



UNIVERSIDADE  
ESTADUAL DE LONDRINA

---

MARINA FAZANI MANDUCHI

**RELIGIÃO E MÍDIA:**  
O DISCURSO MIDIÁTICO DA E SOBRE A IGREJA  
UNIVERSAL DO REINO DE DEUS NO BRASIL (1995-2010)

---

Londrina  
2011

MARINA FAZANI MANDUCHI

**RELIGIÃO E MÍDIA:**  
O DISCURSO MIDIÁTICO DA E SOBRE A IGREJA  
UNIVERSAL DO REINO DE DEUS NO BRASIL (1995-2010)

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Departamento de História da  
Universidade Estadual de Londrina.

Orientador: Prof. Dr. Alfredo dos Santos  
Oliva

Londrina  
2011



MARINA FAZANI MANDUCHI

**RELIGIÃO E MÍDIA:**  
O DISCURSO MIDIÁTICO DA E SOBRE A IGREJA UNIVERSAL DO  
REINO DE DEUS NO BRASIL (1995-2010)

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Departamento de História da  
Universidade Estadual de Londrina.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Alfredo dos Santos Oliva  
Universidade Estadual de Londrina

---

Prof. Dra. Cláudia Neves da Silva  
Universidade Estadual de Londrina

---

Prof. Dr. Wander de Lara Proença  
Faculdade Teológica Sul Americana

Londrina, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

**Para Eduardo e Elza, que sempre  
acreditaram em mim.**

## **AGRADECIMENTOS**

A cada nova manhã, um novo agradecimento. Definitivamente, agradecer é um verbo que me vêm à cabeça toda vez que reflito, analiso, penso, reclamo, medito, observo e pondero sobre a vida. Posso começar agradecendo a Deus por me dar uma nova chance a cada dia e por colocar algumas pedras no meu caminho para que eu possa tropeçar e cair, e só assim, aprender a levantar.

À minha família, Eduardo, Elza e Mariane, com certeza, a melhor família que alguém poderia desejar. Meu pai, meu herói. Minha mãe, minha base. Minha irmã, meu orgulho. O amor incondicional, o apoio em todas as decisões, os puxões de orelha, as comemorações a cada conquista, a partilha de novas experiências e a crença nos futuros sonhos, nada disso aconteceria sem eles.

À minha avó Zulmira, que a cada ligação me faz sentir aquele aperto no peito, com saudades dos nossos papos de fim de tarde, dos almoços de domingo, das risadas sinceras e de todo aquele carinho de vó.

Ao meu orientador Alfredo, pela oportunidade, amizade e paciência ao longo de alguns anos de pesquisa, por me guiar e me mostrar um mundo de possibilidades acadêmicas.

Aos meus amigos, Ana Cláudia, Camila, Daniel e Felipe, pelos anos de amizade e cumplicidade, com eles aprendi que a distância é uma questão meramente física, comprovei que a amizade permanece mesmo a quilômetros. Aos amigos que conquistei em Londrina, onde, a convivência com cada um trouxe experiências incríveis. Às amigas dos tempos de república, Nathália, Cláudia, Hortência e Sayuri, por me ensinarem a conviver com as diferenças. À Nisley, por estar sempre por perto. Às amigas, Keli e Alessandra, por compartilharem comigo um mundo novo, dos vinhos, das viagens e das lutas.

“Tudo é loucura ou sonho no começo. Nada do que o homem fez no mundo teve início de outra maneira, mas tantos sonhos se realizaram que não temos o direito de duvidar de nenhum.”

Monteiro Lobato

MANDUCHI, Marina Fazani. **Religião e Mídia**: o discurso midiático da e sobre a Igreja Universal do Reino de Deus no Brasil (1995-2010). 2011. 114 folhas. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação de História – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2011.

## RESUMO

O presente trabalho visa analisar os discursos midiáticos produzidos sobre e pela Igreja Universal do Reino de Deus. No primeiro capítulo, abordo noções fundamentais da Escola dos *Annales* e da história cultural, em específico, a relação entre história cultural e o filósofo Michel Foucault e alguns conceitos elaborados por este. No segundo capítulo, exponho uma breve análise do campo religioso brasileiro com base em dados estatísticos. A partir dessa visão das religiões no Brasil, insiro e apresento a história da Igreja Universal. No terceiro e último capítulo, apresento o império midiático construído pela Igreja Universal e alguns escândalos e polêmicas protagonizados pela Igreja e seu líder Edir Macedo. Focando na produção dos meios midiáticos, em especial, dentro do gênero impresso, analiso um tipo particular de imagem: capas de revistas, especificamente, as produzidas pela Revista *Veja*. O recorte temporal está relacionado ao momento de maior expansão neopentecostal e o da primeira capa da revista *Veja* que estampa Edir Macedo.

**Palavras-chave:** Religião. Mídia. Discurso. Igreja Universal do Reino de Deus. Revista *Veja*.



MANDUCHI, Marina Fazani. **Religion and Media**: the media discourse from and about Universal Church of the Kingdom of God in Brazil (1995-2010).2011.114 folhas. Trabalho de Conclusão de Curso de História – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2011.

### **ABSTRACT**

The present work analyzes the media discourse produced about and from the Universal Church of the Kingdom of God. In the first chapter, I discuss basic concepts of *Annales* School and cultural history, particularly, the relationship between cultural history and the philosopher Michel Foucault and some concepts produced by this one. In the second chapter, I present a brief analysis of Brazilian religious field based on statistical data. By this view of religion in Brazil, I insert and present the some aspects of the Universal Church history. In the third and final chapter, I present the media empire build by Universal Church and some controversies and scandals perpetrated by this Church and its leader Edir Macedo. Focusing on media production, specially, inside the printed genre, I analyze a particular type of image: magazine covers, specifically those produced by *Veja* magazine. The time frame is related to the moment of neopentecostal greatest expansion and the first cover of *Veja* magazine which prints Edir Macedo.

**Keywords:** Religion. Media. Discourse. Universal Church of the Kingdom of God. *Veja* Magazine.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Figura 1** - Capa da Revista *Veja* - Edição 1415 de 25 de outubro de 1995.....96
- Figura 2** - Capa da Revista *Veja* - Edição 1421 de 06 de dezembro de 1995.....101
- Figura 3** - Capa da Revista *Veja* - Edição 2126 de 19 de agosto de 2009.....104

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Metamorfoses no campo religioso segundo dados do IBGE. ....	42
<b>Tabela 2</b> - Percentagens das igrejas pentecostais .....	43
<b>Tabela 3</b> - Pesquisa DataFolha – Religiões de acordo com as regiões brasileira. ...	44
<b>Tabela 4</b> - Dados gerais das pesquisas: uma visão do campo religioso.....	45

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

AD - Assembléia de Deus

FGV – Fundação Getúlio Vargas

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IIGD – Igreja Internacional da Graça de Deus

IURD – Igreja Universal do Reino de Deus

MP – Ministério Público

NHC – Nova história cultural

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>2 HISTORIOGRAFIA DA CULTURA E MICHEL FOUCAULT</b> .....	15
2.1 HISTORIOGRAFIA DA CULTURA.....	15
2.2 MICHEL FOUCAULT.....	21
2.3 DISCURSO E FOCOS DE EXPERIÊNCIA.....	27
<b>3 METAMORFOSES DO CAMPO RELIGIOSO BRASILEIRO</b> .....	37
3.1 NÚMEROS DO CAMPO RELIGIOSO BRASILEIRO.....	37
3.2 ASPECTOS DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS.....	48
<b>4 RELIGIÃO E MÍDIA</b> .....	60
4.1 A IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS E SEU IMPÉRIO MUDIÁTICO.....	60
4.2 A MÍDIA COMO CAMPO DE BATALHAS.....	68
4.3 O DISCURSO DAS MÍDIAS E UMA ANÁLISE DE IMAGENS MUDIÁTICAS.....	82
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	106
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	108
<b>ANEXOS</b> .....	112
ANEXO A - CAPA DA BIOGRAFIA AUTORIZADA DE EDIR MACEDO.....	112
ANEXO B - CAPA DO JORNAL <i>FOLHA UNIVERSAL</i> DE 16 A 22 DE AGOSTO DE 2009 .....	113
ANEXO C - CITAÇÃO BÍBLICA ASSOCIADA AO EMBATE TELEVISIVO.....	114

## 1 INTRODUÇÃO

Um passeio mais atento pela maioria das cidades brasileiras nos faz observar e constatar um fato: há um número cada vez maior de igrejas denominadas evangélicas<sup>1</sup>. Algumas não nos passam despercebidas por serem suntuosas com templos bem localizados e por ostentarem nomes já conhecidos, enquanto outras são pequenas portas com algumas cadeiras, uma dúzia de fiéis e um humilde púlpito. Independentemente da dimensão espacial, o que vêm intrigando pesquisadores de diversas áreas há anos é esse crescimento visível dos protestantes. Ao longo dos cem anos da chegada da primeira igreja protestante no Brasil, eles conseguiram ganhar espaço e se inserir nos campos político, econômico, social, midiático, etc.

No decorrer dos anos a mídia tornou-se inseparável e natural na vida da maioria das pessoas, que estão conectadas com o mundo a qualquer hora e lugar, que estão rodeadas de informações, imagens, idéias, e que, muitas vezes bombardeadas por essa quantidade e efemeridade de informações, não param para refletir sobre determinados assuntos. É só imaginar, outra vez, em um simples passeio pelas ruas a quantidade de informações que o nosso olhar captura e, em quais delas nós realmente paramos para pensar. É observando o crescimento dos protestantes, a expansão de meios midiáticos que nos rodeiam e a naturalização do olhar, que pretendo estruturar este trabalho, refletindo sobre algumas das relações entre estas mudanças que estão ocorrendo no cenário brasileiro.

Primeiramente, é imprescindível, diante da diversidade do campo religioso brasileiro, fazer um recorte, escolher uma determinada denominação religiosa para ser o foco da relação entre religião e mídia. Diante da tarefa de fazer este recorte temático e temporal, a igreja que selecionei causa polêmica, divide opiniões, gera desconfiança e de tempos em tempos vira notícia. A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) em seus 34 anos de existência apresenta-se como a principal denominação neopentecostal<sup>2</sup>. De acordo com o site oficial da igreja, já

---

<sup>1</sup> O termo evangélico é usado popularmente para designar os protestantes, entre estes, estão contidos os pentecostais e os neopentecostais.

<sup>2</sup> Ricardo Mariano, autor do livro *Neopentecostais: sociologia do novo Pentecostalismo no Brasil* é professor da PUC-RS e sociólogo, dividiu o campo pentecostal brasileiro em três vertentes: o pentecostalismo clássico, o deuterpentecostalismo e o neopentecostalismo, esta última se inicia na

estaria presente em quase 180 países, espalhando o slogan “Pare de sofrer” em diversos idiomas. Ao escolher a IURD, diversos temas podem ser explorados, pois a igreja apresenta características interessantes e perpassa alguns campos como o político partidário, o social assistencial, o mercadológico e o midiático. Escolhida a denominação religiosa que irei trabalhar, é preciso estabelecer quais as relações entre a IURD e a mídia.

Para trabalhar com o campo midiático também é necessário fazer um recorte, pois os meios midiáticos apresentam-se de diversas formas: impresso, virtual, televisivo, informativo, etc. Diante de tantas opções, pretendo abordar um meio midiático específico, porém sem descartar os outros, pois, estão todos entrelaçados. Se estivermos na fila do supermercado, em um consultório ou caminhando pela rua, o que nos chama atenção são as revistas, com suas capas produzidas especialmente para atraírem nossos olhares e levá-las para casa. É esse meio que pretendo investigar, de que forma as capas são produzidas para prender a atenção do leitor ou despertar a nossa curiosidade.

Cabe, por fim, apresentar a estrutura desse trabalho. No primeiro capítulo o tema principal é a questão da historiografia cultural, com uma breve análise e as relações com o filósofo Michel Foucault. Pretendo abordar algumas questões: de que maneira Foucault se relaciona com a historiografia da cultura? Qual a relação entre Foucault e os historiadores? Como podemos abordar algumas concepções foucaultianas neste trabalho? Dentre estas questões, também procuro explicitar e utilizar duas noções foucaultianas que serão essenciais ao trabalho todo, *discurso* e de *focos de experiências*.

O segundo capítulo é voltado para o tema das metamorfoses do campo religioso brasileiro. Baseada em algumas pesquisas estatísticas realizadas, procuro fazer uma breve exposição sobre as transformações que ocorreram no campo religioso, principalmente depois da aparição das igrejas neopentecostais. Especialmente na década de 70, e que culminaram, particularmente na década de 90, no impressionante crescimento numérico e diversificado dos protestantes em geral no Brasil. Através dessa exposição de dados estatísticos, pretendo conferir destaque especial à Igreja Universal do Reino de Deus, localizando-a nesse campo

---

segunda metade dos anos 70. Além de algumas características válidas para as outras vertentes, o neopentecostalismo se distingue pela intensa guerra espiritual contra o diabo e religiões afro-brasileiras, a importância dada à Teologia da Prosperidade e a liberalização dos usos e costumes.

religioso brasileiro, mostrando a sua contribuição e relevância. E por fim, apresento uma breve história da igreja destacando algumas características, como a intensa batalha contra o Diabo e a importância da Teologia da Prosperidade.

No terceiro e último capítulo, trabalho a questão do discurso midiático. De que forma são construídos os discursos midiáticos sobre a Igreja Universal do Reino de Deus e seus líderes? Como estes se defendem desses ataques? Quais os meios midiáticos mais usados para esses ataques? Estes são alguns questionamentos que pretendo responder ao longo do último capítulo, assim como apresentar teoricamente a noção de discurso midiático. Exponho alguns casos de escândalos em que a IURD se envolveu, de que maneira foram retratados na mídia nacional, como a igreja se defendeu e se colocou perante os fiéis. E por fim, entro especificamente no âmbito do trabalho, enfatizando a importância das capas de revistas, em especial da Revista *Veja*, que atualmente é a de maior circulação no país. Com base em teóricos da imagem, analiso de fato algumas capas de revistas, sua estrutura, seu simbolismo, seu discurso, todos os elementos que compõe uma capa. Essas capas analisadas estão ligadas direta ou indiretamente à IURD, mostrando de que maneira a mídia laica aborda temas religiosos e muitas vezes na própria capa já expõe seu julgamento.



## 2 HISTORIOGRAFIA DA CULTURA E MICHEL FOUCAULT

### 2.1 HISTORIOGRAFIA DA CULTURA

De que maneira uma igreja evangélica pode se relacionar com a história? Não, não é somente através de uma história fundadora, criadora de mitos e heróis. O campo historiográfico vem ao longo dos anos passando por transformações bastante importantes, uma delas, a descoberta de novos temas de pesquisa. Dentre estes, o campo religioso atrai cada vez mais os pesquisadores que, com diversos questionamentos e problematizações, podem refletir sobre alguns aspectos das denominações religiosas até então ignorados. O surgimento da Igreja Universal do Reino de Deus, no final da década de 70, coincide com importantes transformações na historiografia, o que possibilitou ao historiador usar novos conceitos e metodologias (por vezes resultados de uma interdisciplinaridade com outras áreas, como a sociologia e a antropologia) e recortar objetos para sua pesquisa até então inimagináveis. Creio ser importante antes de refletir sobre a Igreja Universal do Reino de Deus e sobre os meios midiáticos, situar e explicitar brevemente algumas dessas mudanças no campo historiográfico.

Existe um ponto em que a história dos grandes personagens e suas façanhas sai de cena e as luzes inusitadamente se voltam para aqueles que se encontravam na escuridão da platéia. Escuridão essa que aos olhos do historiador vêm se clareando com o passar do tempo, com a descoberta de novos temas, fontes, objetos e desejos. Esse clarão pode ser atribuído a um grupo de historiadores que fundou uma revista, que posteriormente passou a ser denominada Escola dos *Annales*, à também chamada história das mentalidades e a nova história cultural.

