

MÍDIA, EMPREENDEDORISMO E PODER: O CASO DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS¹

LION GRANIER ALVES²

RESUMO

O presente artigo procura discorrer brevemente sobre o crescimento da IURD no campo religioso brasileiro, da sua origem até 1990. Foi analisado o crescimento expressivo da denominação religiosa a partir do rádio e da tevê. A instituição inovou o modelo de igreja brasileira, rompendo com modelos tradicionais, sofreu rupturas e inovações, a partir disso, trouxe uma nova parceria entre os meios de comunicação social e a religião. A igreja promoveu para a religião, uma experiências inédita através dos meios de comunicação social, tornando seu crescimento expressivo. Outro fator fundamental para sua expansão no território nacional foi à retórica. Dotada de técnicas persuasivas, a denominação usa a retórica somada a técnicas empreendedoras para conseguir persuadir os ouvintes.

Palavra-Chave: Retórica. Mídia. Expansão. Polêmica.

INTRODUÇÃO

A proposta apresentada neste artigo tem como objeto de pesquisa os fenômenos religiosos na contemporaneidade. Surgem no Brasil novas denominações religiosas que por algum motivo conseguem agregar uma quantidade significativa de adeptos. A partir disso, há uma necessidade de entendermos suas origens, os métodos que os levaram ao sucesso e o que as levou a se destacar dos outros movimentos religiosos. O tema proposto pelo texto tem como objetivo nos remeter para discussões e reflexões de alguns dos métodos utilizados pelos neopentecostais, sendo específico a Igreja Universal do Reino de Deus³.

¹ Texto elaborado para o II Simpósio do Mestrado em Ciências das Religiões e II Salão De Pesquisa Da Graduação que ocorrerá no dia 29 de janeiro de 2015 na Faculdade Unida de Vitória - ES

² Especialista em Ensino Religioso pela Faculdade de Ciências e Educação do Espírito Santo (UNIVES/2012) formou-se em Teologia pela Faculdade Unida de Vitória (2011/UNIDA) e Filosofia pela Faculdade de Nanuque (2013/FANAN), obtendo o título de Bacharel em Teologia e Licenciado em Filosofia. Pesquisa: História do Cristianismo Primitivo e Medieval, História do Pensamento Religioso e História da Filosofia Cristã. Recentemente pesquisa o helenismo e suas principais correntes: Ceticismo, Estoicismo e Epicurismo a partir dos seguintes temas: Ética e Moral, Bem, Verdade, Alma, Deus.

³ Igreja Universal do Reino de Deus

A denominação tem apresentado nas últimas décadas um crescimento expressivo, a mesma vem produzindo uma grande visibilidade para os fenômenos da religiosidade popular, considerando que ela está se adaptando à modernidade e inovando nos métodos de estratégias de expansão, usando os meios de comunicação, somado ao marketing, publicidade e a propaganda. A IURD inovou o modelo de igreja Brasileira, rompendo com modelos tradicionais, sofreu rupturas e inovações e a partir disso, trouxe uma nova parceria entre os meios de comunicação social e a religião. Atentar-nos-emos nessa pesquisa a uma análise do crescimento da IURD a partir da retórica e da mídia desde sua fundação até a década de 1990.

CONSIDERAÇÕES SOBRE A NACIONALIZAÇÃO IURDIANA

A pluralidade e a diversificação das denominações vão pouco a pouco configurando o campo religioso Brasileiro. A dimensão religiosa faz parte do cotidiano e da religiosidade do cidadão, o âmbito das religiões nas últimas décadas vem sofrendo mudanças significativas, influenciadas por paradigmas contemporâneos. Na obra “*O fenômeno religioso – Como entender*” de Oro (2013), o autor faz uma hermenêutica do campo religioso brasileiro através da sociologia, utilizando das teorias de Émile Durkheim para explicar situações sociais e culturais que interferem e contribuem na produção religiosa.

