mercadorias) e a internacionalização de negócios são seus eixos. Eles operam consensualmente em favor da ordem de consumo e da conservação de hegemonias constituídas. São megagrupos midiáticos que detêm a propriedade dos meios de produção, infraestrutura tecnológica e bases de logísticas dos processos de produção material e imaterial. Coordenam atividades correlatas e exercem atividades na circulação de informações, interpretações e crenças consideradas indispensáveis para a consolidação de consensos sociais (MORAES, 2013). Aqui, o neopentecostalismo se definiu a partir de sua materialidade enquanto aparelho privado de hegemonia. Enquanto instituição, pôs sua ideologia no mercado de ideologias e passou a disputar o exercício do poder com outras agências produtoras de consensos e de ideologias tecnicamente reprodutíveis.

Vejam alguns dados específicos sobre a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), fundada pelo autodenominado bispo Edir Macedo, hoje, proprietário da Rede Record de Televisão. O *marketing* da IURD se desenvolveu por meio de um discurso simples contra as práticas das religiões de matrizes africanas, mesclados de valores em torno do misticismo, da individualidade, prosperidade financeira, fragmentação social e a múltipla vinculação de grupos pela comunicação social. Sua estratégia é ofertar o melhor produto em relação aos concorrentes. A figura mitológica do diabo assume a importância discursiva maior em relação ao próprio templo, pastores, arquitetura e televisão. Bênção é sinal de prosperidade, críticas e discordâncias são obras diabólicas. A diferenciação é operada entre a noção dos “de dentro e dos “de fora”. A contribuição financeira é o sacrifício para vencer o diabo na matriz sincrética da religiosidade brasileira. Por meio dessa luta espiritual, a IURD encaminha, com o televangelismo, os espectadores para seus templos (FIEGENBAUM, 2017).

A esse apelo televisivo de evangelização seguem a divulgação de suas sugestões e opiniões morais que caracterizam sua identidade social e a forma de legitimação social e política. Uma posição proselitista, de defesa institucional, reforçada por uma atuação efetiva na política. Os serviços à comunidade e a manutenção de obras sociais corroboram sua reprodução.

A reprodução de seus princípios de forma palatável a um público heterogêneo, através da mídia, leva as igrejas a se constituírem numa nova Igreja, universal e virtual, cujos templos são próprios lares, os púlpitos, os dispositivos midiáticos com a televisão, o Facebook etc., e o sinal de pertença se expressa no consumo. [...] A midiáticação da religiosidade cria uma virtualização da comunidade de fé e dilui, assim, a força que a relação presencial propicia. O indivíduo passa a ser considerado segundo seu potencial de consumo de bens e produtos religiosos (FIEGENBAUM, 2017, p. 282-283).

A religião é privatizada e se caracteriza por uma espiritualidade de consciência individual, pela qual o indivíduo é levado a construir seus valores religiosos a partir do atendimento das necessidades de saúde, trabalho, dinheiro, realização, etc., individualmente. “A salvação não é um empreendimento de uma coletividade de fé, mas uma realização pessoal e individual” (FIEGENBAUM, 2017, p. 284). Para o indivíduo se deslocam o espaço do sagrado e o valor da espiritualidade, medida pela emoção e a pragmática midiática (FIEGENBAUM, 2017).

O movimento pentecostal encontrou grande parcela de seus membros entre a classe média presbiteriana, metodista, batista, que acabaram por despertar um decisivo engajamento político. Foi esse despertar que fortaleceu o advento das novas opções de misticismo e espiritualidade ofertadas pelo neopentecostalismo protestante. Afastadas da ação social, a característica dessa religiosidade consiste em valorizar a energia e a potencialidade do homem individual. A entrega da vida ao Espírito Santo, por ela requerida, tem vistas a uma reintegração do homem como centro da própria natureza da criação; a globalização do sentimento religioso de padrões universais, predominantes em relação aos particulares, representa uma vocação universal que omite as diferentes tradições sobre as quais se assenta; e, o desenvolvimento de técnicas para promover o êxtase e despertar o sentimento de busca interior da divindade, afinal, o transcendente está dentro das pessoas (CAMPOS, 1997).