Antes de debater alguns aspectos da Escola dos *Annales* e seus desdobramentos, é necessário abordar brevemente qual é essa história que saiu de cena. A Escola metódica, ou também chamada positivista, baseia-se nos documentos considerados oficiais para produzir uma história político-biográfica. Uma história científica, baseada no método e nos documentos escritos e oficiais, em que a função do historiador é narrar os fatos como realmente aconteceram. Dessa maneira, é preciso construir uma narrativa cronológica onde os fatos são extraídos dos documentos em sua forma bruta; nessa construção o historiador é neutro, não estabelece nenhuma relação com o objeto estudado, não julga o passado, não

problematiza ou constrói e recorta os fatos. Em seu livro *A História, entre Filosofia e Ciência*, José Carlos Reis dedica seu primeiro capítulo à Escola metódica e diz:

Acreditavam os ditos “positivistas”, parece, que isso era possível. Acreditavam que, se adotassem uma atitude de distanciamento de seu objeto, sem manter relações de interdependência, obteriam um conhecimento histórico objetivo, um reflexo fiel dos fatos do passado, puro de toda distorção subjetiva. O historiador, para eles, narra fatos realmente acontecidos e tal como eles se passaram. Os fatos “narráveis” eram os eventos políticos, administrativos, diplomáticos, religiosos, considerados o centro do processo histórico, dos quais todas as outras atividades eram derivadas, em seu caráter factual; eventos únicos e irrepetíveis. O passado desvinculado do presente, era a “área do historiador”.<sup>3</sup>

É essa história factual, científica, metódica que sai de cena para dar lugar a uma história que vêm de baixo, do submundo, do micro, dos esquecidos.

[...] os historiadores das décadas de 1960 e 1970 abandonaram os mais tradicionais relatos históricos de líderes políticos e instituições políticas e direcionaram seus interesses para as investigações da composição social e da vida cotidiana de operários, criados, mulheres, grupos étnicos e congêneres.<sup>4</sup>

Fundada por Marc Bloch e Lucien Febvre em 1929 na França, o nome original da revista *Annales d'histoire économique et sociale*, que depois passou a se chamar *Annales: Economies, Sociétés, Civilisations*, marca uma grande mudança dentro do conhecimento histórico e conseqüentemente do trabalho do historiador.

[...] Essa descontinuidade produzida pelos *Annales* é descrita por Le Goff como uma “metamorfose na memória coletiva dos homens, segundo outra duração, outra concepção do mundo e da sua evolução” (1988, p. 24). Le Goff revela, finalmente, a hipótese maior que gostaríamos de sustentar: os *Annales* produziram uma “descontinuidade”, realizaram uma “mudança substancial”, porque apresentaram, sob o signo das ciências sociais, outra concepção do tempo histórico, outra noção de duração e de conhecimento da duração. [...] Uma mudança na concepção do tempo histórico tem como conseqüência a alteração de toda a pesquisa, de todo o olhar do historiador<sup>5</sup>

<sup>3</sup> REIS, José Carlos. **A História, entre a filosofia e a ciência**. 3.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p. 18.

<sup>4</sup> HUNT, Lynn (Org.) **A Nova história cultural**. São Paulo: Martins Fontes, 1992, p. 2.

<sup>5</sup> REIS, op. cit., p. 75.

José Carlos Reis, ao se referir a Jacques Le Goff e sua concepção sobre os *Annales*, sustenta que, ao aproximar-se das ciências sociais, os *Annales* promoveram uma mudança na idéia de tempo histórico, e, portanto, fizeram uma nova forma de história.

O grupo dos *Annales* comumente é dividido em três fases ou gerações de historiadores com algumas características distintas. A primeira geração é composta pelos fundadores, Bloch e Febvre e data de 1929 a 1946, caracterizada por um ataque à Escola metódica, em que, esta, na virada do século XX, ocupava as cátedras francesas. Esta primeira geração tende a caricaturar a escola metódica e a exagerar nas críticas. Dentre seus principais aspectos está ampliação da idéia de documento, onde, para os *Annales* os documentos oficiais são mais tendenciosos, e, não se pode considerar um documento somente aquele escrito, mas qualquer vestígio de humanidade. O historiador dos *Annales* vai buscar suas fontes, fazer recortes, fabricar suas fontes. Com essa ampliação documental, também podemos ver a possibilidade de novas leituras dos documentos oficiais. Outro aspecto, a ampliação temática, os metódicos privilegiavam temas como a política, e a partir dos *Annales* há um crescente interesse pelas mentalidades, que seriam conceitos compartilhados por pessoas de uma mesma cultura, no sentido de imaginário. É uma proposição de uma história-problema, em que, não é somente narrar os fatos, é preciso discutir os acontecimentos, os fatos não falam por si só, o historiador é que faz os fatos falarem, assim, confronta a visão de neutralidade do historiador com a simples narração de fatos.

A segunda geração dos *Annales* é datada de 1946 a 1968 e seu principal expoente é Fernand Braudel. A partir dos anos 40, os historiadores dos *Annales* ocuparam as cátedras e a visão dos *Annales* tornou-se dominante. Importante enfatizar que os temas de cunho econômico e social ainda se fazem presentes nesta geração, porém, há um crescimento e destaque para temas relacionados à demografia e a civilização. A França da década de 40 é tomada pelo chamado estruturalismo (que enfatiza as estruturas permanentes na sociedade), e em seu diálogo com as ciências sociais a história acabou sendo influenciada por esse estruturalismo, no entanto, enquanto as pessoas estão procurando estruturas (aquilo que não muda), os historiadores estão procurando as mudanças. Diante dessa influência, Braudel elaborou uma resposta, e equaciona dizendo que há uma

multiplicidade de temporalidades, em que há uma velocidade na política, uma lentidão no aspecto social e uma temporalidade lentíssima no espaço (geográfico).

A terceira geração que segue em nossa atualidade, tem Jacques Le Goff como um dos principais nomes. A história que trabalha com grandes temas, obras amplas, com objetos amplos começa a ocorrer com menos frequência, e se inicia uma fragmentação da história, suas micro-histórias. Essa pulverização de objetos e temas causa essa fragmentação do campo historiográfico, mostrando o lado perigoso da relação da história com as ciências sociais, pois, a história ao ultrapassar os limites e adentrar no campo das ciências sociais, usufruiu aquilo que as ciências sociais ofereciam de bom, mas, parece que se perdeu entre os objetos das ciências sociais, perdendo assim sua característica histórica. Para concluir, podemos novamente citar Reis:

[...] De 1929 a 1990, os *Annales* passaram por várias fases, renovaram o questionário proposto pelos fundadores, mudaram as condições da pesquisa e estabeleceram novas alianças com as ciências sociais, mas mantiveram-se fiéis ao “programa” dos fundadores. Essa fidelidade não se traduziu em uma repetição, mas na renovação constante da pesquisa e na abertura da história as necessidades do presente. O programa proposto pelos fundadores consistia fundamentalmente no seguinte: a interdisciplinaridade, a mudança dos objetos da pesquisa, que passavam a ser as estruturas econômico-social-mental, a mudança na estrutura da explicação-compreensão em história, a mudança no conceito de fonte histórica e, sobretudo, embasando todas as propostas anteriores, a mudança do conceito de tempo histórico, que agora consiste, fundamentalmente, na superação estrutural do evento. Esse programa foi praticado de forma criativa e original pelas três gerações.<sup>6</sup>

Dessa maneira, a Escola dos *Annales* esteve associada aos historiadores franceses, e para desterritorializar essa associação, o termo historiografia da cultura passa a ser cada vez mais utilizado. A respeito dessa associação podemos citar Sandra Jathay Pesavento:

Há, por vezes, uma errônea identificação: a de que a História Cultural seja uma corrente francesa de fazer História. Fruto, talvez, da força da tradição da Escola dos *Annales*, da difusão mundial de alguns de seus autores, do espaço que ocupam na mídia, o certo é que por vezes se confunde a História Cultural com a Nova História,

---

<sup>6</sup> Ibid., p. 77-78.

expressão cunhada por Jacques Le Goff para a historiografia dos *Annales* no final da década de 1970. Mas, embora levando em conta o papel de proa dos historiadores franceses, a História Cultural pode ser considerada, hoje, uma História sem fronteiras, com difusão mundial.<sup>7</sup>

Portanto, ao realizar essa interdisciplinaridade com as ciências sociais, a história dos *Annales* problematizou os temas, objetos e métodos da escola metódica, como política, guerras, relações entre países e biografias. Por fim, segundo Reis:

[...] é problemático falar de um “modelo” dos *Annales*, de um paradigma. Na realidade, há paradigmas – cada subgrupo ou membro isolado opta por um ou outro aspecto dos modelos disponíveis. Além disso, a “explicação-compreensão” dos *Annales* variará segundo a forma de explicação da ciência social com a qual se faz aliança.<sup>8</sup>

Sobre a História Cultural, em sua obra *Variedades de História Cultural*<sup>9</sup>, Peter Burke afirma que há divergências sobre o que constitui a história cultural, e que o termo cultura ainda permanece difícil de definir. No primeiro capítulo do livro citado, o autor discorre sobre as origens da história cultural, bem antes do surgimento da Escola dos *Annales*, dividindo-a em subtemas, como: história da língua e da literatura, das artes, da música, da doutrina, das disciplinas e dos modos de pensamento. Caracteriza esse período embrionário como clássico, “Esse período também poderia ser chamado de ‘clássico’ no sentido de que foi um tempo em que os historiadores culturais concentravam-se na história dos clássicos, um ‘cânone’ de obras-primas da arte, literatura, filosofia e ciência [...]”<sup>10</sup>. O autor cita as principais obras e autores, entre estes, Matthew Arnold, Jacob Burckhardt e Johan Huizinga e localiza-as em seu contexto histórico e cronológico. Dessa maneira, Burke conclui o capítulo:

Ainda assim, convém terminar este ensaio sobre as origens da história cultural em torno de 1800. Nessa época, a idéia de uma história geral da cultura e sociedade já se havia estabelecido em alguns círculos intelectuais, pelos menos de Edimburgo a Florença, de Paris a Göttingen. Na geração seguinte, esse estilo de história seria marginalizado pela ascensão de Leopold Von Ranke, no início do século XIX, e da história política, narrativa baseada em

<sup>7</sup> PESAVENTO, S. J. **História & história cultural**. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. p. 99.

<sup>8</sup> REIS, op. cit., p. 97.

<sup>9</sup> BURKE, Peter. **Variedades de história cultural**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

<sup>10</sup> BURKE, Peter. **O que é história cultural?** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. p. 16.

documentos associada a ele e sua escola. Não se quer dizer com isso que a história cultural desapareceu por completo no século XIX.<sup>11</sup>

No entanto, é com os franceses que a história cultural se destaca e conhece o apogeu,

A tradição francesa é distinta, entre outras coisas, por evitar o termo “cultura” – pelo menos até época bem recente – e por dirigir o foco, em vez disso, para *civilisation, mentalités collectives e imaginaire social*. Há três ou quatro gerações os historiadores associados à revista dos *Annales* vêm fazendo uma série de contribuições importantes nesse campo: para a história das mentalidades, sensibilidades ou “representações coletivas” na época de Marc Bloch e Lucien Febvre; para história da cultura material (*civilisation matérielle*), na época de Fernand Braudel; e para a história das mentalidades (de novo) e da imaginação social, na época de Jacques Le Goff, Emmanuel Le Roy Ladurie e Alain Corbin.<sup>12</sup>

Sobre a história cultural, Peter Burke nos diz que uma das características da prática da história cultural entre 1960 e 1990 foi a “virada em direção à antropologia”. Diante dessa aproximação entre história e antropologia, o termo cultura foi usado cada vez mais no seu sentido amplo.

De 30 anos pra cá, ocorreu um deslocamento gradual no uso do termo [cultura] pelos historiadores. Antes empregado para se referir à alta cultura, ele agora inclui também a cultura cotidiana, ou seja, costumes, valores e modo de vida. Em outras palavras, os historiadores se aproximaram da visão de cultura dos antropólogos.<sup>13</sup>

Burke cita alguns antropólogos, entre eles, Edward Evans-Pritchard abordando bruxaria, Claude Lévi-Strauss com seu estruturalismo e Clifford Geertz com sua descrição densa, que influenciaram historiadores de diversas gerações. Esse interesse pela antropologia não pode ser explicado somente pela escrita da história, há outros problemas que influenciaram os historiadores a se voltarem para a antropologia, dentre eles, segundo Burke, “a perda de fé no progresso e a ascensão do anticolonialismo e do feminismo.”, esses motivos fizeram com que olhassem para

<sup>11</sup> Id., **Variedades de história cultural**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. p. 36-37.

<sup>12</sup> BURKE, Peter. **O que é história cultural?**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. p. 16.

<sup>13</sup> Ibid., p. 48.

aquilo que sempre esteve de fora, o chamado Terceiro mundo, as colônias e as mulheres.

Enquanto a história cultural apresentou-se aliada a antropologia, a chamada “Nova História Cultural” aliou-se a diversos campos. No final da década de 80 que a expressão “Nova História Cultural” começou a ser empregada para designar novos trabalhos de historiadores. Segundo Burke, “A NHC (Nova História Cultural) é a forma dominante de história cultural – alguns até mesmo diriam a forma dominante de história – praticada hoje.”<sup>14</sup>

As teorias podem ser vistas como reação a problemas e também reconceitualização deles. Certas teorias culturais fizeram com que os historiadores tomassem consciência de problemas novos ou até então ignorados, e ao mesmo tempo, criassem por sua vez novos problemas que lhes são próprios. A preocupação com a teoria é uma das características distintivas da NHC.<sup>15</sup>

Dessa maneira, Burke afirma que a reflexão sobre os problemas e a formulação de teorias é uma característica da Nova História Cultural. Podemos citar diversos autores pertencentes à NHC que se preocuparam em teorizar a respeito de seus temas.

Por fim, diante dessa guinada no campo historiográfico com o surgimento de novos temas e metodologias, podemos destacar um importante pensador, bastante influenciado e influenciável para os historiadores, o filósofo Michel Foucault, que traz contribuições valiosíssimas ao campo historiográfico, “revolucionando a história” como afirma Paul Veyne. Ao abordar temas como a loucura, o poder, a prisão, o cuidado de si, entre outros, Foucault claramente pode ser inserido na Nova História Cultural.

## 2.2 MICHEL FOUCAULT

Antes de iniciar a exposição sobre a relação entre história cultural e Michel Foucault, gostaria de citar um trecho que está nas primeiras páginas da obra *O governo de si e dos outros*, que de antemão nos mostra qual a intenção de Foucault

---

<sup>14</sup> Ibid., p. 68.

<sup>15</sup> Ibid., p. 70.

com a sua “história do pensamento”. No início deste curso<sup>16</sup> Foucault explica brevemente o que é a história das mentalidades e a história das representações, e justifica o seu distanciamento destas.

Distanciar-me primeiro do que se poderia chamar, do que se chama história das mentalidades e que seria, para caracterizá-la de forma totalmente esquemática, uma história que se situaria num eixo que vai da análise dos comportamentos efetivos às expressões que podem acompanhar esses comportamentos, seja por procedê-los, seja por sucedê-los, seja por traduzi-los, seja por prescrevê-los, seja por mascará-los, seja por justificá-los, etc. Por outro lado, queria também me distanciar do que se poderia chamar de uma história das representações ou dos sistemas representativos, isto é, uma história que teria, que poderia ter, que pode ter dois objetivos. Um que seria a análise das funções representativas. [...] E depois, outro pólo, que me parece, de uma análise possível das representações é a análise dos valores representativos de um sistema de representações, isto é, a análise das representações em função de um conhecimento [...] considerado critério de verdade, ou em todo caso verdade-referência em relação à qual pode ser estabelecido o valor representativo deste ou daquele sistema de pensamento, entendido como sistema de representações de um objeto dado.<sup>17</sup>

Baseando-se nas obras e fases foucaultianas, temos por objetivo compreender qual a relação entre Foucault e a Nova História Cultural. Segundo Lynn Hunt, em seu livro *A Nova História Cultural*:

Também existem algumas semelhanças entre Foucault e os historiadores da primeira e da segunda geração dos *Annales*; todos esses estudiosos estavam em busca de regras anônimas que governassem as práticas coletivas, e todos tiveram parte em deslocar da história o “sujeito” individual da história. Ao contrário das primeiras gerações de historiadores dos *Annales*, porém, Foucault era fundamentalmente antipositivista. Não acreditava que as ciências sociais pudessem unir-se na investigação da natureza do homem, exatamente porque repudiava o próprio conceito de “homem” e a própria possibilidade de método nas ciências sociais. Na verdade alguns críticos chegaram a chamar suas “genealogias” de “antimétodo”.<sup>18</sup>

Além de algumas semelhanças com os historiadores dos *Annales*, Foucault ao pensar a história, criticava a teleologia da história, em que se acredita que há um progresso da humanidade, uma evolução. De acordo com Alfredo dos Santos Oliva,

<sup>16</sup> Cursos ministrados no Collège de France de 1970 a 1984.