A partir das teorias do sociólogo francês Emile Durkheim (1858-1917), Ivo Pedro Oro propõem a utilização do “fato social” como um novo paradigma para compreender o fenômeno religioso brasileiro. Para Durkheim o ambiente social é construído e constituído por normas sociais, denominado pelo autor de Fatos Sociais, que sem essas regras e valores o corpo social não existirá. Para Durkheim, as leis são paradigmas de fatos sociais. Desde o início da civilização humana as leis fazem parte do meio social e são utilizadas para organizar a sociedade. Iniciando o livro “A regra do método sociológico” definindo fato social, Durkheim esclarece que desacertadamente emprega-se a definição fato social para indicar todos os fenômenos que se dão no âmbito da sociedade.

Todo indivíduo come, bebe, dorme, raciocina, e a sociedade tem todo o interesse em que essas funções se exerçam regularmente. Portanto, se esses fatos fossem sociais, a sociologia não teria objeto próprio, e seu domínio se confundiria com o da biologia e da psicologia (DURKHEIM, 2007, p.19).

Segundo Emile Durkheim em sua obra “As Formas Elementares da Vida Religiosa”, a religião é entendida como uma área de contemplação, a religião é um ambiente de expressão, o autor apresenta uma hermenêutica complexa sobre as representações coletivas, tratando a religião como um lugar de expressão e representações simbólicas. “As representações coletivas são o produto de uma imensa cooperação que se estende não apenas no espaço, mas no tempo: para fazê-las, uma multidão de espíritos diversos, associaram, misturaram, combinaram suas ideias e sentimentos, longas séries de gerações acumularam aqui sua experiência e seu saber” (DURKHEIM, 2000, p.19).

Utilizando os dados do censo 2010 nos deparamos com as tendências dominantes do atual cenário sociocultural religioso brasileiro, Oro (2013) descreve com clareza sobre as religiões populares que atuam e dominam o mercado brasileiro, segundo o censo essas religiões são o espiritismo, protestantismo e o catolicismo. A religiosidade humana sofreu transformações no decorrer dos séculos, sendo a religião e a sociedade uma influenciadora das mudanças de paradigmas. Ao fazermos uma análise da expansão do campo religioso brasileiro, nos deparamos com religiões de espiritualidades variadas buscando fatias no mercado religioso, e de forma perversa substituindo os símbolos e as litúrgias das religiões para adquirir fies, status e poder.

A cultura brasileira tem por característica a diversidade cultural e religiosa que a partir do descobrimento, vão pouco a pouco transformando a esfera religiosa; atestando antes uma condição estrutural da religião na sociedade. À medida que a religião deixa de ser um aparato ideológico do Estado e perde seu caráter fundante do social, ela permite a emergência de diferentes grupos religiosos que irão atuar no nível da cultura e do conhecimento.

A inserção do protestantismo no Brasil sucedeu de duas maneiras, com o protestantismo de imigração ou protestantismo de colônia e o protestantismo de missão; onde os missionários vindo de outros países, procuravam realizar a obra missionária com o interesse de evangelizar os brasileiros, sendo sustentado normalmente pelas Sociedades Bíblicas. Dentro dessa perspectiva, podemos citar a Igreja Congregacional e Igreja Presbiteriana, ambas no Rio de Janeiro. Mais tarde no século XX, grandes acontecimentos históricos estavam para acontecer, nesse século o Protestantismo ficou marcado pela inserção⁴ do pentecostalismo brasileiro.