Com a utilização das ferramentas de *marketing* em suas estratégias de evangelização e cultos, a IURD visa reconhecer as demandas de seu público. Oferece a satisfação de desejos de grupos com intensidade e produtos diferenciados. Uma vez cooptado, o indivíduo satisfeito propaga sua experiência. Televisada, ela contribui para a atração de outros que ainda não tiveram os benefícios da conversão. Esse quadro é estratégico e está presente na iniciativa da Igreja na aquisição de veículos de comunicação

de massa. Prática que se iniciou no sétimo ano de funcionamento da Igreja conjuntamente com a oferta dos bens religiosos. Essa aquisição midiática aumentou exponencialmente o alcance da propaganda da Igreja. Macedo e seus seguidores investem nesse alcance pelo rádio e televisão a fim de diferenciar seus serviços religiosos. O próprio investimento é propagandeado como demonstração de espiritualidade próspera (CAMPOS, 1997) e de um empresariado “sócios de Deus” (NASCIMENTO, 2019).

Por esse caminho, a IURD superou a liturgia protestante e trouxe para o centro do culto a teatralidade, a força expressiva e a carga lúdica para o serviço religioso. Apropriou-se de símbolos e representações estéticas, de atos cênicos, luzes e vestimentas das várias imagens bíblicas a fim de despertar, a partir dessa teatralidade, a sensibilidade emotiva nas celebrações rituais. Os templos são lugares preferíveis de cultos e são realocações, entre os neopentecostais como um todo, de prédios nos quais funcionavam cinemas e casas de espetáculo.

A teatralização e o predomínio da estética sobre a ênfase ética precisam ser vistos no contexto das dificuldades experimentadas pelo culto praticado no protestantismo histórico, que se afastou desde seu início, da religiosidade popular. Mais do que isso, o culto protestante assumiu uma postura elitista, pois se atrelou a uma cultura burguesa, individualista, capitalista, de supervalorização da racionalidade. Esse clima de decomposição cültica entre os cristãos tradicionais provocou entre muitas pessoas um aumento na demanda por rituais, experiências místicas e formas de culto diferenciadas. Dessa maneira, enquanto as liturgias protestantes perdiam a capacidade de estabelecer pontes entre palco e plateia, e de estimular o comportamento e emoções das pessoas, crescia o movimento pentecostal e o neopentecostal (CAMPOS, 1997, p. 90).

A entrada das igrejas eletrônicas na América Latina corresponde ao avanço do capitalismo no continente. Impulsionadas principalmente pelo desenvolvimento da indústria midiática, as Igrejas neopentecostais, redundante dizer midiáticas, passaram a desempenhar, no Brasil, forte influência no mercado de mídia e na política. Embora a democracia pressupunha a pluralidade e a diversidade de vozes em circulação, não é esse

o caso (MOM, 2017)⁷. Afinal, quem controla a mídia no Brasil? Apesar de seu imenso território, o meio de comunicação mais consumido no país é a televisão aberta. São quatro os grupos que detêm 70% da audiência. O Grupo Globo possui centrais em todos os veículos de mídia e é líder disparado de audiência, segundo o próprio grupo, 100 milhões de brasileiros são atingidos por sua programação. O domínio da Globo é incontestável. Entretanto, no que diz respeito à propriedade cruzada o Grupo Record é exemplar,

possui canais importantes na TV aberta (RecordTV e RecordNews), veículos na mídia impressa (jornal Correio do Povo) e na internet (portal R7), além de ser do mesmo controlador da Igreja Universal do Reino de Deus, que possui a Rede Aleluia de rádio e produz o jornal gratuito de maior tiragem no Brasil, a Folha Universal (MOM-Brasil, 2017).

A presença religiosa no sistema de mídia brasileiro é crescente desde os anos 1980. Lideranças religiosas cristãs são proprietárias de pelo menos nove veículos. Desde 1989 pertencem ao bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal, a RecordTV, RecordNews, o Portal R7 e o jornal Correio do Povo. Desde 1995 possuem também emissoras de rádio. Jornais de circulação gratuita também estão entre seus produtos. A propriedade de mídia por lideranças religiosas tem vínculos com a forte participação política. São líderes religiosos proprietários de veículos de radiodifusão com mandatos no legislativo. Em 2006, dos “32 deputados federais listados pelo Ministério Público, nove faziam parte da bancada evangélica, o que correspondia a quase 30% do total. Desses, quatro faziam parte também da bancada ruralista” (MOM-Brasil, 2017). Cinco veículos de propriedade de lideranças religiosas apontados pela pesquisa do MOM direcionam todo seu conteúdo para defenderem seus valores e sua religiosidade específica.