<sup>17</sup> FOUCAULT, M. **O governo de si e dos outros**. São Paulo: Martins Fontes, 2010. p. 4. (grifo nosso)

<sup>18</sup> HUNT, op. cit., p. 10.



em seu livro, *A História do Diabo no Brasil*, podemos considerar que Foucault ao combater essa visão teleológica da história, propõe uma aproximação com a genealogia de Nietzsche e uma nova forma de historiografia, denominada “história efetiva”.

Esta maneira de fazer historiografia seria caracterizada da seguinte maneira: 1) considera que a história é marcada por um jogo de forças que não obedecem a uma destinação, mas somente seguem o acaso da luta; 2) lança seus olhares sobre o que está próximo, como o corpo, o sistema nervoso, os alimentos, a digestão e as energias; 3) não teme ser um saber perspectivo. [...] Foucault não se coloca como um inimigo ou assassino da historiografia de uma forma geral, mas como crítico de um determinado modo de produzir conhecimento sobre a história.<sup>19</sup>

Segundo Burke, Foucault chamava de epistemes os sistemas de classificação e considerava-os como expressões de uma determinada cultura, e se colocava no papel de um “arqueólogo” sendo assim responsável por ir mais afundo do que os historiadores e encontrar as estruturas intelectuais que ele denominava de redes e grades. Foucault também trabalhava com o conceito de práticas, em que as práticas discursivas constroem os objetos de que falam, a cultura e a sociedade.

Ao analisar a relação entre Foucault e a chamada “nova história”, podemos citar brevemente uma conferência<sup>20</sup> proferida em 1995 por Jacques Le Goff a respeito do interesse de Foucault pela “nova história”. Segundo Le Goff, podemos situar esse interesse, onde há uma coerência no pensamento foucaultiano, entre os anos de 1965 a 1974, em que são publicados os livros *A palavra e as coisas* e *A arqueologia do saber*.

Primeiramente, Foucault preocupa-se com o lugar da história entre as ciências humanas, inserindo a história nas ciências humanas e não nas ciências sociais (termo que Foucault não utiliza). A história se situa entre as ciências humanas, porém, está além do campo das ciências humanas por anteceder-las. Citando Le Goff, “Para começar, em relação às outras ciências humanas, ela [história] possui – se isto é uma vantagem, é também um perigo, como o sublinha Foucault – a vantagem da anterioridade. É verdade que a história existiu bem antes da constituição das ciências humanas.”<sup>21</sup>. E cabe aos historiadores refletirem que ao

<sup>19</sup> OLIVA, Alfredo dos Santos. **A História do diabo no Brasil**. São Paulo: Fonte, 2007. p. 231-232.

<sup>20</sup> LE GOFF, Jacques. Foucault e a “nova história”. **Plural**; Sociologia - USP, São Paulo, v. 10, p. 197-209, 2º sem. 2003.

<sup>21</sup> Ibid., p. 199.

escreverem, eles estão inseridos no interior de uma determinada cultura em que há especificidades e limitações. De acordo com este aspecto, os historiadores da “nova história” tentaram sair da concepção etnocêntrica, da noção somente ocidental e voltaram-se para diversos outros temas e culturas.

Outra preocupação de Foucault era a questão da história da historiografia. Em relação aos *Annales*, segundo o relato de uma conversa entre Le Goff e Foucault, Le Goff afirma que para Foucault a Escola dos *Annales* não era considerada de forma nenhuma uniforme, ele a via com suas descontinuidades e diferentes gerações de historiadores. Além do mais, segundo Le Goff,

[...] ele [Foucault] considerava que esta era a maneira contemporânea e inovadora de fazer a história, que era a mais interessante e aquela que o permitia melhor refletir e pôr em ordem suas idéias. Aquilo não queria dizer que ele mesmo se sentia um historiador novo, nem que estimasse que nós possuíamos o monopólio da “boa” história.<sup>22</sup>

O interesse de Foucault pela primeira geração dos *Annales* deu-se devido a duas concepções contidas no livro de Marc Bloch, *Apologia da história ou o Ofício do historiador*, a primeira, o discurso de Bloch contra o mito das origens, “Foucault havia chegado, por meio dessa crítica da origem, a outra noção. Sem que a palavra existisse em Marc Bloch, mas a idéia ali estava, é a genealogia.”<sup>23</sup>. Essa crítica à busca dos historiadores pelas origens faz criar em Foucault a concepção de genealogia, em que parte do presente para construir um conhecimento histórico. Já com Fernand Braudel em seu livro *O Mediterrâneo*, Foucault mostra seu interesse pela obra devido à complexidade e coerência e pela relação entre história e geografia. E a nova geração com Emmanuel Leroy Ladurie e Jacques Le Goff, traz consigo os chamados “novos objetos da história” em que, esses objetos fogem completamente dos objetos abordados pela história tradicional, entrando no campo dos “não-ditos” da história tradicional. Dessa maneira, Foucault encontra um terreno fértil para explorar novos temas como a morte, o corpo, o sexo, a dor, a loucura, etc.. E por fim, “Para Le Goff, Foucault, apesar de não ser propriamente historiador,

---

<sup>22</sup> Ibid., p. 202.

<sup>23</sup> Ibid., p. 203.

manteve um grande interesse pelas inovações na pesquisa histórica, e deixa aos historiadores uma importante lição: a da inquietude.”<sup>24</sup>

No texto de Patricia O’Brien, “A História da Cultura de Michel Foucault”<sup>25</sup>, a autora também analisa a relação complicada entre alguns historiadores que firmemente ergueram a bandeira “Ele não é historiador” e mostra como Foucault se coloca perante tais críticas.

Os historiadores menos dispostos a aceitá-lo apontam sem vacilar as deficiências de Foucault, a falta de método, o menosprezo pelos dados, a obscuridade filosófica, a linguagem singular, as simplificações excessivas e as abstrações, que para eles refletem a falta de validade histórica da obra de Foucault. Os historiadores propensos a admitir que Foucault estava escrevendo história vêem-na como má história, por demais genérica, insubstancial e mecânica.<sup>26</sup>

Mesmo sendo marginalizado e criticado por não ser historiador, por não ter um método, por não se atentar ao aspecto cronológico, por não fazer uma história das *mentalités*, entre outras diversas críticas, Foucault influenciou de forma significativa o campo historiográfico com suas noções de genealogia, discurso e poder. A respeito da concepção de genealogia, a autora afirma que “O genealogista/historiador busca o começo, *não* a origem. Para Foucault, essa era uma distinção fundamental. As origens implicam causas; os começos implicam diferenças. Uma genealogia, portanto, ‘vai cultivar os detalhes e acidentes que acompanham os começos.’”<sup>27</sup>

Muitos historiadores voltaram-se para o seu pensamento, principalmente após o lançamento do livro *História da Loucura* em 1961. Segundo a autora,

O corpo do texto de Foucault raramente foi compreendido como aquilo que de fato é: um modelo alternativo para a escrita da história da cultura, um modelo que incorpora uma crítica fundamental da análise marxista e dos Annales, bem como da própria história social.<sup>28</sup>

---

<sup>24</sup> Ibid., p. 197.

<sup>25</sup> É o primeiro capítulo do livro *A Nova História Cultural* organizado por Lynn Hunt.

<sup>26</sup> O’BRIEN, P. A história da cultura de Michel Foucault. In: HUNT, L. **A Nova História Cultural**. São Paulo: Martins Fontes, 2006. p. 41.

<sup>27</sup> Ibid., p. 49.

<sup>28</sup> Ibid., p. 34.

E é baseada nessa concepção, de uma forma alternativa de abordagem, que a autora estrutura seu texto, elencando as contribuições desse modelo alternativo foucaultiano para a chamada nova história cultural. Podemos começar buscando os objetivos de Foucault, como uma análise da civilização ocidental e a distinção entre história total e geral.

Antes e depois, suas obras constituem uma surpreendente análise da civilização ocidental em termos de normalização e disciplina. Através de sua periodização, baseada nas rupturas do Renascimento e nas eras clássica e moderna, se ele não está produzindo uma história total, está então produzindo uma história geral.<sup>29</sup>

Por história total entende-se aquela que procura leis com efeitos de causalidade que possam reger todo um período, enquanto que a história geral foca nas “interações, correlações e predominâncias” contrapondo-se a uma totalidade. Pensando nessa concepção de história geral, que o poder tem papel fundamental na civilização ocidental, as denominadas “tecnologias de poder” estão entrelaçadas numa espécie de malha social, que perpassa todas as relações sociais. O poder não é algo que alguém detém em detrimento dos outros, ninguém está fora do poder, este não é exercido e representado por um órgão público, o Estado não pode ser visto acima da sociedade como aquele que detém e exerce o poder. O poder costuma ser pensado somente pelo seu lado negativo, como algo que reprime, que nega, limita; no entanto, este precisa ser visto no seu aspecto mais positivo, como produtor, organizador, instaurador de normas e criador de verdades. E de acordo com a autora, “Cabe aos historiadores identificar essa produção de verdade como uma função do poder.”<sup>30</sup>.

Para entrar no círculo de Foucault, não se pode reconhecer nada como dado. “Nada, no homem – nem mesmo o seu corpo - é suficientemente estável para servir de base para o reconhecimento de si mesmo ou a compreensão dos outros homens” <sup>31</sup>. A própria noção de “homem” é uma “invenção recente” da cultura europeia a partir do século XVI. O Estado, o corpo, a sociedade, o sexo, a alma e a economia não são objetos estáveis, são discursos.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Ibid., p. 44.

<sup>30</sup> Ibid., p. 46.

<sup>31</sup> FOUCAULT, M. apud O'BRIEN, P. op. cit., p. 47.

<sup>32</sup> Ibid., p. 47. (grifo nosso)

São nesses discursos que podemos ver de que forma as relações de poder produzem verdades e, baseando-se em relatos médicos, psiquiátricos, fichas criminais, tratados políticos, projetos de arquitetura (o Panopticon de Jeremy Bentham), diários (como no caso de Pierre Rivière) que Foucault procura analisar em qual momento os discursos são construídos e até invertidos.

E por fim, a autora afirma que nos últimos anos de Foucault ele definiu sua obra como “estudos de ‘história’ em razão dos domínios que aborda e das referências às quais recorre; mas”, insistia ele, “não constituem a obra de um ‘historiador’”.<sup>33</sup>

### 2.3 DISCURSO E FOCOS DE EXPERIÊNCIA

Ao falarmos de Michel Foucault, muitos historiadores se arrepiam, outros torcem o nariz, enquanto outros se ajoelham em sinal de reverência, ou seja, Foucault causa um grande impacto no mundo acadêmico com seu pensamento e peculiar visão do mundo. A respeito de suas obras, os estudiosos de Foucault costumam distingui-las e dividi-las em três fases, importante compreender que esta divisão não pode ser vista como uma sequência de processos metodológicos que não se relacionam entre si, destacando a descontinuidade do seu pensamento: 1º fase, compreendendo suas obras *As Palavras e as Coisas* (1966) e *Arqueologia do Saber* (1969) em que Foucault procura compreender a relação entre verdade e saber; 2º fase, que inclui *Vigiar e Punir* (1975), em que Foucault faz uma genealogia do poder, e analisa de que forma é construído esse poder, sua relação com o saber e como este poder age sobre os corpos; e sua 3º fase, com os volumes de *A História da sexualidade*<sup>34</sup>, em que analisa práticas de si mesmo, de que maneira o sujeito age sobre si mesmo. Podemos concordar com a divisão das fases foucaultianas segundo Pedro Angelo Pagni em seu texto “O cuidado de si em Foucault e as suas possibilidades na educação: algumas considerações.”

Nesse sentido, o autor [Morey] propõe não exatamente uma periodização ou classificação de suas obras, mas uma organização por eixos sob os quais esse projeto filosófico foucaultiano vai sendo constituído em torno da ontologia histórica de nós mesmos em

---

<sup>33</sup> Ibid., p. 37.

<sup>34</sup> A obra é constituída por três volumes, *A vontade de saber* (1976), *O uso dos prazeres* (1984) e *O cuidado de si* (1984).

relação: (1) à verdade que nos constitui como sujeitos do conhecimento; (2) aos jogos de poder que nos constitui como sujeitos na relação com os demais; (3) à ética por meio da qual nos constitui como sujeitos da ação moral.<sup>35</sup>

Ao trabalhar com duas concepções foucaultianas, “discurso” e “focos de experiência”, duas obras do autor tornam-se essenciais, *A ordem do discurso* e *O governo de si e dos outros*. O livro *A ordem do discurso* é na verdade, a transcrição da aula inaugural que Foucault pronunciou no *Collège de France* em 1970, quando passou a ocupar uma cadeira<sup>36</sup>, nomeada História dos sistemas de pensamento, e ministrar diversos cursos até o final de sua vida. Nessa aula inaugural, a respeito da noção de discurso, podemos claramente observar de que maneira Foucault pensa o discurso e seus procedimentos de ordenação, de controle e delimitação. Como o próprio título sugere, Foucault propõe uma ordem que orienta toda a produção do discurso.

[...] suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade.<sup>37</sup>

Nesse processo de ordenação, Foucault apresenta três categorias: a primeira, sistemas de exclusão, que são exteriores ao discurso, em que enfatiza três processos: a interdição (tem-se o direito de dizer o que pensa, mas não é possível dizer tudo a todos e a qualquer hora e lugar), a separação e rejeição (exemplifica como o discurso do louco era separado e rejeitado pela sociedade).

Desde a alta Idade Média, o louco é aquele cujo discurso não pode circular como o dos outros [...] Era através de suas palavras que se reconhecia a loucura do louco; elas eram o lugar onde se exercia a separação; mas não eram nunca recolhidas nem escutadas.<sup>38</sup>

<sup>35</sup> PAGNI, A. P. O cuidado de si em Foucault e as suas possibilidades na educação: algumas considerações. In: SOUZA, Luís Antônio Francisco.; SABATINE, Thiago Teixeira; MAGALHÃES, Bóris Ribeiro de (Org.) **Michel Foucault: sexualidade, corpo e direito**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011. p. 19-45.

<sup>36</sup> “Essa cadeira foi criada em 30 de novembro de 1969, por proposta de Jules Vuillemin, pela assembléia geral dos professores do Collège de France em substituição à cadeira de história do pensamento filosófico, que Jean Hyppolite ocupou até sua morte. A mesma assembléia elegeu Michel Foucault, no dia 12 de abril de 1970, titular da nova cadeira. Ele tinha 43 anos.”

<sup>37</sup> FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996, p. 9.

<sup>38</sup> Ibid., p. 10-11.

E o terceiro processo, a vontade de verdade, em que a separação que rege a nossa vontade de saber é construída historicamente, Foucault exemplifica dizendo que o discurso verdadeiro na época dos poetas gregos do século VI, era proferido de forma ritualizada por aquele que tinha direito, que fazia profecias e amedrontava os homens, depois de um século houve uma mudança nessa concepção de discurso verdadeiro, “[...] chegou um dia em que a verdade se deslocou do ato ritualizado, eficaz e justo, de enunciação, para o próprio enunciado: para seu sentido, sua forma, seu objeto, sua relação a sua referência.”<sup>39</sup> Além dessa mudança, as inovações científicas também podem ser consideradas como “aparição de novas formas na vontade de verdade.” Portanto, essa vontade de verdade legitima o próprio discurso verdadeiro e se impõe de modo que exclui (aqueles que usaram a vontade da verdade para contrapor a uma verdade).

[...] essa vontade de verdade, como os outros sistemas de exclusão, apóia-se sobre um suporte institucional, [...] mas ela é também reconduzida, mais profundamente sem dúvida, pelo modo como o saber é aplicado em uma sociedade, como é valorizado, distribuído, repartido e de certo modo atribuído. [...] Enfim, creio que essa vontade de verdade assim apoiada sobre um suporte e uma distribuição institucional tende a exercer sobre os outros discursos – estou sempre falando de nossa sociedade – uma espécie de pressão e como que um poder de coerção.<sup>40</sup>

A segunda categoria no processo de ordenação do discurso se dá no interior deste e domina as suas aparições aleatórias. Segundo Foucault: “[...] procedimentos que funcionam, sobretudo, a título de princípios de classificação, de ordenação, de distribuição, como se tratasse, desta vez, de submeter outra dimensão do discurso: a do acontecimento e do acaso.”<sup>41</sup> Dentro dessa categoria interior, há o comentário, que tem por função dizer algo que já estava dito “silenciosamente” em um texto que precisa ser redescoberto, por exemplo, a partir de uma única obra podemos obter novos e diversos tipos de discursos.