⁴ Para Freston (1993) há uma classificação de três momentos no pentecostalismo Brasileiro, chamados de três ondas: “O pentecostalismo Brasileiro pode ser compreendido como a história de três ondas de implantação de igrejas. A primeira onda é a década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e da Assembléia de Deus (1911); A segunda onda pentecostal é dos anos 50 e início dos anos 60, na qual o campo pentecostal se fragmenta, a relação com a sociedade se dinamiza e três grandes grupos (em meio a dezenas de menores) surgem: Quadrangular (1951), Brasil para Cristo (1955) e Deus é amor (1962). O contexto dessa pulverização e paulista. A terceira onda começa no final dos anos 70 e ganha força nos anos 80. Suas principais representantes

No contexto de 1970, na terceira onda citada por surge no Brasil, a IURD no bairro da Abolição, zona norte da cidade do Rio de Janeiro, sendo um dos fundadores Edir Eribelio Norivaldo Macedo dos Santos, o Edir Macedo. A denominação foi fundada em 1977, zona norte do Rio de Janeiro em um local que antes funcionava uma funerária, em menos de duas décadas, tornou-se o maior fenômeno religioso e a maior denominação evangélica que crescia no Brasil.

Esse fato realiza-se em um contexto socioeconômico, cultural, político e religioso no qual a denominação é privilegiada, a década de 70 no Brasil passava por crises econômicas⁵, políticas e sociais. Em território canarinho havia um grande índices de criminalidade, desemprego, modernização sociocultural e destradicionalização. Os conflitos no Brasil na zona urbana e rural ocorriam juntamente com transformações socioeconômica. Todos esses acontecimentos históricos agregados influenciaram para o crescimento e a expansão da Igreja.

Ao ser fundada por Edir Macedo, Romildo Ribeiro Soares ou R. R. Soares e pelo Pastor Roberto Lopes, a igreja logo é suplantada pelo dinamismo, pragmatismo e o estilo centralizador de Edir Macedo, que de acordo com Oro e Corten (2003, p. 54) “naquele momento para ampliar e consolidar seu poder institucional mobilizava fiéis e pastores como apresentador de um programa evangélico de 15 minutos na Rádio Metropolitana” No início da denominação o missionário Romildo era o líder da Igreja e também era o principal pregador da denominação. O comportamento empreendedor de Edir Macedo começou a incomodar, gerando conflitos entre os líderes.

Em 1980, Romildo Ribeiro Soares se desliga da IURD para abrir sua própria denominação evangélica, a Igreja internacional da Graça de Deus, com isso Edir Macedo passou a ser o principal líder adotando um modelo eclesiástico episcopal assumindo o posto de bispo primaz e o cargo vitalício de secretário-geral do presbitério, o cargo mais elevado da denominação. Seu crescimento inicia-se a partir dos anos 1980, quando a denominação começa a adquirir as primeiras rádios. Na década de 1990, ocorreu um grande sucesso por parte de Edir Macedo, a compra a Rede Record de Televisão e o Marketing realizado, foram de extrema

são a Igreja Universal do reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980) (...) O contexto é fundamentalmente carioca” (FRESTON, 1993, p. 66).

⁵ “A partir do final dos anos 70, no entanto, o Brasil começa a sofrer os efeitos de uma nova crise econômica, que vai se agravando e que, até o presente, não mostra s conto. A legitimidade do poder militar deteriora-se, voltando os civis ao poder em 1985, e as greves e outras lutas sociais recomeçam. A grande maioria das lutas que se registram em todo o território nacional a partir de 1978 apresenta como causa imediata a situação socioeconômica dos trabalhadores envolvidos, como resultado do agravamento de suas condições de vida e da diminuição do ritmo de crescimento do emprego industrial” (BRUMER, 1990, p. 2).

importância para o sucesso nesta década. Através da empreendedorismo a igreja começava a inaugurar um templo por dia e o número de templos fundado no território nacional até 1995 chegava a dois mil e quatorze.

O sucesso desse empreendimento pode ser medido pelo número de templos abertos até 1995, dois mil e quatorze templos no Brasil e 236 em 65 países, nos quais são atendidos cerca de quatro milhões de pessoas, que participam dos cultos, correntes de fé e campanhas de fé. A média mensal de inaugurações naquele período foi de 9,32 novos templos por mês no país e 1,96 no exterior. Segundo estimativas da imprensa, pois não há estatísticas seguras, a Igreja universal do reino de Deus arrecadou em 1995 aproximadamente 950 milhões de dólares. Diante disso, uma retórica triunfalista invadiu todos os seus meios de comunicação social (CAMPOS, 1999, p. 355).