Edir Bezerra Macedo é chefe da Igreja Universal do Reino de Deus e do Grupo Record de Comunicação. Como outras lideranças evangélicas, alugava os horários de programação de emissoras de rádio e televisão. Em 1984 começou sua aquisição dos

⁷ Os dados e fontes sobre a propriedade e informações específicas sobre a mídia evangélica no Brasil, consultamos no site *Media Ownership Monitor – MOM* (<https://brazil.mom-rsf.org/br>). O MOM-Brasil é coordenado por André Pasti. Maiores informações e detalhes em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/sobre/equipe/>; <http://www.mom-rsf.org/en/>; Entrevistas: coletivo Brasil de comunicação social e Repórteres Sem Fronteiras: pela liberdade de informação. As

veículos radiodifusores com a Rádio Copacabana AM, em 1989 a TV Record e em 1992 fundou o jornal semana Folha Universal. Edir Macedo se diferencia nesse sentido, pois, seus veículos são também comerciais e tem programação concorrente com outros veículos comerciais de mídia. Entretanto, a classificação comercial do veículo não significa que a religiosidade não esteja presente.

Nos anos 2000, a IURD começou a investir em grandes templos, no Brasil e no exterior, e, em 2014, inaugurou o Templo de Salomão, em São Paulo, com a presença de políticos como a então presidenta da república Dilma Rousseff (PT) e o vice-presidente Michel Temer (PMDB), o governador de São Paulo, Geraldo Alkmin (PSDB) e o prefeito de São Paulo, Fernando Haddad (PT). O templo tem espaço para 10 mil pessoas sentadas e foi erguido em um espaço de 100 mil m², onde há também escolas bíblicas com capacidade para comportar cerca 1.300 crianças, estúdios de tevê e rádio, auditório, estacionamento e hospedagem para os pastores, a um custo de 680 milhões de reais (MOM-Brasil, 2017).

Os evangélicos já estavam presentes na constituinte de 1986, quando foram eleitos 18 candidatos. Essa bancada evangélica teve um papel decisivo e bastante importante na concessão de emissoras de rádio e televisão para suas lideranças e Igrejas⁸.

Das seis redes comerciais de TV aberta listadas, a única exceção é o SBT. Estudo realizado pela Ancine – Agência Nacional de Cinema, em 2016, mostra que a programação religiosa é o principal gênero transmitido pelas redes de TV

informações com as quais trabalhamos aqui são citadas como fonte do MOM-Brasil, pressupondo a participação e créditos para estas agências citadas e seus autores.

⁸ “O primeiro iurdiano a se eleger foi Roberto Lopes, deputado federal pelo PTB (Partido Trabalhista Brasileiro), em 1986. Segundo informações sistematizadas por Ronaldo Almeida e Fabrício Pereira da Silva (CPDOC: Arquivo Edir Macedo) e por Aires e Santos (2017), a participação da igreja no congresso foi crescente e os números de deputados federais eleitos foram: 3 em 1990; 4 em 1994; 13 em 1998; 16 em 2002. Neste ano, elegeram também um senador, Marcelo Crivella, sobrinho de Macedo, pelo Partido Liberal (PL - RJ). O principal articulador político da IURD nos anos 1990 foi o ex-bispo Carlos Alberto Rodrigues Pinto, deputado federal pelo PL” (MOM-Brasil, 2017).

aberta do país, ocupando 21% do total de programação. A campeã é a Rede TV!, que teve 43,41% do seu tempo destinado a programas religiosos naquele ano. Em seguida, vieram a RecordTV, com 21,75%, a Band, com 16,4%, a TV Brasil, com 1,66%, e a Globo, com 0,58% (MOM- Brasil, 2017).

Enquanto fenômeno recente na história do Brasil, o neopentecostalismo, tomado como ponto de partida da crítica, é a definição religiosa da espiritualidade conservadora de grupos que exercem domínio e poder político por meio da exploração da fé popular. Como fenômeno da mídia congrega uma capacidade mobilizadora em torno de seus valores. A espiritualidade neopentecostal expressa um conjunto de valores de grupos evangélicos que ultrapassam a denominação *neo* do pentecostal. Antes de tudo, neopentecostalismo é um fenômeno protestante, e como tal, um fenômeno de proporções políticas expressivas. Assenta-se no fundamentalismo religioso e prescreve suas particularidades como uma religião midiática, tecnicamente reproduzível.