[...] há muito regularmente nas sociedades, uma espécie de desnivelamento entre os discursos: os discursos que “se dizem” no

---

<sup>39</sup> Ibid., p. 15.

<sup>40</sup> Ibid., p. 17-18.

<sup>41</sup> Ibid., p. 21.

correr dos dias e das trocas, e que passam com o ato mesmo que os pronunciou; e os discursos que estão na origem de certo número de atos novos de falar que os retornam, os transformam ou falam deles, ou seja, os discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, são *ditos*, permanecem ditos e estão ainda por dizer.<sup>42</sup>

Outro procedimento que está no interior do discurso é a questão do autor entendido como “[...] agrupamento do discurso, como unidade e origem de suas significações, como foco de sua coerência.” A concepção de autor se modificou ao longo do tempo, um exemplo, atualmente no campo literário é indispensável saber quem escreveu determinada obra, diferentemente dos autores literários no período medieval. Para concluir essa categoria de procedimentos internos ao discurso,

Tem-se o hábito de ver na fecundidade de um autor, na multiplicidade dos comentários, no desenvolvimento de uma disciplina, como que recursos infinitos para a criação de discursos. Pode ser, mas não deixam de ser princípios de coerção; e é provável que não se possa explicar seu papel positivo e multiplicador, se não se levar em consideração sua função restritiva e coercitiva.<sup>43</sup>

E por último, uma terceira categoria de procedimentos de efetuação do discurso, para que se pronuncie um discurso é preciso que a pessoa tenha o direito e a possibilidade de falar, e importante destacar que algumas áreas do discurso não são acessíveis para todos. Assim, “[...] trata-se de determinar as condições de seu funcionamento (discurso), de impor aos indivíduos que os pronunciam certo número de regras e assim de não permitir que todo mundo tenha acesso a eles.”<sup>44</sup>

Em relação a esses sistemas de restrição, a esse “poder falar”, podemos evidenciar a questão do ritual, onde determinados indivíduos exercem papéis específicos e possuem certa legitimidade para falar. De acordo com Foucault, “Os discursos religiosos, judiciários, terapêuticos e, em parte também, políticos não podem ser dissociados dessa prática de um ritual que determina para os sujeitos que falam, ao mesmo tempo, propriedades singulares e papéis preestabelecidos.”<sup>45</sup> Dessa maneira, ao refletir sobre a noção de ritual e de doutrina, podemos identificar, de uma maneira marginal, conceitos que cabem no estudo do fenômeno religioso.

---

<sup>42</sup> Ibid., p. 24.

<sup>43</sup> Ibid., p. 36.

<sup>44</sup> Ibid., p. 36.

<sup>45</sup> Ibid., p. 39.



Sobre a doutrina, Foucault também a insere na ordenação dos discursos, pois, é através dos discursos que as pessoas se identificam, que se sentem pertencentes a determinado grupo e assim recusam os outros discursos, diferenciando-se deles.

A doutrina liga os indivíduos a certos tipos de enunciação e lhes proíbe, conseqüentemente, todos os outros; mas ela se serve, em contrapartida, de certos tipos de enunciação para ligar indivíduos entre si e diferenciá-los, por isso mesmo, de todos os outros. A doutrina realiza dupla sujeição: dos sujeitos que falam aos discursos e dos discursos ao grupo, ao menos virtual, dos indivíduos que falam.<sup>46</sup>

Diante das três categorias, Foucault ainda propõe mais quatro princípios metodológicos: o da *inversão*, em que é preciso não procurar as origens, o momento de criação do discurso (a busca dos historiadores pela origem também é negada por Foucault), o da *descontinuidade*, em que não devemos considerar o discurso como algo contínuo, ilimitado, homogêneo, e sim, os “discursos devem ser tratados como práticas descontínuas, que se cruzam por vezes, mas também se ignoram ou se excluem.”<sup>47</sup> O princípio da *especificidade*, que consiste em não acreditar que o “mundo nos apresenta uma face legível que teríamos de decifrar apenas [...]”, e conceber o discurso como “uma violência que fazemos às coisas, [...] uma prática que lhes impomos em todo o caso”<sup>48</sup>. E o último princípio é o da *exterioridade*, em que é preciso refletir sobre as condições externas de possibilidades e aparições do discurso.

E por fim, diante de todos esses procedimentos, Foucault ainda os separa em dois conjuntos para analisá-los: o *crítico* e o *genealógico*. Citando Foucault, o conjunto *crítico*,

[...] põe em prática o princípio da inversão: procurar cercar as formas da exclusão, da limitação, da apropriação de que falava há pouco; mostrar como se formaram, para responder a que necessidades, como se modificaram e se deslocaram, que força exerceram efetivamente, em que medida foram contornadas.<sup>49</sup>

E sobre o conjunto *genealógico*,

---

<sup>46</sup> Ibid., p. 43.

<sup>47</sup> Ibid., p. 53.

<sup>48</sup> Ibid., p. 53.

<sup>49</sup> Ibid., p. 60.

[...] põe em prática os três outros princípios: como se formaram através, apesar, ou com apoio desses sistemas de coerção, séries de discursos; qual foi a norma específica de cada uma e quais foram suas condições de aparição, de crescimento e variação.<sup>50</sup>

Dessa maneira, Foucault propõe uma análise do discurso com diversos procedimentos, que controlam, limitam, legitimam e instauram uma ordem para a formação dos discursos, portanto, “[...] a análise do discurso, assim entendida, não desvenda a universalidade de um sentido; ela mostra à luz do dia o jogo de rarefação imposta, com um poder fundamental de afirmação.”<sup>51</sup> Essa análise do discurso apresenta três pontos importantes que se relacionam: a vontade de verdade, a vontade de saber e a noção de poder. Pensando nessa relação aquele que tem legitimidade para proferir um discurso e gerar uma verdade, também gera um poder sobre os outros discursos, assim, o saber instrumentaliza o poder.

Acredito que neste ponto é possível situar o objeto desse trabalho, tomando emprestada essa concepção de discurso de Foucault, podemos refletir e identificar um embate de discursos, o da Igreja Universal do Reino de Deus e o dos meios midiáticos: das revistas de grande circulação nacional, algumas emissoras de televisão, jornais impressos, sites, blogs, etc. Enfim, analisar de que forma esses discursos são construídos, legitimados, considerados verdadeiros, conflitados e jogados na mídia. As pessoas, na maioria das vezes, não refletem e analisam esses discursos que invadem os nossos dias, os recebem automaticamente, ou seja, não conseguem desnaturalizá-los. Foi pensando nessa dificuldade em analisar os discursos, principalmente midiáticos, que tratarei com maior profundidade no terceiro capítulo deste trabalho, que procuro fundamentar este trabalho.

O segundo conceito foucaultiano que se encaixa no propósito deste trabalho é o de *focos de experiência*, que é discutido no curso *O governo de si e dos outros*, curso ministrado no *Collège de France* entre 1982 e 1983, e último curso traduzido para o português (até momento). No início da primeira aula, Foucault retoma todo o seu pensamento, explicando como organizou e produziu suas obras. Foucault também descreve esquematicamente a história das mentalidades e a das representações, procurando diferenciar-se delas e justificar sua *história do pensamento*; a partir disso, explica qual é essa concepção de *pensamento* que ele

---

<sup>50</sup> Ibid., p. 60-61.

<sup>51</sup> Ibid., p. 70.

utiliza, e afirma que essa noção seria uma análise do que ele chama de *focos de experiência*:

[...] nos quais se articulam uns sobre os outros; primeiro, as formas de um saber possível; segundo, as matrizes normativas de comportamento dos indivíduos; e enfim os modos de existência virtuais para sujeitos possíveis. Esses três elementos [...] são essas três coisas, ou antes, é a articulação dessas três coisas que podemos chamar, creio, de “focos de experiência”.<sup>52</sup>

Esses três elementos que constituem os *focos de experiência* coincidem com as três fases do pensamento foucaultiano, como explicitado no início do tópico. Utilizando um exemplo, Foucault afirma que pensando nestes três elementos pode-se analisar a loucura como “experiência no interior de nossa cultura”. Primeiro, a loucura analisada como um ponto que permitia a formação de diversos saberes, “[...] a loucura como matriz de conhecimentos, de conhecimentos que podem ser de tipo propriamente médico, de tipo também especificamente psiquiátrico ou de tipo psicológico, sociológico, etc.”<sup>53</sup>, ou seja, a partir da loucura se formaram discursos religiosos, médicos, jurídicos, sociológicos, etc. Segundo, a loucura também como um conjunto de normas, “[...] normas que permitiam decupar a loucura como fenômeno de desvio no interior de uma sociedade, [...]”<sup>54</sup>, dessa forma, a loucura era um conjunto de normas que regia o louco, e normas que regiam a sociedade perante a figura do louco e da loucura, tanto das pessoas normais quanto dos médicos. E em terceiro, de que forma se constitui subjetivamente o louco e a loucura perante as pessoas normais, “[...] estudar a loucura na medida em que essa experiência da loucura define a constituição de certo modo de ser do sujeito normal, perante e em relação ao sujeito louco.”<sup>55</sup> Portanto, Foucault analisa a experiência da loucura nesses três aspectos, com fatores internos e externos: saber, poder e subjetividade.

E dessa maneira, Foucault diz que procurou estudar esses três elementos, primeiro como dimensões de experiências e depois de que forma eles podiam ser relacionados. No início estudou o primeiro eixo, de constituição de saberes, fazendo referências às ciências empíricas nos séculos XVII-XVIII, afirma que,

---

<sup>52</sup> FOUCAULT, M. **O governo de si e dos outros**. São Paulo: Martins Fontes, 2010. p. 4-5.

<sup>53</sup> Ibid., p. 5.

<sup>54</sup> Ibid., p. 5.

<sup>55</sup> Ibid., p. 5.

[...] para estudar efetivamente a experiência como matriz para a formação dos saberes, não se devia procurar analisar o desenvolvimento ou o progresso dos conhecimentos, mas sim identificar quais eram as práticas discursivas que podiam constituir matrizes de conhecimentos possíveis, estudar nessas práticas discursivas as regras, o jogo do verdadeiro e do falso e, *grosso modo*, se vocês preferirem, as formas de veridicção. Em suma, tratava-se de deslocar o eixo da história do conhecimento para a análise dos saberes, das práticas discursivas que organizam e constituem o elemento matricial desses saberes, e estudar essas práticas discursivas como formas reguladas de veridicção.<sup>56</sup>

Na análise do segundo eixo Foucault volta-se para a questão do poder, não este poder entendido como algo que alguém detém ou que está representado por uma instituição, mas, um poder em que procurou “[...] estudar as técnicas e procedimentos pelos quais se empreende conduzir a conduta dos outros”<sup>57</sup>, ou seja, normas de comportamento em termos de poder, por exemplo, o poder disciplinar. E por último, ao analisar a constituição do modo de ser do sujeito, Foucault não faz uma teoria do sujeito, não define o que é o sujeito e sim, analisa como o sujeito se constrói, a forma de constituição do sujeito, os modos de subjetivação e de que forma esses modos foram mudando ao longo da história. E por fim, Foucault explica seu pensamento, intenção e trajetória:

Substituir a história dos conhecimentos pela análise histórica das formas de veridicção, substituir a história das dominações pela análise histórica dos procedimentos de governamentalidade, substituir a teoria do sujeito ou a história da subjetividade pela análise histórica da pragmática de si e das formas que ela adquiriu, eis as diferentes vias de acesso pelas quais procurei precisar um pouco a possibilidade de uma história do que se poderia chamar de “experiências”.<sup>58</sup>

Assim, Foucault buscou estudar diversas questões do mundo moderno como a loucura, a sexualidade, o poder, a prisão, a criminalidade, entre outras, e chamá-las de *focos de experiência*.

Acredito que a partir dessa breve explicação sobre o conceito de *focos de experiência*, podemos apropriá-la ao objeto deste trabalho, a Igreja Universal do Reino de Deus. Ao estudar esta denominação religiosa, podemos observar que ela

---

<sup>56</sup> Ibid., p. 6.

<sup>57</sup> Ibid., p. 6.

<sup>58</sup> Ibid., p. 7.

constitui saberes, institui normas de comportamento e age sobre a forma como o sujeito se constitui. Primeiramente, como formadora de saberes, em que é preciso analisar as práticas discursivas que constituem esses saberes e lhes dão status de verdade, de que maneira a IURD e seus líderes formam saberes através das práticas discursivas, saberes a respeito de Deus, do diabo, do paraíso, do dinheiro, das outras religiões (incluindo as afro-brasileiras, o espiritismo kardecista, o catolicismo e até os protestantes históricos), dos meios midiáticos, etc.

Em segundo lugar, como normatizadora de comportamentos, a IURD não se mostra tão rígida se comparada ao ascetismo de outras denominações evangélicas, que instituem diversas normas, especialmente para as mulheres como: não cortar o cabelo, usar saia abaixo do joelho, não usar maquiagem, usar véu durante o culto, entre outras. Normas que agem diretamente sobre os corpos das pessoas, que os disciplinam e que tornaram-se uma forma de identificação imediata de um evangélico (popularmente e pejorativamente chamado de “crente”). Na IURD essa normatização sobre os corpos ocorre de forma diferente, não é o que se veste, o que se faz com o corpo que importa (por exemplo, eles não são contra as tatuagens e piercings), e sim, de que forma o corpo pode ser a porta de entrada para os demônios que atormentam a vida das pessoas. Portanto, em uma “Sessão de Descarrego” é sobre o corpo que o pastor vai agir, é através do corpo que o demônio se manifesta, assim, o corpo do fiel tem de ser disciplinado para que o demônio saia e não volte; além de diversas outras ocasiões em que é sobre o corpo do fiel que age a fé, como o “Vale do Sal Grosso”, uma campanha onde é feito um caminho de sal grosso dentro do templo e todos os fiéis têm de passar por ele, aqueles que estão com algum demônio, vão se manifestar.

E por último podemos pensar como a subjetividade é construída, como o sujeito age sobre si mesmo através de sua pertença religiosa. Importante destacar que todo conhecimento de caráter religioso tem a pretensão de prescrever subjetividade. Como um fiel da IURD age sobre si mesmo? A resposta para essa pergunta abrange diversos campos, por exemplo, uma questão do comportamento sexual e da moral sexual, como Foucault exemplifica na primeira aula, como o sujeito é levado a se constituir como um sujeito moral na conduta sexual? Como um fiel da IURD é levado a se constituir como sujeito moral sexual? Ou seja, é necessário identificar as tecnologias que fazem com que o sujeito aja sobre si mesmo.

Enfim, é preciso pensar a IURD como um *foco de experiência* e analisar de que maneira os saberes se constituem através das práticas discursivas na IURD e, constituído os saberes, de que forma agem de forma disciplinar sobre os fiéis, e por fim, como os fiéis agem sobre si mesmos.

### 3 METAMORFOSES DO CAMPO RELIGIOSO BRASILEIRO<sup>59</sup>

#### 3.1 NÚMEROS DO CAMPO RELIGIOSO BRASILEIRO

Quanto tempo é necessário para percebermos mudanças bruscas em uma sociedade? E se pensarmos no Brasil de cem anos atrás? Com certeza, iríamos perceber que as mudanças são imensas, inimaginável viver em um mundo sem energia elétrica e internet, por exemplo.

O que pretendo abordar na primeira parte deste capítulo é uma reflexão sobre o centenário do pentecostalismo no Brasil e sua importância dentro do campo religioso brasileiro e uma breve análise deste campo baseando-se em pesquisas estatísticas.