Em 1984 Edir Macedo enviou ordens para Roberto Lopes ir para São Paulo, onde permaneceu até 1984, ali ele implantou a IURD no centro de São Paulo, no Parque D. Pedro II, que mais tarde se deslocando de lugar foi para o antigo Cine Roxi, no Brás, que segundo Mariano (2005) tornou-se a sede nacional em 1992. No ano de 1986, por sugestão de Edir Macedo, Roberto Lopes entra para a política partidária, sendo eleito deputado Federal com a maior votação do PTB/RJ naquela eleição, foram mais de 54.332 votos. Roberto Lopes observando o perfil autoritário, empresarial e mercantilista de Edir Macedo, em 1986 se desliga da IURD e retorna para a sua antiga igreja, a Nova Vida. Reinando de forma absoluta Edir Macedo começa a implantar um modelo publicitário, utilizando de um emaranhado de estratégias de marketing nos meios de comunicação social para alcançar os fiéis. De acordo com Campos (1999):

Foi, entretanto, no rádio e na televisão que a Igreja universal encontrou o caminho para constituir o seu público, aproveitando para isso a prática pentecostal norte-americana que, desde os anos 1920, emprega com sucesso o rádio e, a partir dos anos 1950 deu origem aos televangelistas e à igreja eletrônica. Edir Macedo adquiriu em 1984 a sua primeira estação de rádio (Rádio Copacabana), ultrapassando, com a compra em 1995 da frequência 99.3 FM, em São Paulo, a quantia de três dezenas de emissoras. A sua chegada na televisão se deu com a aquisição (1989) da Rede Record, por 45 milhões de dólares, rede hoje formada por cerca de trinta emissoras, aperfeiçoada com a compra em 1995 da sede e equipamentos da TV Jovem Pan, operação que ultrapassou os 50 milhões de dólares. Na metade de 1996 a presença da Igreja Universal do Reino de Deus na programação religiosa na TV Record, em São Paulo, era de 60 horas semanais, contra a programação religiosa de outros grupos, de 19 horas na Gazeta, 11 horas 20 minutos na Bandeirantes e 17 horas 50 minutos na Manchete, uma hora na Globo e Cultura e de 12 minutos na SBT. A Igreja católica responde a tamanha invasão montando a sua própria mídia televisiva, a Rede Vida (CAMPOS, 1999, p. 356).

Outro fator fundamental para sua expansão no território nacional foi à retórica. Dotada de técnicas persuasivas, a denominação usava a retórica somada a técnicas empreendedoras para conseguir persuadir os ouvintes. Ao construir o discurso, de forma sincrética emprega símbolos do catolicismo popular, dos cultos afro-brasileiro, do próprio protestantismo e de liturgias e símbolos de outras denominações internacionais que através dos meios de comunicação chegam ao Brasil, precisamente na IURD. Segundo Campos (1999), as palavras dos discursos dos obreiros e pastores são selecionadas, cada uma delas tem seu objetivo, precisa ser eficaz atingindo o emocional do fiel. Conforme os esclarecimentos de Campos (1999):

O discurso de seus agentes é composto de palavras emocionalmente escolhidas, o que uma simples observação do discurso de um de seus agentes pode confirmar”. Contudo, o discurso oral às vezes se confunde com o sermo corporis da religião teatralizada. A essa etapa sucede a memória, função na qual o orador se recorre às lembranças, e repete slogans, provérbios, palavras de ordem, alojados na lembrança de seus ouvintes. As relações entre a memória do ato fundante são fundamentais em qualquer fenômeno religioso (CAMPOS, 1999, p. 364).