O conceito de midiática é compreendido como um mercado discursivo, no caso aqui, explorado por evangélicos midiáticos para difundir seus valores e conduzir sua visibilidade pública. Promovem a integração entre instituições midiáticas, não midiáticas e agentes individuais. Embora pareça faltar a esses grupos a noção de comunidade, é a comunidade midiaticizada, na qual as relações mediadas por dispositivos midiáticos, e a compõe enquanto grupo comunitário dos bens ofertados pelo templo da Igreja. Definem-se como comunidade de consumidores intimamente ligados à mídia. Enquanto tais, os grupos evangélicos midiáticos se diferenciam das instituições midiáticas por não terem na mídia sua atividade fim. Elas contam com seus próprios dispositivos, e fazem deles os meios para a “consecução de seus objetivos sociais, para ofertar os seus valores à sociedade” (FIEGENBAUM, 2017, p. 277).

A religião neopentecostal foi a religião criada e adaptada à transformação superestrutural da sociedade capitalista brasileira. A reprodução técnica da cultura produz cultura para ser reproduzida (BENJAMIN, 2015). A midiática do corpo comunitário e a radiodifusão da experiência do sagrado são materiais dessa reprodução cultural e estão concentrados na expressão da religiosidade neopentecostal.

4. Conclusão

Ao analisarmos a construção histórica e as principais características do neopentecostalismo no Brasil evidenciamos como as suas formas de adaptabilidade à mídia constituíram as condições de sua expressão política. Tendo em vista o aumento da

população brasileira identificada com essa expressão midiática neopentecostal, torna-se relevante ainda, para maiores elucidações das questões sobre as relações entre política e religião no Brasil, um maior aprofundamento das discussões da própria natureza do neopentecostalismo com as prerrogativas hegemônicas do neoliberalismo. Embora a presente exposição tenha evidenciado a adaptação à mídia de uma parcela significativa da religiosidade popular brasileira, ainda nos resta responder questões relativas aos contornos conservadores que esta adaptação promove nos domínios públicos da cultura. Como também, se a onda neopentecostal, no início do século XXI, atingiu um patamar superior na estrutura do poder ao conciliar o acúmulo de suas riquezas às atividades políticas, o lastro de sua influência solicita investigações.

A televisão, os meios de comunicação sociais, aliados ao automóvel, constituem parte importante no sistema produtivo capitalista, e como tal, essa indústria constitui as condições materiais e técnicas suficientes para a produção e reprodução de vários extratos ideológicos. Incorpora o momento histórico no qual foram constituídas as condições materiais de uma modalidade de Igreja televisionada. Essencialmente, uma nova forma de relacionamento com o sagrado. É a continuidade de um desenvolvimento precedente, pela qual, alguns aspectos quanto às doutrinas e os valores se mantiveram em sua efetividade prática, desencadeada entusiasticamente, pela mídia. A evangelização de massa se lança como a estratégia política de grupos neoconservadores no direcionamento moral da sociedade. A espiritualidade *holiness* inglesa, encontra nos Estados Unidos a sua expressão *money* e no Brasil, sofre uma transformação em efetivo eleitoral. Uma operação pelo domínio da maquinaria jurídica e financeira do Estado.

Antes de qualquer conteúdo teológico, o neopentecostalismo brasileiro é a afirmação de uma ilusão. Sua permanência se deve ao aparato eletrônico e midiático presentes nas democracias contemporâneas como recursos tecnológicos de propriedade de grupos hegemônicos. A definição de códigos morais e da conduta neopentecostal subsiste a partir da legitimidade da violência privada e da terapêutica, resultado da ausência da política e do público como espaços de construção da vida em democracia. Durante suas performances, os pastores neopentecostais executam o trabalho amparados por uma grande quantidade de trabalhadores explorados. Sua retórica da emoção, com vistas aos movimentos que conduzem ao êxtase, subsiste nas operações do culto de uma ritualística do sagrado cuja estética é delineada pela midiaticização do corpo comunitário e da sua separação do próprio ambiente do qual faz parte, em benefício daqueles que exploram mundos e pessoas.