Em 2010 comemorou-se o centenário do pentecostalismo no Brasil, com a chegada das primeiras denominações pentecostais em 1910, Congregação Cristã, e em 1911, Assembléia de Deus. De lá pra cá muita coisa mudou, novas igrejas foram criadas, muitos fiéis arrebanhados, muitas atitudes transformadas, novos enfoques adotados, enfim, foram tantas transformações ao longo desses cem anos que é válido dividi-las em diferentes fases. O pentecostalismo no Brasil nunca se apresentou homogêneo. Quando falamos em protestantismo e divisão do pentecostalismo, um sociólogo é aclamado: Paul Freston. Sua tese de doutorado defendida em 1993 com o título, “Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao Impeachment” é leitura indispensável para os estudiosos do protestantismo no Brasil. No quinto capítulo de sua tese, primeiramente, ele atenta para a importância de estudar as igrejas pentecostais em seu nível macro e destaca que elas estão em constante transformação:

É hora de a sociologia da religião estudar *as grandes igrejas pentecostais enquanto instituições em evolução dinâmica*. Estas não são organizações estáticas que incham numericamente; estão em constante adaptação, e as mudanças são frequentemente objeto de lutas. Ademais, o pentecostalismo possui grande variedade de formas, a cada nova espécie vai enterrando mais alguns mitos a

---

<sup>59</sup> Acredito importante informar que algumas idéias expostas neste capítulo estão inseridas em um capítulo de minha autoria, “O reino da palavra: O discurso midiático da e sobre a Igreja Universal do Reino de Deus no Brasil Contemporâneo (1990-2010)”, que está inserido no livro *100 Anos de Pentecostes – capítulos da história do pentecostalismo no Brasil*, organizado pelos professores, Alfredo dos Santos Oliva e Antônio Paulo Benatte.

respeito de “o pentecostalismo”.<sup>60</sup>

Diante dessas metamorfoses Freston propõe uma divisão do pentecostalismo brasileiro em três ondas:

O pentecostalismo brasileiro pode ser compreendido como a história de *três ondas* de implantação das igrejas: A primeira onda é a década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e da Assembléia de Deus (1911). Estas duas igrejas têm o campo para si durante 40 anos, pois suas rivais são inexpressivas. A Congregação, após grande êxito inicial, permanece mais acanhada, mas a AD se expande geograficamente como a igreja protestante nacional por excelência, firmando presença nos pontos de *saída* do futuro fluxo migratório. A segunda onda pentecostal é dos anos 50 e início de 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: a Quadrangular (1951), Brasil para Cristo (1955) e Deus é Amor (1962). O contexto dessa pulverização é *paulista*. A terceira onda começa no final dos anos 70 e ganha força nos anos 80. Suas principais representantes são a Igreja Universal do Reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980). Novamente, essas igrejas trazem uma atualização inovadora da inserção social e do leque de possibilidades teológicas, litúrgicas, éticas e estéticas do pentecostalismo. O contexto é fundamentalmente *carioca*.<sup>61</sup>

E Freston justifica essa divisão afirmando que estando organizada de uma forma cronológica, destaca a “versatilidade” do pentecostalismo, mostra de que maneira este evoluiu e as “marcas” que cada igreja leva do contexto de sua criação. As igrejas que compõem a primeira onda enfatizavam a glossolalia (como dom do Espírito Santo), as da segunda onda, a cura divina, e da terceira onda, a guerra contra o Diabo e a libertação dos demônios. Transformar para se adaptar, é uma característica que pode ser vista em algumas igrejas pentecostais, e que também pode explicar o porquê de algumas igrejas pentecostais pioneiras (da primeira onda) perderem terreno para as pentecostais da terceira onda, criadas no mundo moderno, portanto, mais sintonizadas com ele.

Não cabe no âmbito deste trabalho analisar e descrever historicamente a trajetória das principais denominações pentecostais<sup>62</sup>, o foco é a constituição da

<sup>60</sup> FRESTON, Paul. **Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao Impeachment**. 1993. Tese de doutorado em Sociologia – UNICAMP, Campinas. p. 64.

<sup>61</sup> Ibid., p. 66.

<sup>62</sup> Cf. FRESTON, Paul. **Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao Impeachment**. 1993. Tese de doutorado em Sociologia – UNICAMP, Campinas.



Igreja Universal do Reino de Deus e seus desdobramentos na sociedade, no entanto, a comparação com algumas igrejas é inevitável. E essa comparação, especialmente estatística, é importante para que possamos entender o crescimento meteórico e as repercussões causadas por algumas atitudes iurdianas. Portanto, acredito essencial partir para uma análise estatística do campo religioso brasileiro, onde possamos observar as três ondas descritas por Freston e as metamorfoses ao longo de cem anos em terras brasileiras.

Ao pensar sobre as ondas de Freston, o antropólogo Ronaldo de Almeida em seu texto “A expansão pentecostal: circulação e flexibilidade”<sup>63</sup>, afirma que entre rupturas e continuidades, não houve nenhuma ruptura brusca no pentecostalismo que possa caracterizar uma nova onda:

Partindo da metáfora de Freston, mas sem um compromisso muito estreito com ela, diria que após a chamada “terceira onda”, mais especificamente com o surgimento da Universal, em 1977, ainda não surgiu uma nova inflexão tão significativa no interior deste segmento que pelo menos tenha se consolidado.<sup>64</sup>

Sobre a expansão pentecostal Almeida propõe diferentes planos de análise, dentre eles, a “fluidez dos conteúdos simbólicos”, mostrando de que maneira os mecanismos simbólicos são apropriados e ressignificados por diversas religiões, fluindo entre elas. Pensando nessa apropriação de símbolos, uma religião nega a outra ao mesmo tempo em que a assimila e ressignifica objetos e práticas.

Trata-se de uma espécie de “sincretismo às avessas” que opera na lógica dos binômios negação/assimilação e inversão/continuidade. No primeiro, a Igreja Universal combate as outras religiões ao mesmo tempo que assimila suas formas de apresentação. No segundo, trata as outras religiões como falsidade ao mesmo tempo que atesta sua existência sobrenatural. Em suma, alimenta-se daquilo com que está em confronto e ao mesmo tempo é reconhecida pelo próprio meio religioso como evangélica.<sup>65</sup>

Esta é uma análise interessante sobre um dos aspectos que pode explicar a expansão dos pentecostais. Sob a ótica da Igreja Universal do Reino de Deus, ao

---

<sup>63</sup> ALMEIDA, R. A expansão pentecostal: circulação e flexibilidade. In: Faustino Texeira & Renata Menezes. (Org.). **As religiões no Brasil: continuidades e rupturas**. 1 ed. Petrópolis: Vozes, 2006, v. , p. 111-122

<sup>64</sup> Ibid., p. 1-2.

<sup>65</sup> Ibid., p. 3.

atacar ferozmente as religiões afro-brasileiras, as reconhece e legitima, pois, só se pode combater algo quando se acredita nele. Por exemplo, só é travada uma batalha espiritual com um Exu numa “Sessão de Descarrego”, se realmente acredita-se que ele tem o poder de interferir na vida das pessoas. E pensando sobre a fluidez dos conteúdos simbólicos, podemos destacar a ampla utilização de objetos simbólicos e mágicos distribuídos nos cultos da Universal. Um bom exemplo pode ser visto no poder do sal grosso (bastante utilizado pelas religiões afro-brasileiras) com a campanha “Vale do Sal Grosso”, em que o fiel é convidado a passar sobre um caminho feito de sal grosso e, se houver algum demônio em sua vida, ele vai se manifestar. Dessa forma, podemos observar que algumas igrejas pentecostais, especialmente da terceira onda, precisam das religiões afro-brasileiras e seu panteão de orixás para legitimar suas atitudes.

Em um segundo aspecto da análise sobre a expansão, Almeida reflete sobre uma mobilidade do campo religioso brasileiro, mudando o foco da instituição para o fiel. Baseando-se numa pesquisa estatística, ele afirma que, há uma circulação de pessoas “flutuantes” que se servem dos “serviços” oferecidos pelo pentecostalismo.

[...] os dados quantitativos e qualitativos indicaram que os evangélicos abriram um espaço no seu leque de serviços que admite não propriamente o duplo pertencimento, mas uma tolerância por um determinado período até que as pessoas se filiem a uma denominação fazendo do “batismo nas águas” o seu rito de passagem. Assim, não se exclui de imediato ninguém da freqüência aos templos.<sup>66</sup>

Almeida nos traz dois aspectos de análise sobre a expansão dos pentecostais, por um viés sociológico, enfatizando alguns mecanismos que os pentecostais desenvolveram para atrair mais fiéis, para legitimar suas práticas, para adaptar uma religião às necessidades do mundo moderno.

Sobre essa questão da divisão das igrejas pentecostais, podemos concluí-la com uma citação de Ricardo Mariano:

Práticas rituais, correntes teológicas, técnicas evangelísticas não respeitam fronteiras denominacionais nem circulam somente numa determinada vertente evangélica. O neopentecostalismo não só tende a exercer como já vem exercendo influência no pentecostalismo clássico e no deuteropentecostalismo. Mas as

---

<sup>66</sup> Ibid., p. 7-8.

influências, além de recíprocas, caminham nos mais diversos sentidos. O próprio neopentecostalismo é fruto, em parte, de antecipações e rumos tomados por algumas de suas predecessoras.<sup>67</sup>

Em um passeio mais atento, proposto no início deste trabalho, podemos observar o crescimento das igrejas evangélicas em um país majoritariamente católico. Diante de tal aumento, torna-se imprescindível analisar algumas pesquisas estatísticas, que possam afirmar numericamente este crescimento visto a olho nu.

Sobre as pesquisas estatísticas e o campo religioso brasileiro, podemos destacar o artigo do sociólogo Leonildo Silveira Campos<sup>68</sup>, “Os Mapas, Atores e Números da Diversidade Religiosa Cristã Brasileira: Católicos e Evangélicos entre 1940 e 2007”, em que há uma análise baseada nos dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 1940 a 2000, da pesquisa DataFolha de 2007 e Fundação Getúlio Vargas (FGV) de 2003, além de uma pesquisa americana realizada pelo *The Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life*, chamada, *Spirit and Power – A 10 Century Survey of Pentecostal* de 2006. A partir da análise desses dados, Campos elabora diversos gráficos e tabelas ao longo de seu texto, sendo que alguns deles serão incluídos ao longo deste trabalho.

Podemos começar analisando uma tabela elaborada por Campos em que são apresentadas as percentagens sobre as denominações religiosas, baseadas em sessenta anos de censo do IBGE. Importante destacar que o censo de 2000 já completou uma década, portanto, traz alguns números já defasados. Os estudiosos da religião estão ansiosos pela divulgação dos resultados do censo realizado em 2010, que provavelmente só serão apresentados em 2012.

Observando a tabela abaixo, podemos destacar alguns dados, principalmente o crescimento dos evangélicos nos nove anos (1991-2000) de 9% para 15,6%, o decréscimo dos católicos de 83,3% para 73,9% e o crescimento dos denominados sem religião de 4,7% para 7,4%. E principalmente, esses números absolutos nos mostram que houve metamorfoses e evolução no campo religioso brasileiro que proporcionaram diversas discussões sobre essas mudanças significativas.

---

<sup>67</sup> MARIANO, R. **Neopentecostais**: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 1999. p. 47.

<sup>68</sup> CAMPOS, Leonildo Silveira. Os Mapas, Atores e Números da Diversidade Religiosa Cristã Brasileira: Católicos e Evangélicos entre 1940 e 2007, **Rever – Revista de Estudos de Religião**, n. 8, p. 9-47, dezembro 2008. Disponível em: <[http://www4.pucsp.br/rever/rv4\\_2008/t\\_campos.htm](http://www4.pucsp.br/rever/rv4_2008/t_campos.htm)>. Acesso em: 18 ago. 2010.

**Tabela 01** – Metamorfoses no campo religioso segundo dados do IBGE.**Tabela 1 - Religiões no Brasil – 1940-2000**

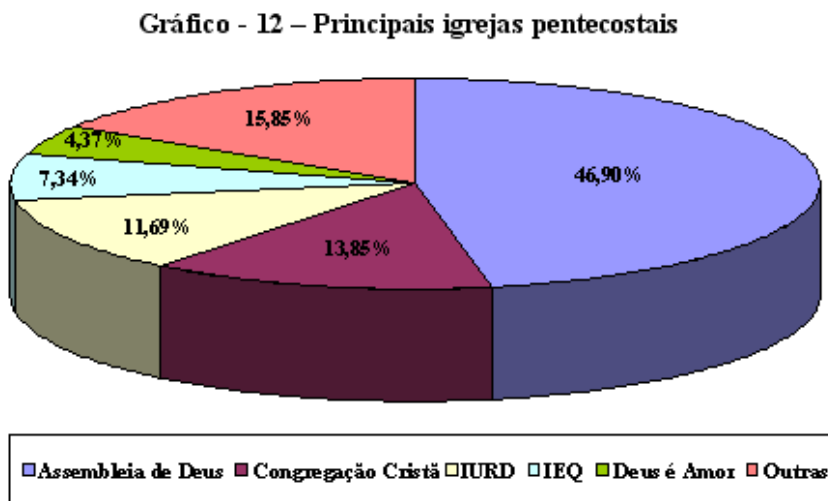
ANO	Católicos	Evangélicos	outras religiões	sem religião
1940	95.2	2.6	1,9	0,2
1950	93.7	3.4	2,4	0,3
1960	93.1	4.3	2,4	----
1970	91.8	5.2	2,3	0,8
1980	89.0	6.6	2,5	1,6
1991	83.3	9.0	2,9	4,7
2000	73.9	15.6	3,5	7,4

**Fonte:** IBGE – Censos demográficos. (quadro comparativo por % da população do país)

**Fonte:** Campos (2008) p. 14.

Segundo Campos, “O número de católicos teve um acréscimo de 220,4% nesses 60 anos, enquanto os evangélicos aumentaram em 2.361% e os sem religião tiveram um estrondoso aumento de 14.204,6%.” Com essas percentagens podemos ter uma boa visão do que está acontecendo no campo religioso brasileiro e que cada pesquisa divulgada só reforça essas tendências.

Somente em nove anos (1991 – 2000) os evangélicos cresceram 101%. No entanto, temos de entender que os evangélicos abrangem os protestantes históricos ou de missão (batistas, presbiterianos e luteranos) e os pentecostais. Diante desse quadro de crescimento específico dos pentecostais, é necessário saber quais as igrejas que lideram esse ranking pentecostal, para tal, podemos observar o gráfico abaixo. Nele podemos ver que com 46,90%, a Assembléia de Deus (1911) como pioneira pentecostal, continua com quase metade da população pentecostal, em seguida, com 13,85%, a Congregação Cristã (1910), também pioneira, em terceiro lugar, a IURD (1977), com 11,69%, depois, Igreja Quadrangular com 7,34%, Deus é Amor com 4,37% e as outras menores com 15,85%.

**Tabela 02 – Percentagens das igrejas pentecostais**

Fonte: IBGE – 2000

Fonte: Campos (2008) p. 31.

Uma pesquisa realizada pela FGV em 2003, organizada por Marcelo Neri, trabalhou com microdados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2003) do IBGE. A pesquisa trata a expansão dos pentecostais associada a diversas áreas, faixa etária, gênero, renda familiar, condições de moradia, centros urbanos, doações de dízimos, etc. Nessa pesquisa, os pentecostais apresentam uma percentagem de 17,9% em relação ao censo de 2000 e os sem religião apresentam um decréscimo de 7,4% para 5,1%. Outra pesquisa também analisada por Campos é a da DataFolha em 2007, que foi elaborada para esperar a visita do Papa Bento XVI em 2007. Segundo o autor,

Essa pesquisa indicou que a Igreja Católica retomou a queda nos números, porém, agora em uma velocidade menor do que a dos anos 90. [...]O declínio no número de católicos, segundo pesquisas da DataFolha, foi assim demonstrado: 74% (1996); 72% (1998); 70% (2002) e 64% (2007).<sup>69</sup>

E analisando os dados em relação aos católicos, evangélicos pentecostais e não pentecostais, divididos por regiões do Brasil podemos observar as percentagens no quadro abaixo, onde constatamos a região Sul como a mais católica (70%) e a região Norte a mais evangélica (26%) e pentecostal (22%).

<sup>69</sup> Ibid., p. 38.

**Tabela 03** – Pesquisa DataFolha – Religiões de acordo com as regiões brasileiras**Tabela 8** – Distribuição das religiões cristãs nas regiões do país (em porcentagem)

REGIÃO	CATÓLICA	EVANGÉLICA (TOTAL)	EVANGÉLICA (PENTECOSTAL)	EVANGÉLICA (NÃO PENTECOSTAL)
Centro-Oeste	63	24	18	6
Nordeste	71	17	14	3
Norte	61	<b>26</b>	<b>22</b>	4
Sudoeste	59	25	20	5
Sul	<b>70</b>	18	13	5
Média nacional	64	22	17	5

Fonte: DataFolha – 2007

Fonte: Campos (2008) p. 38.