Ao investigar seu crescimento pelo território brasileiro nos deparamos com um emaranhado de técnicas para sua propagação, usam o marketing e utiliza ao seu favor a cultura. A denominação está entrelaçada com o sincretismo e usam palavras de efeito e já escolhidas para atingir o emocional do fiel, a partir desse contexto de crescimento, o crescimento institucional da Igreja Universal do Reino de Deus desde o início foi bastante significativo em apenas três anos contava com vinte e um templos no território nacional, em 1985 continuava progredindo chegando a cento e noventa e cinco templos em catorze estados.

Passado mais dois anos se encontrava com trezentos e cinquenta e seis templos em dezoito estados, seus fieis eram tantos que dariam pra lotar o Maracanã e o Maracanãzinho no Rio de Janeiro. No ano de 1989, somava cerca de quinhentos e setenta locais de cultos. A IURD em seu site oficial revela que existem no Brasil mais de quatro mil templos e está presente em todo território nacional. Ao defrontarmos com o crescimento expressivo deixamos ser persuadidos pelos números e passar despercebido as limitações no territorial nacional. O crescimento não é similar em todas as classes sociais⁶, grande parte dos adeptos da classe D, tem mais afinidade com o discurso da igreja que nas classes altas da sociedade.

⁶ De acordo com (ORO & CORTÉN, 2003, p.60): “[...] em meados da década de 1990 na região metropolitana do estado do Rio de Janeiro, comprova seu insucesso na conquista de fieis nas classes média e alta. Ela revela que 63 % da população dos adeptos da Universal recebiam menos de dois salários mínimos, ao passo que só 9% ganhavam acima de cinco salários mínimos; do total, 50% tinha menos de quatro anos de escolaridade. Além da baixa escolaridade dos seguidores, 60% deles eram negros, 24% pardos e 36% pardos”.

A partir dos dados já citados constatamos que a história da IURD foi marcada por acontecimentos escandalosos, que repercutiu no Brasil e no mundo. Após ser líder absoluto, construiu seu império religioso pelo Brasil através do discurso e da mídia. A vida de Edir Macedo na idade adulta é caracterizada por polêmicas nacionais e internacionais, muitas delas após a compra⁷ da Rede Record de Rádio e Televisão no final de 1989. Com a aquisição da Rede Record, Edir Macedo desperta olhares de diversas áreas em todo o território nacional, de setores religiosos e não religiosos. Provavelmente cidadãos, sociólogos, teólogos, empresários, cientistas da religião e redes de televisão se perguntavam, “como uma Igreja com menos 12 anos de existência, que nasceu em uma funerária no subúrbio do Rio de Janeiro, conseguiu 45 milhões de reais em 12 anos de existência?”, Após a aquisição a polícia federal investiga a vida, a igreja e a literatura de Edir Macedo, procurando oportunidades para abrir um mandato de prisão. Os investigadores buscaram averiguar de onde veio o montante de dinheiro envolvido e qual a forma de captação que a denominação utiliza.

Edir Macedo passou por maus momentos, era acusado de charlatanismo, curandeirismo. Parafraseando Mariano (2005) “a Rede Globo, apoiada pelas opiniões dos religiosos católicos e protestantes históricos, criticou e ridicularizou a credence, a ignorância e a ingenuidade dos crentes. O autor questiona idoneidade religiosa de Macedo e a eficácia das curas e bênçãos da IURD”. E para piorar ainda mais sua imagem perante a população brasileira, em 1991 Carlos Magno de Miranda, ex-líder da igreja no Nordeste acusou Edir Macedo de sonegar impostos, de envolvimento com o narcotráfico e de enviar ouro e dólares ilegalmente para o exterior, levando o bispo primaz a ter de depor na Justiça Federal. Em 24 de maio de 1992, Edir Macedo foi acusado de crimes de charlatanismo, curandeirismo e estelionato. Foi preso pela 91ª Delegacia de Polícia de São Paulo, onde ficou encarcerado numa cela especial por doze dias até ser solto mediante habeas corpus.