Referências

- APPLE, Michael W. *Educando à Direita: mercados, padrões, Deus e desigualdade*. São Paulo: Cortez; Instituto Paulo Freire, 2003.
- BABIN, Pierre; McLUHAN, Marshall. *Era Eletrônica, Um Novo Homem, Um Cristão Diferente*. Lisboa: Multinova, 1978.
- BARRERA, Paulo. Matrizes Protestantes do Pentecostalismo. In: PASSOS, João Décio. *Movimentos do Espírito: matrizes, afinidades e territórios pentecostais*. São Paulo: Paulinas, 2005. p. 79-113.
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. Organização e Apresentação Márcio Seligmann-Silva. Porto Alegre: L&PM, 2015. Edição do Kindle – 2602 posições.
- BÍBLIA DE JERUSALÉM. 2ª impressão. São Paulo: Paulus, 2003.
- BRASIL. IBGE. *Características Gerais da População, Religião e Pessoas com Deficiência*. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: Jan de 2020.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, Templo e Mercado*. 2ª Edição. Petrópolis: Vozes; São Paulo: UMEESP, 1997.
- FIEGENBAUM, Ricardo Zimmermann. São os Grupos Evangélicos Midiáticos Herdeiros da Reforma? In: RIBEIRO, Claudio de Oliveira; ROCHA, Alessandro Rodrigues (orgs.). *Ecumenismo e Reforma*. São Paulo: Paulinas, 2017. p. 275-289.
- FRESTON, Paul. “Neo-Pentecostalism” in Brazil: Problems of Definition and the Struggle for Hegemony. In: ARCHIVES de sciences sociales des religions, n°105, 1999. pp. 145-162. Disponível em : https://www.persee.fr/doc/assr_0335-5985_1999_num_105_1_1082. Acesso em: 15 abr. 2020.
- GALLEGO, Solano Esther (org.). *O Ódio Como Política: a reinvenção das direitas no Brasil. A frente conservadora no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2018. Edição do Kindle, 2184 posições.
- JEREMIAS, Joaquim. *Teologia do Novo Testamento*. 2ª edição. São Paulo: Editora Teológica, 2004.
- KITTEL, Rudolf; ALT, A.; EIBFELD, O.; KAHLE, P. (Ed.). *Bíblia Hebraica Stuttgartensia*. Stuttgart: Deutsche Bibelgesellschaft, 1967.
- MEDIA Owership Monitor (MOM). *A Hegemonia da Concentração Sem Limites*. 2017. Disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/destaques/concentracao/>. Acesso em: 15 abr. 2020.
- MEDIA Owership Monitor (MOM). *Participação Religiosa na Mídia Brasileira*. 2017. Disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/destaques/participacao-religiosa-namidia/>. Acesso em: 15 abr. 2020.

- MEDIA Owership Monitor (MOM). *Igreja Universal do Reino de Deus*. 2017. Disponível em: https://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company/company/sh_ow/univ_ersal_church-of-the-kingdom-of-god/. Acesso em: 15 abr. 2020.
- MORAES, Dênis de. Sistemas midiático, mercantilização cultural e poder mundial. In: MORAES, Dênis de (org.). *Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013. p.19-52.
- NASCIMENTO, Gilberto. *O Reino: a história de Edir Macedo e uma radiografia da Igreja Universal*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- PASSOS, Joao Décio. *Pentecostais: origens e começo*. São Paulo: Paulinas, 2005.
- RAMONET, Ignacio. Meios de Comunicação: um poder a serviço de interesses privados? In: MORAES, Dênis de (org.). *Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013. p.53-70.
- SILVA, Cássio Murilo Dias da. *Metodologia de Exegese Bíblica*. São Paulo: Paulinas, 2000.
- STEGEMANN, Ekkehard W. STEGEMENN, Wolfgang. *História Social do Protocristianismo: os primórdios no judaísmo e as comunidades de Cristo no mundo mediterrâneo*. São Leopoldo, RS: Sinodal; São Paulo: Paulus, 2004.
- VASCONCELLOS, Pedro Lima. *Fundamentalismos: matrizes, presenças e inquietações*. São Paulo: Paulinas, 2008.
- WILLIAMS, Raymond. *Televisão: tecnologia e forma cultural*. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUC/Minas, 2016.