A pesquisa realizada em 2006 pelo *The Pew Forum on Religion & Public Life* chamada *Spirit and Power – a 10 Country Survey of Pentecostals*<sup>70</sup>, escolheu o Brasil dentre os 10 países pesquisados. A pesquisa propõe diversas questões aos evangélicos, entre elas, se já testemunharam ou participaram de algum exorcismo, se na Bíblia a palavra de Deus pode ser tomada literalmente, se eles praticavam a glossolalia (falar em línguas), e em casos morais e éticos, ser a favor do aborto, nunca justificar comportamentos como o homossexualismo, prostituição, etc.

E no final do artigo de Leonildo Campos, é elaborada uma tabela que reúne os dados de todas as pesquisas citadas acima e proporciona uma boa imagem das transformações do campo religioso brasileiro. Nelas podemos confirmar o decréscimo dos católicos, o crescimento contínuo dos protestantes, em especial os pentecostais, e o grande aumento dos considerados “sem religião”, que acreditam em Deus, mas não se vinculam a nenhuma instituição.

<sup>70</sup> Cf. **Spirit and Power - A 10 Country Survey of Pentecostals**. Pesquisa completa disponível em: <<http://pewforum.org/surveys/pentecostal/>>. Acesso em: 20. set. 2011.

**Tabela 04** – Dados gerais das pesquisas: uma visão do campo religioso**Tabela 13** – Composição do campo religioso brasileiro (em %)

	IBGE - 2000	FGV - 2003	DataFolha - 2007	Pew Forum - 2006
Católicos	73,9	73,7	64,0	57,0
Protestantes	15,6	17,9	22,0	21,0
Outras religiões	3,5	3,3	6,0	5,0
Sem religião	7,4	5,1	7,0	13,0

Fonte: elaboração própria.

Fonte: Campos (2008) p. 44.

Com a divulgação de diversas pesquisas estatísticas que continuaram comprovando o crescimento pentecostal, uma questão fundamentou vários trabalhos acadêmicos: O Brasil se tornará um país pentecostal? Os pentecostais serão a maioria? A resposta foi: Os pentecostais não serão hegemônicos no país, não da forma otimista que alguns se animaram com os dados de 2000. A população católica, segundo dados do IBGE, que em 1940 era de 95,2%, e em 2000 chegou a 73,9%, apresenta um decréscimo significativo, mas em sessenta anos apresentou uma queda que por enquanto não podemos pensar numa reviravolta total que os coloque em segundo lugar.

E pensando nesse decréscimo constante dos católicos e aumento dos pentecostais, muitos acadêmicos procuraram respostas que justificassem esses números. Dentre eles, o sociólogo Ronaldo Almeida em seu artigo “Os pentecostais serão maioria no Brasil?”, mostra alguns aspectos que podem explicar os dados estatísticos:

Os problemas católicos são, portanto, converter: sua liturgia à emoção, seu rito ao espetáculo, a instituição fria à comunidade acolhedora, o saber sagrado ao saber mágico pouco regulado institucionalmente. Os pentecostais mudaram para crescer, os católicos mudaram para concorrer e garantir a “volta daqueles que ainda não se foram.”<sup>71</sup>

Podemos concluir essas análises com base no censo de 2000, citando Antônio Flávio Pierucci, em seu artigo, ““Bye bye, Brasil” – O declínio das religiões tradicionais no Censo 2000”<sup>72</sup>:

<sup>71</sup> ALMEIDA, Ronaldo. Os Pentecostais serão Maioria no Brasil? **REVER – Revista de Estudos da Religião**, São Paulo, n.8, p. 48-58, dezembro 2008. p.54.

<sup>72</sup> PIERUCCI, A. F. “Bye bye, Brasil” – O declínio das religiões tradicionais no Censo 2000. **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, n.18, p. 17-28, agosto 2004.

O que o censo de 2000 nos diz, por enquanto, é que o Brasil continua mudando gradualmente quanto aos componentes religiosos de sua cultura plural e sempre mais se destradicionalizando em termos religiosos. Mas adentra o novo século contando com 125 milhões de católicos declarados em 170 milhões de habitantes. Em números absolutos, é católico que não acaba mais. Basta atentar para o número absoluto de evangélicos, 26 milhões, para ver que a diferença a favor dos católicos ainda é muito grande: cem milhões.<sup>73</sup>

Para a felicidade de alguns pesquisadores, ansiosos pelos resultados do censo de 2010, a FGV divulgou em agosto deste ano a pesquisa “Novo mapa das religiões”<sup>74</sup>, novamente organizada por Marcelo Neri. Baseadas nos microdados do POF de 2009, a pesquisa mostra a contínua queda do catolicismo, alcançando à menor percentagem histórica de adeptos católicos: 68,43%. Dessa maneira, os católicos em um período de praticamente 7 anos (2003 a 2009) apresentaram uma queda de 7,3%, enquanto outras denominações cresceram: os evangélicos com taxa de 13,13% (de 17,88% para 20,23%) e os sem religião passaram de 5,13% para 6,72%. A pesquisa (semelhante à de 2003) abrange números da religião relacionados à faixa etária, gênero, nível de escolaridade, classes econômicas, etc. Também apresentou comparações entre os países mais religiosos, e, segundo Neri,

Religião é um produto de exportação brasileiro, menos pela presença da Teologia da Libertação católica e mais pela presença de grupos de evangélicos pentecostais em outros países. Nos últimos anos tive a experiência de ver programas de TV evangélicos brasileiros durante a madrugada em países tão distintos como Índia, México e Nicarágua.<sup>75</sup>

De acordo com a pesquisa, ao analisar as concentrações religiosas por Estados brasileiros, o Acre apresenta-se com a maior participação evangélica pentecostal (24,18%) e em relação às demais igrejas evangélicas é o Espírito Santo que lidera o ranking com 15,09%, seguido do Acre com 12,46%. Ou seja, o Acre lidera a maior participação evangélica com 36,64%. Já o Rio de Janeiro está em primeiro lugar com as religiões espiritualistas (3,37%) e afro-brasileiras (1,61%). Enganam-se quem pensa que a Bahia é o reduto das religiões afro-brasileiras em

<sup>73</sup> Ibid., p. 21.

<sup>74</sup> Disponível em: <[www.fgv.br/cps/religião](http://www.fgv.br/cps/religião)>. Acesso em: 20. out. 2011.

<sup>75</sup> NERI, M. **Novo Mapa das religiões**. Rio de Janeiro: FGV, CPS, 2011. p. 16. Disponível em: <[www.fgv.br/cps/religião](http://www.fgv.br/cps/religião)>. Acesso em: 20. out. 2011.



que ocupa o quarto lugar com 0,33%. O Estado mais espiritualista também ocupou o lugar do menor número de católicos, menos da metade da população considerasse católica (49,83%). E o Estado com maior índice de católicos é o Piauí com 87,93%. Ao pensar a relação entre religião e pobreza, Neri afirma que as igrejas pentecostais estariam mais inseridas na zona urbana, pois, é ali que o Estado está menos presente ao assistir as pessoas nas necessidades básicas.

Os dados demonstram claramente que a velha pobreza brasileira (e.g. áreas rurais do nordeste, mais assistidas por programas sociais) continua católica, enquanto a nova pobreza (e.g. periferia das grandes cidades, mais desassistida) estaria migrando para as novas igrejas pentecostais e para os chamados segmentos sem religião.<sup>76</sup>

De acordo com o padre Alberto Antoniazzi, em seu artigo “As religiões no Brasil segundo o Censo de 2000”, “A novidade não é tanto o aumento real do número dos evangélicos ou dos ‘sem religião’ mas o aumento das pessoas que não têm mais receio de assumir publicamente tal condição.”<sup>77</sup>

Com base em todas as estatísticas e análises apresentadas neste tópico, podemos observar numericamente as metamorfoses do campo religioso brasileiro, e, atestar o sucessivo declínio do catolicismo e o incrível crescimento dos evangélicos, em especial, dos pentecostais. Diante destes números, é possível compreender o contexto em que a IURD vêm crescendo meteoricamente, inserida em um campo maior que não pára de crescer, o dos pentecostais. E, a partir dessa exposição, acredito possível partir para uma trajetória histórica da IURD.

Para encerrar a discussão sobre o campo religioso brasileiro, creio interessante esse trecho de Leonildo Campos.

Relacionar o estado, o processo e o grau de desenvolvimento de nossa diversidade religiosa implica na percepção de que a realidade está ligada não somente à urbano-industrialização, mas também ao êxodo rural, à explosão de megalópoles e de metrópoles regionais, ao aumento da desigualdade social e ao surgimento de uma cultura mundializada. Esses são alguns dos fenômenos que possibilitaram atribuir à mídia um importante papel na reconstrução das teias de relacionamento entre indivíduos e grupos sociais num contexto adverso, complexo e pluralista. [...] Porém, nos anos 80, os meios de comunicação de massa, rádio e televisão principalmente, se

<sup>76</sup> Ibid., p. 42.

<sup>77</sup> ANTONIAZZI, A. As religiões no Brasil segundo o Censo de 2000. **REVER – Revista de Estudos da Religião**, São Paulo, n. 2, p. 75-80, 2003. p. 77.

aproveitando do avanço da telefonia na década anterior e da unificação comunicacional do país, passaram a oferecer às pessoas novas maneiras de rearticulação do tradicional com o moderno. O campo religioso dificilmente iria sair sem profundas alterações diante de tantas mudanças experimentadas pela sociedade brasileira nessas seis décadas visibilizadas nos números dos censos de 1940 e o de 2000.<sup>78</sup>

### 3.2 ASPECTOS DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

Quantas pequenas salas com poucas cadeiras, um humilde púlpito, um microfone, um pastor, uma bíblia e meia dúzia de fiéis encontramos por aí? Quantas minúsculas igrejas evangélicas nos passam despercebidas? Quantas nascem acanhadas em pequenos espaços? Pois é, a grande maioria das igrejas evangélicas surge de forma tímida. O nascimento da Igreja Universal do Reino de Deus não poderia ser de outra maneira. A IURD surgiu numa ex-funerária no Rio de Janeiro em 1977, fundada pelo atual líder Edir Macedo, pelo seu cunhado, Romildo Ribeiro Soares, mais conhecido como R. R. Soares e Roberto Augusto Lopes.

Acompanhando as mudanças da sociedade na década de 80, a IURD surgiu num contexto bastante diferente daquele das primeiras igrejas pentecostais e, conseqüentemente, se adapta melhor às necessidades de uma sociedade urbana e midiaticizada. Para compreender a trajetória da IURD, é preciso entender alguns aspectos da história de vida de Edir Macedo<sup>79</sup>, nela, alguns detalhes nos chamam atenção: de família nordestina, Macedo é de origem católica, esteve em contato com a umbanda e, principalmente, frequentou a Igreja Nova Vida. Essa passagem por diferentes denominações podem esclarecer alguns aspectos que compõe a IURD.

A Igreja Nova Vida, fundada pelo canadense Robert McAlister, apresentava uma forma de organização central, que se baseava na figura do líder, investia nos meios midiáticos e adotava uma nomenclatura de episcopado. Os principais líderes das igrejas neopentecostais (IURD, IIGD, Cristo Vive) são frutos da Igreja Nova Vida. Qualquer semelhança é mera coincidência? Não! Edir Macedo deixou a Nova Vida para criar uma nova igreja que mesclasse diversos aspectos de sua bagagem

---

<sup>78</sup> CAMPOS, op. cit., p. 11.

<sup>79</sup> Para conhecer FRESTON, P. **Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment**, Campinas, tese (doutorado em sociologia) Campinas, IFCH-Unicamp, 1993. e MARIANO, R. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1999.

religiosa. E assim, em um pequeno espaço, nasce a igreja que se tornaria um empreendimento expansionista e polêmico. A respeito da influência da Igreja Nova Vida, podemos citar o sociólogo Ricardo Mariano em seu famoso livro, *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*.

A fonte inicial da prática da Universal e da Internacional da Graça, por exemplo, de “entrevistar demônios” e combater os cultos afro-brasileiros (batalha para a qual o contexto carioca é decisivo) foi a Nova Vida, denominação na qual Edir Macedo, R. R. Soares e Miguel Ângelo deram também seus primeiros passos rumo à Teologia da Prosperidade e foram doutrinados para romper com o legalismo pentecostal.<sup>80</sup>

Voltando à trajetória da IURD, em 1987, Roberto Lopes desliga-se da IURD e volta para Igreja Nova Vida, e Macedo passa a morar nos Estados Unidos, visando difundir as concepções iurdianas pelo mundo. Em 1989, Macedo volta ao Brasil e logo depois realiza a compra da Rede Record, e a partir disso, a semente da desconfiança é lançada. Em 1990, R. R. Soares, que era o principal líder e pregador da IURD, é confrontado por Macedo em uma votação, onde acaba perdendo e desligando-se da Universal. Assim, em 1980, R. R. Soares funda sua própria igreja, a Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), que é moldada de forma semelhante à IURD. Segundo Freston,

É nesse período que a IURD explode no noticiário brasileiro. Parece haver, em 1987, uma inflexão na trajetória da igreja, iniciando a diversificação de atividades e penetração mais ousada de espaços sociais, o que resultou em maior atenção da mídia. Alguns alegam, também, uma mudança nas práticas financeiras da igreja e nas prioridades do próprio Macedo.<sup>81</sup>

Vamos pensar na forma como a IURD se expandiu em tão pouco tempo e suas principais características. Primeiramente, crescimentos rápidos e expressivos causam espanto e geram interesse e desconfiança. A IURD em sua expansão em solo brasileiro concentra-se nos estados do Rio de Janeiro, Bahia e São Paulo, em especial nos centros urbanos. Importante destacar que não possuímos números exatos sobre a quantidade de fiéis, de templos, pastores, obreiros, etc., no entanto,

---

<sup>80</sup> MARIANO, R. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1999. p. 42.

<sup>81</sup> FRESTON, op. cit., p. 97.

estes números, especificamente, não são o foco do trabalho, interessa-nos que a IURD é o carro chefe das igrejas pentecostais da terceira onda, e que faz amplo uso dos meios midiáticos.

No exterior<sup>82</sup> a IURD vêm inaugurando templos ao redor do mundo todo<sup>83</sup>, revelando a forte visão expansionista de Edir Macedo. Segundo o site oficial da IURD, estaria presente em mais de 180 países<sup>84</sup>, sendo que a primeira igreja internacional foi inaugurada em 1980, em *Mount Vermont*, no estado de Nova Iorque<sup>85</sup>. Sobre a instalação em solo norte-americano, de acordo com Mariano,

[...] sua implantação e expansão, tanto nos EUA (onde a Universal tentava se fixar sem êxito desde 1980) como na maioria dos países em que se estabeleceu, continuou sendo feita majoritariamente por pastores brasileiros. Segundo, porque nos EUA, embora fosse o primeiro país estrangeiro em que se estabeleceu e contasse, desde o início, com a ajuda e assessoria de pastores norte-americanos, a igreja cresceu relativamente pouco e quase só entre imigrantes hispânicos.<sup>86</sup>

Mas a expansão também pode ser vista em praticamente todos os continentes, está presente em quase todos os países da América Latina, na metade dos países africanos, no Canadá, em diversos países na Europa e em alguns da Ásia. Macedo em uma entrevista disse que tem a pretensão de implantar o *slogan* “Pare de sofrer!” nos países de origem islâmica.

Algumas das características que diferem a IURD, que apresentam continuidades e rupturas em relação às demais pentecostais e que, conseqüentemente, possibilitaram a criação de uma nova onda são: ênfase na Teologia da Prosperidade, guerra santa: um embate ferrenho com o diabo e com as religiões espiritualistas (afro-brasileiras e espiritismo kardecista), forte inserção midiática, presença no plano político partidário, maior liberdade dos “usos e

---

<sup>82</sup> Sobre a expansão da IURD em diversos países há a interessante coletânea de textos que compõe o livro *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*, organizado por Ari Pedro Oro, André Corten e Jean-Pierre Dozon.

<sup>83</sup> No site oficial sempre há informações e fotos sobre a inauguração de templos ao redor do mundo.

<sup>84</sup> Segundo o site oficial da denominação, os templos da IURD já estão presentes em mais de 180 países. Disponível em: <<http://www.igrejauniversal.org.br/histiurd-mundo.jsp>> Acesso em: 10 jul. 2011.

<sup>85</sup> O sociólogo Paul Freston considera um templo aberto na fronteira entre o Brasil e o Paraguai, em 1985, como sendo provavelmente o primeiro no exterior. Apud ORO, A. P.; CORTEN, A.; Jean-Pierre D. (org.) **Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé**. São Paulo: Paulinas, 2003 p. 29.