Próximo do Natal de 1995, Carlos Magno tornou público um vídeo nunca passado na televisão sobre Edir Macedo, o vídeo foi gravado em 1990, o bispo aparecia rindo enquanto contava dinheiro num templo em Nova York, divertindo-se num iate em Angra dos Reis e ensinando aos pastores no decorrer de uma partida de a serem mais eficazes na coleta de dízimos e ofertas. O acesso da Imprensa ao vídeo provocou um impasse entre Edir Macedo e a mídia, uma das maiores controvérsias religiosas dos anos de 1990 no Brasil.

⁷ Segundo os esclarecimentos de Mariano (2004, p. 5): “Métodos heterodoxos de arrecadação, vilipêndio a culto religioso, agressão física contra adeptos dos cultos afro-brasileiros e investimentos empresariais milionários, em especial a surpreendente compra da Rede Record por 45 milhões de dólares, em 1989 desencadearam uma série de críticas e acusações da grande imprensa e até de setores evangélicos, inquéritos policiais e processos judiciais

Com resultado do acesso da imprensa ao vídeo, houve uma mobilização da polícia, Receita Federal, Justiça, Previdência Social, Procuradoria da República e até a Interpol para investigar os líderes da denominação. Edir Macedo, junto com seus liderados só conseguiu se afastar das páginas e manchetes policiais no final dos anos de 1990 em diante. A denominação promoveu um grande evento religioso no maracanã, o bispo discursou que a denominação estava sendo perseguida pela imprensa e que os meios de comunicação queriam “decapita-lo”.

Neste mesmo ano o líder religioso foi preso⁸, ao chegar à delegacia, para espanto de Edir Macedo a Rede Globo era a única emissora de Televisão presente, coincidência ou não ela estava lá. Alguns dias antes de ser preso, Edir Macedo foi indiciado com base no Artigo 15º da lei Colarinho Brando, foi acusado de usar a Igreja Universal como instituição clandestina. Após depor por sete horas, foi liberado. Não seria o ultimo mandado de prisão contra ele, alguns meses depois seria novamente caçado, só que desta vez estaria fora do país, foi para os Estados Unidos da América. Esse decreto de busca ocorreu no final de 1992. A vida do líder do movimento neopentecostal é caracterizada por polêmicas, calúnias, difamações e suposições.

Com a compra da Rede Record de Rádio e Televisão ele é bombardeado pela sua ar-que rival a Rede Globo de Televisão. Edir Macedo não era mais uma pessoa qualquer, era líder do maior fenômeno religioso que se manifestava na década de 1990 com mais de dois milhões de adeptos só no Brasil. Tinha agora poder para encara a Rede de Televisão que monopolizava a rede de comunicação social no Brasil. Em alguns momentos ele era o centro das atenções, eram feitas manifestações, passeatas e reuniões em massa para combater o ataque dos seus opositores, sendo elas de extrema importância para mostrar com quem as autoridades estavam lidando. Vejamos algumas dessas reuniões em massa feitas pelos membros da denominação. De acordo com Mariano (2005):

Em 1º de julho de 1992, data em que Macedo permanecia preso havia oito dias, cerca de dois mil fieis da Igreja Universal do Reino de Deus formaram uma corrente humana ao redor da Assembléia Legislativa de São Paulo para protestar contra a prisão de Edir Macedo. No interior da Assembléia legislativa 200 pastores, representando 34 igrejas, e 30 deputados redigiram um documento repudiando o ocorrido (MARIANO, 2005, p.76).

contra a Universal e seus líderes, um sem-número de vezes retratadas em matérias jornalísticas como exploradores da credulidade dos pobres”.