<sup>86</sup> MARIANO, op. cit., p. 57.

costumes”, crença em objetos simbólicos e organização empresarial.

Acredito importante comentar sobre os cultos iurdianos, dizem por aí que se você foi a uma IURD, então você conhece todas! Essa padronização da denominação pode ser percebida em sua escala semanal, onde cada dia é reservado para um culto focado em um problema mundano, por exemplo, as terças-feiras são destinadas à libertação dos demônios, mais conhecida como “Sessão do Descarrego”. Os cultos em si não seguem uma ordem invariável, como nas missas católicas, os pastores têm grande autonomia para decidir o que fazer: se é hora de orar, de cantar, de doar, de exorcizar, etc. Dentro dos cultos uma presença faz-se indispensável, os obreiros e obreiras voluntários, destinados a auxiliarem os pastores e semearem as idéias iurdianas. Novamente citando Mariano,

A Universal exige enorme empenho e disposição de seus pastores e obreiros. Ao prometer solução para todos os males terrenos, a igreja funciona como verdadeiro “pronto-socorro espiritual”. Sua promessa mais sedutora – porque mais utópica ou mais incongruente com a condição humana -, repetida à exaustão em emissoras de rádio e TV, é o lema “Pare de sofrer”. Para dar pronto-atendimento aos sofredores e necessitados, a igreja tem de estar sempre aberta, e seus pastores e obreiros, sempre de plantão.<sup>87</sup>

Para a IURD chegar ao que é hoje, Macedo de forma estratégica e empresarial<sup>88</sup>, centralizou o poder em suas mãos, não abrindo espaço para criar possíveis líderes que coloquem seu poder e seu império em jogo. Mariano afirma que a forma de governo eclesiástica da Universal gira em torno da figura do Edir Macedo, onde a estrutura de poder é vertical. O poder vindo de cima, daquele que foi “escolhido” por Deus para liderar essa missão, não pode ser negado, questionado, comandado, ou seja, o bispo Macedo reina absoluto do topo da cadeia alimentar. Assim, Macedo apresenta-se como um bom administrador, empreendedor, carismático e déspota. Essa visão empresarial de mercado religioso tão forte em Macedo pode ser explicitada da seguinte forma:

Funcionar como empresa lucrativa, este é o lema do bispo primaz para competir e ser bem-sucedido num mercado altamente

---

<sup>87</sup> Ibid., p. 59.

<sup>88</sup> Podemos salientar que Macedo cursou, mesmo que sem completá-los, matemática na Universidade Federal Fluminense e estatística na Escola Nacional de Ciência e Estatística, além de ter exercido cargo de agente administrativo na Loteria do Rio de Janeiro.

concorrencial como é o atual mercado religioso brasileiro. Por isso, dedicação, profissionalismo e aumento da produtividade (isto é, aumento da arrecadação, do número de congregações, de fiéis e dizimistas, em parte decorrente da longa jornada de trabalho dos pastores) estão entre as principais exigências feitas aos pastores e bispos da igreja.<sup>89</sup>

“É dando que se recebe”, essa expressão popular caracteriza o que chamamos de Teologia da Prosperidade que está na base das igrejas neopentecostais. Essa teologia que visa à prosperidade não é uma invenção brasileira, seus fundamentos foram criados nos EUA na década de 40, porém só se firmou como doutrina e se espalhou pelo mundo na década de 70. Por estar atrelada ao televangelismo norte-americano, a Teologia da Prosperidade encontrou nas igrejas neopentecostais, que fazem uso intenso da televisão, seus principais seguidores no Brasil. As crenças na prosperidade são defendidas principalmente pela Universal, Internacional da Graça de Deus, Renascer em Cristo e Nova Vida, da qual Edir Macedo se desvinculou para criar sua própria igreja. Dentre estas, podemos observar essas crenças, adotadas de forma mais feroz, entre a IURD e a IIGD. Segundo Ricardo Mariano,

Estes pregadores afirmam que só não é próspero financeiramente, saudável e feliz nessa vida quem carece de fé, não cumpre o que diz a Bíblia a respeito das promessas divinas e está envolvido, direta ou indiretamente, com o Diabo. A posse, a aquisição e exibição de bens, a saúde em boas condições e a vida sem maiores problemas ou aflições são apresentados como provas da espiritualidade do fiel.<sup>90</sup>

Hoje podemos pensar nessa importância atribuída ao dinheiro dentro do campo religioso, pois, vivemos em um mundo onde a grande maioria das atrocidades é cometida por dinheiro, as pessoas trabalham exaustivamente em busca de dinheiro, famílias são destruídas por dinheiro, etc. Então, nos dias de hoje é possível compreender a ênfase dada à Teologia da Prosperidade, em que a moeda de troca entre Deus e o ser humano é o dinheiro, é preciso dar para receber. Dessa forma, a equação é simples: [ser dizimista<sup>91</sup> fiel + ofertar aquilo que lhe fará falta + ter fé nos planos de Deus = obter vida próspera e feliz + boa saúde +

---

<sup>89</sup> Ibid., p. 64.

<sup>90</sup> Ibid., p. 157.

<sup>91</sup> Dízimo é a contribuição de 10% com base no holerite.

libertação dos demônios]; é baseada nessa equação que a maioria das denominações neopentecostais tem atraído milhares de fiéis. O elemento fundamental na equação do sucesso é a fé, o fiel que acredita que doando um determinado valor, que lhe fará falta, receberá este em dobro e obterá as bênçãos, então assim será. Dessa forma, a responsabilidade sobre o alcance das bênçãos recai sobre o fiel, é a falta de fé que o faz sucumbir.

Como são atestadas essas bênçãos? Quais as garantias que os fiéis, além de acreditar nas palavras do pastor, têm sobre a realização de bênçãos? Entra aí um recurso amplamente utilizado pelos neopentecostais, podemos até dizer que está nos alicerces da expansão neopentecostal, os testemunhos. Esses testemunhos largamente difundidos nos cultos, nas mídias impressas, nos programas televisivos, no “disse que me disse” entre as pessoas, são considerados histórias contadas por membros da igreja, em que descrevem sua trajetória de vida e as mudanças que nela aconteceram depois que se tornaram neopentecostais. Os testemunhos estão recheados de palavras-chave: transformação, mudança, conquista, bênção, vitória, etc., e costumam se iniciar de forma similar: “quando comecei a freqüentar os cultos, a participar das correntes, a dar o dízimo a Deus, a ofertar aquilo que me fazia falta, a minha vida mudou...”. De acordo com Mariano,

Não é à toa que os testemunhos de bênçãos dos crentes bem-sucedidos levados ao rádio e à TV, além de discorrerem sobre conversão a Jesus, renúncia às religiões idólatras, casamentos restaurados, curas milagrosas, superação da depressão, do alcoolismo, do uso de drogas e até do envolvimento em crimes, falam de empregados que se tornaram patrões, da aquisição de carros e imóveis luxuosos, de lucro nos negócios, de sucesso e vitória nas mais variadas atividades.<sup>92</sup>

Segundo os líderes pentecostais, a questão do dízimo está na bíblia, e é bastante frisada durante os cultos, essa exigência (já que é a lei de Deus, pode ser interpretada como obrigatória) de doar os 10% à causa de Deus. No site oficial<sup>93</sup> da IURD, muito bem organizado por sinal, há uma lista com diversos serviços e histórias da IURD, entre elas, há as doações. Abre-se uma nova página em que explica o que é o dízimo e qual o significado da oferta, assim, a respeito do dízimo:

---

<sup>92</sup> Ibid., p. 46.

<sup>93</sup> O portal Arca Universal: [www.arcauniversal.com](http://www.arcauniversal.com)

Todo o povo deveria sentir vontade de ser abençoado financeiramente, provando da generosidade divina ao verificar em sua vida que Deus é realmente o dono de todo o ouro e de toda prata que existem na face da Terra, conforme está escrito: “Minha é a prata, meu é o ouro, diz o Senhor dos Exércitos.” (Ageu 2.8). Quando devolvemos o dízimo a Deus, Ele fica na obrigação (porque prometeu) de cumprir a Sua Palavra, repreendendo os espíritos devoradores que destroem a vida do ser humano atuando com doenças, acidentes, vícios, degradação social etc. [...] Quem tem o direito de provar a Deus, de cobrar d’Ele aquilo que prometeu? O dizimista! Uma das grandes razões por que devemos dar o nosso dízimo é esta: Podemos e estamos no direito de provar a Deus, pois Ele mesmo nos convida a isto na Sua Palavra, conforme Malaquias 3.10. [“Trazei todos os dízimos à casa do Tesouro, para que haja mantimento na minha casa; e provai-me nisto, diz o Senhor dos Exércitos, se eu não vos abrir as janelas do céu e não derramar sobre vós bênção sem medida.”]<sup>94</sup>

Alguns dados interessantes sobre os dízimos podem ser conferidos na pesquisa Economia das Religiões realizada pela FGV em 2003.

A oferta de fundos para as diferentes denominações religiosas se refere à inferência direta do dízimo e de doações a partir de pesquisas de orçamentos familiares. Os números gerais são que os pentecostais são responsáveis por 44% de todas as doações feitas a igrejas apesar de representarem apenas 12,5% da população; os evangélicos tradicionais doam 22,7% do total contra sua participação de 5,7% da população. Já os católicos representam apenas 30,9% do total das doações contra 73,8% da população.<sup>95</sup>

Os pentecostais lideram o *ranking* de dizimistas, apesar da sua baixa percentagem na população brasileira. Outra pesquisa também trouxe números para essa questão, Segundo Leonildo Campos, “Há outras perguntas da pesquisa DataFolha, como estas: “*você costuma contribuir financeiramente para a sua religião?*” Os pentecostais que responderam “sim” foram 89%, enquanto os católicos foram 75%.”<sup>96</sup>

De acordo com Mariano, uma pesquisa feita pelo ISER, mostrou que “[...] o discurso sobre doação de dízimos da Igreja Universal é mais persuasivo e eficaz do

<sup>94</sup> Disponível em: < <http://www.arcauniversal.com/iurd/doacao/>>. Acesso em: 29 set. 2011.

<sup>95</sup> NERI, M. (coord.) Economia das religiões: mudanças recentes. Rio de Janeiro: CPS, FGV, 2006. p. 9.

<sup>96</sup> CAMPOS, L. S. Os Mapas, Atores e Números da Diversidade Religiosa Cristã Brasileira: Católicos e Evangélicos entre 1940 e 2007, **Rever – Revista de Estudos de Religião**, n. 8, dezembro, pp. 9-47, 2008. p. 39.



que o das demais denominações evangélicas.”<sup>97</sup> E que os fiéis da Universal foram os que mais contribuíram e ainda, acima dos valores estipulados do dízimo.

Quando pensamos em salvação e paraíso, pensamos numa concepção pós-morte, em que, primeiro é preciso passar por provações na Terra. Hoje essa noção de paraíso não é mais uma verdade absoluta. Diferentemente dos católicos e de outras expressões cristãs, os neopentecostais negam o ascetismo (negar os prazeres da vida terrena) e não pretendem esperar a morte para alcançar o paraíso: eles querem gozar dos bens terrenos, desfrutar de alguns luxos, possuir casa própria, carros, seu próprio negócio, etc. O paraíso é aqui e agora, não é mais preciso sofrer uma vida inteira para alcançar o céu, Deus deseja distribuir felicidade, riqueza e saúde àqueles que têm fé. Diferem também quando se trata dos pedidos e súplicas feitos a Deus; os neopentecostais primeiro ofertam principalmente aquilo que lhes vai fazer falta, pois, segundo alguns líderes, não se pode ofertar o resto a Deus, é preciso desafiá-Lo, provar concretamente que O ama, para que ele possa cumprir com Sua promessa, e assim, receber as bênçãos desejadas. Imprescindível esclarecer que as ofertas (diferentemente do dízimo, não possuem um valor fixo) são encorajadas pelos pastores, estes usam toda sua criatividade e criam correntes e campanhas, onde a lógica é desafiar Deus, doando aquilo que faltará e acreditando que Deus vai cumprir com a sua promessa, como numa contraprestação. Segundo Ricardo Mariano:

Deus prometeu bênçãos, mas para recebê-las o fiel precisa doar dinheiro para demonstrar sua fé, canal exclusivo para restabelecer a sociedade com o Todo-Poderoso e afastar os demônios de sua vida [...] Sem a ação primeira do fiel de dar, Deus nada pode fazer por ele.<sup>98</sup>

Os líderes neopentecostais afirmam que a oferta não é obrigatória, é voluntária e precisa ser feita de coração, com desprendimento e muita fé. No entanto, para aqueles mais desconfiados, que não pagam o dízimo e/ou não ofertam, além de se sentirem constrangidos perante os pedidos fervorosos e insistentes dos pastores, são associados ao diabo, pois aquele que não colabora com a obra de Deus, está contra ele. Um dos bordões jocosos usados quando se comenta a forma como a IURD trabalha a Teologia da Prosperidade é: “Se Deus é o

---

<sup>97</sup> MARIANO, op. cit., p. 164.

<sup>98</sup> Ibid., p. 168-169.

caminho, a Universal é o pedágio”, o que mostra de maneira satírica a Teologia da Prosperidade empregada nos cultos iurdianos diariamente. Em relação à Teologia da Prosperidade, Macedo diz em seu livro *Vida com Abundância*:

Comece hoje, agora mesmo, a cobrar d'Ele tudo aquilo que Ele tem prometido [...] o ditado popular de que “promessa é dívida” se aplica também para Deus. Tudo aquilo que Ele promete na sua palavra é uma dívida que tem para com você [...] dar dízimos é candidatar-se a receber bênçãos sem medida, de acordo com o que diz a Bíblia [...]. Quando pagamos o dízimo a Deus, Ele fica na obrigação (porque prometeu) de cumprir com Sua palavra, repreendendo os espíritos devoradores [...].<sup>99</sup>

Neste ponto, a religião usa princípios da física, toda ação tem uma reação. Dar e receber são considerados ações interdependentes, ação (doar e ofertar) e reação (receber as bênçãos): ou seja, não há como receber bênçãos de Deus, ser próspero materialmente se nada for ofertado; é uma relação contratual estabelecida entre os fiéis, que se sacrificam, e Deus, responsável por cumprir a promessa. Dessa maneira, a Igreja somente é responsável por mediar esse contrato.

Os cultos neopentecostais, em especial da IURD, também possui outro elemento bastante presente, a guerra declarada contra o diabo e seus demônios. Como foi citado, a IURD separa cada dia da semana para um objetivo diferente, nas terças-feiras ocorre a “Sessão do Descarrego”, há uma breve descrição dos objetivos do culto, segundo o site oficial,

Cada vez mais pessoas têm sido atormentadas com problemas de ordem espiritual. Visão de vultos, audição de vozes, doenças, vícios, inveja, entre outros males, vêm fazendo muitas vítimas. Se você está passando por situação semelhante, saiba que Deus tem o poder dar um fim ao seu sofrimento. A Sessão do Descarrego, que acontece às terças-feiras na Igreja Universal do Reino de Deus, foi criada com o objetivo de lutar contra as forças espirituais do mal. Nestas reuniões, são feitas orações fortes para a quebra da maldição e, com isso, milagres ocorrem constantemente a cada encontro. Dê um ponto final ao seu sofrimento. Busque ao Deus vivo que é capaz de libertar, curar e fazer de você uma pessoa completamente feliz. Participe das sessões de oração em uma IURD perto de você!<sup>100</sup>

<sup>99</sup> MACEDO, Edir Bezerra. **Vida com Abundância**. Rio de Janeiro: Universal Produções, 1990. p. 20.

<sup>100</sup> Site oficial da IURD. Disponível em: < <http://www.arcauniversal.com/iurd/reunioes.html>>. Acesso em: 28 set. 2011.

Além de atestarmos esse combate intensivo aos demônios dentro dos templos nas “Sessões de Descarrego”, temos um famoso livro do bispo Edir Macedo destinado a esclarecer as pessoas sobre as religiões afro-brasileiras, *Orixás, Caboclos e Guias: deuses ou demônios?* Ao longo do livro o bispo considera as entidades da Umbanda e Candomblé demoníacas, espíritos do mal que entram na vida das pessoas para arruiná-las e que precisam ser exorcizados. É só assistir a uma “Sessão do Descarrego” para descobrir que todo o panteão de deuses e entidades afro-brasileiros (frequentemente Exus e Pombagiras) é incorporado no corpo dos fiéis e entrevistado pelos pastores<sup>101</sup>. Como dito anteriormente, a Universal trabalha com um mecanismo de assimilação/negação, ou seja, ela precisa acreditar nas entidades para expulsá-las, necessita do panteão de deuses para construir um universo simbólico e entrar em conflito com ele.