Outra manifestação de maior impacto e visibilidade aconteceu no Rio de Janeiro, em 5 de julho de 1992, chamada ECO 92, segundo Mariano (2005) “cerca de meio milhão de crentes, após uma passeata da Candelária à Cinelândia, realizaram o encontro “celebrando Deus com o Planeta Terra”, que resultou em mais um protesto contra a prisão de Edir Macedo” (MARIANO, 2005, p.77). O carisma de Edir Macedo era notável e invejável, independente dos escândalos, das prisões, das suposições e das denúncias os membros da denominação religiosa não o abandonaram, ficando ao seu lado, o apoiando quando ele mais precisou.

Os membros se identificavam com sua história, seu discurso trazia conforto e uma expectativa vindoura de uma vida melhor para os fieis, sendo grande parte deles vindo da base inferior da pirâmide, oprimidos, depressivos, pessoas sem expectativa de vida e doentes.

A Igreja surpreendeu o Brasil, com seu crescimento a partir da retórica e da estratégia de Marketing nas rádios e televisão. A denominação inovou o modelo de igreja Brasileira, rompendo com modelos tradicionais sofreu rupturas e inovações, e partir disso, trouxe uma nova parceria entre os meios de comunicação social e religião. A IURD trouxe para a religião experiências inédita através dos meios de comunicação social.

O Brasil passava por mudanças, com o desenvolvimento da tecnologia, passamos de uma cultura oral para uma cultura visual. A denominação utilizou desse contexto para sua expansão no território nacional através da televisão, hoje o rádio compartilha o sucesso da expansão da denominação com a televisão. Hoje a palavra “Marketing” é muito usada no Brasil, no meio empresarial, na mídia e na religião. Sua circulação é tão intensa que tem quase a mesma frequência que expressões corriqueiras, investigando a história do Brasil, veremos que isso não foi sempre assim.

Quando falamos de IURD, logo devemos fazer ligação com o uso do rádio. Foi através do uso desse meio de comunicação que a denominação começou a dar seus primeiros passos. Após a vinculação de um programa de uma mãe de santo, é que a igreja começou a ganhar fieis. O rádio e a Televisão têm características diferentes, a televisão tem o poder da imagem e o rádio a retórica, a qual é aperfeiçoada de tal forma que os ouvintes sentem-se no próprio templo.

A estratégia de marketing e de persuasão através da retórica usada em rádio e na televisão, tornou-se o meio mais eficaz utilizado pela denominação para atrair os fiéis e, automaticamente para expansão do seu império. Através da eficácia da denominação de introduzir sua mensagem e o apelo religioso nos lares, o evangelismo através dos meios de comunicação

eletrônicos tem a capacidade atingir pessoas que não tem contado e amizades com os adeptos. As lideranças pentecostais, em geral, preferem o rádio à televisão.

São pelo menos três as razões dessa predileção: o menor preço de locação ou de compra das emissoras, seu baixo custo de manutenção e sua elevada audiência entre os estratos mais pobres da população. Além de demandar maior custo financeiro, o televangelismo, resulta em benefício proselista inferior ao proporcionado pelo rádio-evangelismo. Daí que são poucas as igrejas que optaram por concentrar a maior parte de seus investimentos em propaganda religiosa na TV. Embora seja a denominação brasileira que mais investiu na aquisição de emissoras de televisão, a Universal prioriza a evangelização pelo rádio (MARIANO, 2005, p. 10).

Nas programações das rádios, a uma prioridade em transmitir testemunhos e declarações de cumprimento de bênçãos, e em segundo plano, exibir louvores de cantores e bandas do mundo Gospel, sendo esses com vínculos com a gravadora da denominação e pregações dos pastores da própria Igreja. As estratégias televisivas de comunicação da apresentam semelhanças com o conteúdo das mensagens nos templos. O termo “tele-evangelismo” segundo Lima e Refkalefsky apud Marques e Cristiana (2007) “são originados dos pastores norte-americanos, Jimmy Swaggart, Rex Humbard e Bylli Graham para descrever o fiel que participa do culto e da comunidade religiosa sem sair do seu lar” (LIMA e REFKALEFSKY apud MARQUES & CRISTIANA, 2007, p. 59).

Para suprir a necessidades financeiras da igreja a televisão é utilizada para venda de produtos, tais como: bíblias, livros, vídeos e em alguns casos era recebido doações pelo meio de comunicação mediante contas divulgadas. Diferentemente dos tele-evangelismo norte-americano, Lima e Refkalefsky apud Marques e Cristiana (2007) esclarecem:

[...] a Igreja Universal do Reino de Deus apresenta outra estratégia. O principal objetivo dos seus programas de tevê – tanto antes quanto depois da compra da Rede Record – é levar as pessoas ao templo. Não a sobreposição ente o trabalho do templo e o trabalho na tevê. Os programas da Igreja Universal do Reino de Deus não vendem nada, não pedem dinheiro, nem apresentam números religiosos de ligação “0300” (LIMA & REFKALEFSKY apud MARQUES e CRISTIANA, 2007, p. 59).

Os meios de comunicação usados pela IURD tem seu papel fundamental no crescimento da denominação, devemos levar em consideração que os meios de comunicação somadas Marketing estruturou a denominação a para modernidade. A IURD se adaptou-se a modernidade e adequou a uma sociedade de consumo. Devemos ver com cunho positivo ou negativo a forma com que a Universal utiliza dos meios de comunicação e das técnicas de marketing? Enquanto os acadêmicos e líderes religiosos se divide em suas respostas, a mesma continua a crescer e fazer marketing no meio religioso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto resta dizer que o discurso radiofônico e televisível promoveu o crescimento da instituição, o mesmo foi facilitado com a compra da Rede Record de Televisão. O comportamento empreendedor de Edir Macedo facilitou a expansão da IURD pelo território nacional. A implantação de um modelo publicitário, agregado as estratégias de marketing nos meios de comunicação promoveu o sucesso da instituição. A retórica dos pastores e bispos da Universal é exageradamente persuasivo, a cultura esta a favor dos sermões dos bispos e pastores, ao construir o discurso de forma sincrética, empregado símbolos do catolicismo popular, dos cultos afro-brasileiro, do próprio protestantismo os líderes do movimento religioso proporcionam a instituição uma possibilidade considerável de crescimento. Definitivamente a IURD inovou o modelo de igreja brasileira, rompendo com modelos tradicionais de sua época.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maristela Religiosidade Brasileira: o pluralismo religioso, a diversidade de crenças e o processo sincrético, in **Revista CAOS**, n° 14, São Paulo, set., 2009, pp.: 106-119.

BRUMER, Anita. **Considerações Sobre uma Década de Lutas Sociais no Campo no Extremo Sul do Brasil (1978-88)**. Disponível em: << <http://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/viewFile/762/1021>>>. Acesso em: 10 Out. 2011.

CAMPOS, Leonildo . **Teatro, Templo e Mercado: Organização e Marketing de um Empreendimento Neo-pentecostal**. Petrópolis: Vozes, 1999.

DURKHEIM, EMILE, **As regras do método sociológico**. 3ª Edição, Editora. Martins Fontes, São Paulo: 2007,

_____, **“As Formas Elementares da Vida Religiosa: O Sistema Totêmico na Austrália** . 2ª Edição, Editora: Martins Fontes, São Paulo: 2000.

FRESTON, Paul. **Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment**. Tese de Doutorado, Campinas, IFCH-Unicamp, 1993.

MARIANO, Ricardo. **Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ea/v18n52/a10v1852.pdf>>>. Acesso em: 13 Out. de 2011.

MARQUES, José & CRISTINA Maria. **Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2007.

ORO, Ari; CORTÉN, André. **Igreja Universal do Reino de Deus: O Novos Conquistadores da Fé**. São Paulo: Paulinas, 2003