No texto de Ronaldo de Almeida, “Guerra de possessões”, o autor apresenta alguns sintomas que são descritos pela IURD como sinais de possessão:

Para a Universal não existe meio-termo: o mundo está dividido entre pessoas “libertas” e “não-libertas”, sendo que nestas há a constante atuação do diabo. Ele é o causador de todos os males e infortúnios da vida. Com a finalidade de diagnosticar as pessoas que devem ser submetidas ao exorcismo, a Igreja Universal elencou alguns sintomas mais frequentes que denunciam algum tipo de possessão demoníaca: nervosismo, dores de cabeça constantes, insônia, medo, desmaios ou ataques, desejo de suicídio, doenças cujas causas os médicos não descobrem, visões de vultos ou audição de vozes, vícios e depressão.<sup>102</sup>

De acordo com a citação acima, podemos observar que, problemas mundanos (financeiros, amorosos, saúde, existenciais, sexuais, etc.) são considerados sinais de possessão, e cada entidade da umbanda e candomblé é responsável por um determinado tipo de problema.

Já oramos muitas vezes por pessoas viciadas em tóxicos, bebidas alcoólicas, cigarro ou jogo, e na maioria dos casos o responsável por tudo é o exu chamado “Zé Pelintra”, ou “Malandrinho”, ou outro dessa casta. Prostitutas, homossexuais e bissexuais sempre são

<sup>101</sup> Nas entrevistas com os endemoninhados, há três perguntas-chave: “a entrevista visa descobrir a origem dos demônios, os males causados e a maneira pela qual eles entraram nos corpos das pessoas.”

<sup>102</sup> ALMEIDA, R. Guerra das possessões. In: ORO, A. P.; CORTEN, A.; Jean-Pierre D. (Org.) **Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé**. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 322-323.

possuídos por pombas-giras (“Maria-Molambos”, “Cigana”, etc.) Nos casos em que as pessoas estão perdendo tudo o que têm e caindo em desgraça, normalmente por detrás estão demônios que se dizem chamar “Exu do Lodo”, “Exu da Vala” e outros.<sup>103</sup>

Essa guerra santa liderada pela Universal tem como principal objetivo libertar as pessoas dos demônios que causam todos os tipos de males terrenos. É ela que tem legitimidade para expulsar espíritos do mal e transformar a vida das pessoas. Pastores bem treinados, obreiros atentos, espíritos a postos, pessoas em busca de solução e fiéis fervorosos, eis o bom funcionamento dos cultos da “Sessão do Descarrego”.

Além da batalha travada nos cultos, a IURD também combate as religiões afro-brasileiras e as espíritas kardecistas promovendo ataques de diversas maneiras, agressões às pessoas, destruições de objetos e lugares simbólicos, perseguição e difamação nos meios midiáticos, entre outros. No entanto, a IURD acolhe aqueles advindos dessas religiões. No livro citado, Macedo orienta aqueles oriundos das religiões afro-brasileiras que aderiram a IURD, em um capítulo chamado, “O que todo ex-macumbeiro deve saber”, entre diversas orientações, diz:

Liberte-se também de toda a sua cultura e pretensões. Torne-se uma criança e comece a aprender tudo de novo. Evite comparar fatos da prática do Evangelho com fatos da macumbaria. Lembre-se de que Satanás é, além de tudo, enganador, e lá na macumbaria fazia muita coisa “parecida” com o que fazemos em nossas igrejas. Desmascare o diabo sempre que tiver oportunidade.<sup>104</sup>

Dessa forma, segundo Almeida, podemos pensar esse destaque dado ao diabo nas pregações da Universal e o papel do fiel nessa relação:

A Igreja Universal, por sua vez, demonstra uma relativa ambiguidade em relação à noção de responsabilidade pessoal. Apesar de afirmar em alguns momentos a condição pecaminosa da pessoa humana, seu entendimento da figura do diabo, no que diz respeito à sua atuação na vida das pessoas, tende a retirar do sujeito a responsabilidade sobre as ações pecaminosas. Em resumo, em todas as possessões são os demônios que afirmam levar o endemoninhado ao erro. O diabo é tão importante que, num certo nível, se sobrepõe à noção de culpa; de tal forma que a gravidade

<sup>103</sup> MACEDO, E. **Orixás, caboclos e guias: deuses ou demônios?** 17<sup>o</sup> Ed. Rio de Janeiro: Unipro, 1993. p. 63.

<sup>104</sup> Ibid., p. 184.

dos erros cometidos numa confissão pública é diretamente proporcional à falta de consciência do endemoninhado, ou à falta de responsabilidade do sujeito sobre sua ação.<sup>105</sup>

Pensando em alguns aspectos iurdianos descritos, podemos dizer que a Universal possui um tripé que a sustenta, caracterizado por três letras “D”: Diabo, Determinação e Dinheiro. Diabo, pois há uma luta incessante contra os demônios que permeiam todo o discurso da Igreja e acabam por legitimá-la; Determinação, pois é preciso ter fé e determinar que a bênção será concedida, que Deus irá cumprir com sua parte no trato; e por último, o dinheiro, que é o objeto de troca com Deus, para obter as bênçãos, ter saúde, riqueza, casa e empresa própria, carros, casamento feliz, e todos os outros bens deste mundo, é preciso dar para receber. De acordo com Campos, podemos concluir:

O milagre depende da frequência aos cultos, participação nas “correntes” e “campanhas” e da disposição para o “supremo sacrifício” de uma sociedade capitalista, que é oferecer à Igreja seus dízimos e ofertas e que como já foi visto, ocupa um lugar central no culto. Para receber “bênçãos” e “milagres” é preciso fazer uma “aliança com Deus”, para a qual o telespectador é estimulado a cumprir a sua parte nesse pacto, isto é, contribuir generosamente com seus bens materiais. Deus “que nunca falhou e jamais falhará” irá atender as solicitações feitas pelos que assim procederem, diz o locutor. Se nada ocorrer é porque não houve fé suficiente e, nesse caso, *a priori* a culpa não é da Igreja ou de Deus, mas sim do fiel que fez algo errado, ou então duvidou em algum momento, de que o milagre poderia não acontecer.<sup>106</sup>

Segundo diversos autores, a IURD pode ser vista como uma denominação religiosa que realmente caracteriza esse “novo” pentecostalismo, com posturas e objetivos bastante divergentes dos pentecostais das ondas anteriores. Importante frisar que, a IURD não é inovadora em todos os seus aspectos, apresentando características de outras denominações, influências de igrejas estrangeiras, além da bagagem religiosa de seus fundadores. Assim, não podemos pensá-la como uma ruptura e sim, como uma continuidade, pois, graças às igrejas da primeira onda é que o país foi lentamente abrindo espaço para o surgimento de tantas outras igrejas.

---

<sup>105</sup> Ibid., p. 334.

<sup>106</sup> CAMPOS, L. S. **Teatro, templo e mercado**: uma análise da organização, rituais, marketing e eficácia comunicativa de um empreendimento neopentecostal – Igreja Universal do Reino de Deus. Petrópolis/ São Bernardo do Campo: Vozes/ IMES, 1997/1996. p. 292 – 293.

## 4. RELIGIÃO E MÍDIA<sup>107</sup>

### 4.1 A IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS E SEU IMPÉRIO MIDIÁTICO

Criada em um momento de franca expansão dos meios midiáticos brasileiros, a Universal aproveitou esse contexto histórico para adaptar-se aos dilemas e necessidades do mundo moderno. Pensando nesses desejos modernos, podemos afirmar que a IURD compreendeu que havia um mecanismo primordial, a influência da mídia. Dessa forma, organizou-se como uma denominação religiosa que enfatizou o uso da propaganda, *marketing* e publicidade. Como afirma Campos,

Até então, as organizações religiosas funcionavam atreladas à tradição, principal forma de transmitirem os valores e práticas religiosas. Após essas mudanças, as pessoas deixaram de orientar suas ações pelos programas embutidos nas instituições tradicionais e se tornaram dependentes da mídia, como fonte de modelos para regular seus comportamentos. Por isso, é impossível visualizarmos o drama social, sem uma análise do papel desempenhado pela propaganda e publicidade na montagem de um sistema religioso orientado pelo *marketing*.<sup>108</sup>

Em seguida, Campos afirma que não é preciso publicidade e propaganda religiosa onde há hegemonia de uma igreja, e assim, “A propaganda e publicidade despontam naturalmente, quando se constata haver uma guerra pela fidelidade do público, que precisa ser persuadido a mudar seus hábitos ou opções.”<sup>109</sup>

A utilização dos meios midiáticos por denominações religiosas não é inovadora, alguns meios já eram utilizados por outras igrejas. A pentecostal Deus é amor da década de 50, utilizava amplamente o rádio, a Assembléia de Deus, da primeira onda, trabalha com meios impressos, e a exceção, a Congregação Cristã de 1911, não faz uso de nenhum instrumento midiático até hoje. No entanto, somente com o advento dos neopentecostais é que a mídia foi utilizada amplamente como elemento principal no processo expansionista. Portanto, foi de maneira

<sup>107</sup> Algumas idéias expostas neste capítulo, também estão inseridas em um capítulo de minha autoria, *O reino da palavra: O discurso midiático da e sobre a Igreja Universal do Reino de Deus no Brasil Contemporâneo (1990-2010)*, que faz parte do livro *100 Anos de Pentecostes – capítulos da história do pentecostalismo no Brasil*, organizado pelos professores, Alfredo dos Santos Oliva e Antônio Paulo Benatte.

<sup>108</sup> CAMPOS, L. S. **Teatro, templo e mercado: uma análise da organização, rituais, marketing e eficácia comunicativa de um empreendimento neopentecostal – Igreja Universal do Reino de Deus**. Petrópolis/ São Bernardo do Campo: Vozes/ IMES, 1997/1996. p. 239.

<sup>109</sup> *Ibid.*, p. 242.

acanhada que os pentecostais, em geral, se inseriram no campo da comunicação, comprando espaços em rádios<sup>110</sup>, ocupando horários durante a madrugada em emissoras de televisão; em seguida, com a expansão e maior arrecadação financeira, começaram a ocupar horários de maior visibilidade e até adquirir suas próprias emissoras.

Para Campos, a Universal, intitulando-se como uma “Igreja de resultados”, tornou-se um ótimo exemplo de organização religiosa que se expandiu e se mostrou atenta às necessidades modernas devido ao uso de meios midiáticos e às estratégias de *marketing*. Para vender seu “produto” a IURD se compara com as outras igrejas, mostrando que o seu “produto” tem maior eficácia.

[...] para tornar o seu “produto” desejável, a IURD explora e provoca o descontentamento das pessoas para com as suas opções religiosas anteriores, mostrando a precariedade dos resultados até agora conseguidos nas agências concorrentes. Realmente, do ponto de vista “mercadológico”, a Igreja Universal tem bons “produtos”. O seu sucesso se deve também ao emprego dos canais de divulgação e de mecanismos de distribuição ágeis, pois permitem a chegada do produto ao consumidor certo, no momento exato, e na proporção desejada.<sup>111</sup>

Compreendendo a importância dos meios midiáticos para a IURD, paira uma questão no ar, de onde provém o dinheiro necessário para esses investimentos milionários? Podemos responder essa questão com base na explicação sobre as doações feitas pelos fiéis.

Através dos dízimos a palavra de Deus está sendo levada por todo o mundo conforme a ordem do Senhor Jesus. Como seria possível o pagamento dos aluguéis, das contas de luz e água, dos programas de rádio e TV? Seria praticamente impossível se não fosse através dos dízimos e ofertas.<sup>112</sup>

Essas doações, através do dízimo e ofertas, são destinadas estrategicamente aos meios de comunicação de massa, que visam atrair mais fiéis e à abertura de mais templos ao redor do mundo. Parte integrante de uma estratégia, esses templos,

---

<sup>110</sup> O Bispo Edir Macedo começou com um pequeno espaço de quinze minutos na rádio Metropolitana.

<sup>111</sup> CAMPOS, op. cit., p. 229.

<sup>112</sup> A explicação sobre o que é o dízimo segundo o site oficial. Disponível em: < <http://www.arcauniversal.com/iurd/doacao/>>. Acesso em: 29 set. 2011.

diferentemente de outras denominações protestantes e até mesmo católica (que têm horários específicos para os eventos), sempre permanecem de portas abertas para oferecer uma assistência imediata aos desventurados. É assim que a Universal tem construído um verdadeiro império comunicacional, possuindo emissoras de televisão, estações de rádio, jornais, revistas, gravadoras, portais na internet, editora e um parque gráfico que imprime seus livros, enfim, uma verdadeira máquina de comunicação.

No que tange ao império comunicacional iurdiano, podemos destacar na mídia impressa, a revista *Plenitude*, a primeira de gênero impresso, criada em 1983, atingindo uma tiragem de 200 mil exemplares. Ao analisar a revista Campos conclui que,

Percebe-se o alinhamento da revista à apologética da Igreja Universal que busca, além de atacar os adversários do campo religioso, reforçar as crenças dos leitores, ressaltando neles o orgulho de fazer parte de uma Igreja que, por causa dos resultados apresentados, sofre perseguições das forças diabólicas, através do catolicismo ou das religiões afro-brasileiras.<sup>113</sup>

Há também outras revistas, a *Mão Amiga*, que pertence a um segmento assistencialista da IURD, em que apresenta um foco diferente da *Plenitude*, enfatizando os programas assistenciais promovidos pela IURD; e a revista *Ester*<sup>114</sup>, que trata de moda, beleza, dieta, comportamento, gastronomia, saúde, destinada ao público feminino.

Hoje o principal instrumento midiático impresso é a *Folha Universal*, no entanto, antes de ter um jornal próprio a IURD pagava a outros jornais a publicação de algumas matérias, na maioria das vezes, para se defender de acusações. A *Folha Universal* é produzida de forma que procura seguir a qualidade dos jornais laicos, é feita em quatro cores, com imagens de boa qualidade, tem distribuição gratuita semanal, traz cadernos destinados a diferentes públicos, apresenta testemunhos de fiéis, além de tratar temas atuais, esportes, lazer, etc.<sup>115</sup>. Apresenta dois cadernos, o primeiro prioriza o engrandecimento da IURD e o segundo é mais variado, abordando temas como relacionamentos, problemas familiares, sociais, etc. Há também uma coluna dedicada à opinião do leitor, que possibilita a participação

---

<sup>113</sup> Ibid., p. 254.

<sup>114</sup> Ester também é o nome da esposa de Edir Macedo.

<sup>115</sup> A respeito dos temas tratados na *Folha Universal*, Campos faz um levantamento baseado em algumas manchetes. Confira na obra de Campos nas páginas 264-265.



do público. É prioritariamente, um meio de veicular as conquistas iurdianas (sempre traz notícias sobre a abertura de templos ao redor do mundo), os projetos assistencialistas, os embates políticos, religiosos e midiáticos. As manchetes, em sua maioria, são voltadas a explicar algum fato ocorrido sob a ótica da Universal. A tiragem do jornal é grande, apresentando os números da tiragem na primeira página, segundo o site oficial o jornal tem tiragem semanal superior a dois milhões de exemplares.<sup>116</sup> Segundo Campos,

Como veículo impresso de uma Igreja voltada para a pregação do evangelho com ênfase na cura, exorcismo e prosperidade, a *Folha Universal* é um jornal extremamente lógico e coerente, alinhado com as diretrizes da Igreja e em nenhum momento traz matérias, que possam ser classificadas como expressão de uma religiosidade escapista da realidade vivida pelo leitor.<sup>117</sup>

Em relação ao rádio, meio em que faz proselitismo 24 horas por dia, sendo o meio preferido pelos líderes – devido ao menor preço da locação e de compra, comparado com os horários televisivos, o menor custo de manutenção e a grande audiência entre as classes mais baixas – são 62 emissoras de rádio em todo território brasileiro, que formam a Rede Aleluia. Ricardo Mariano afirma que a expansão da IURD foi possível especialmente ao amplo uso do rádio, sobre o começo do uso do rádio:

Nos primórdios, procurava alugar horário nas emissoras logo após o término de programas de pais ou mães-de-santo, para aproveitar a audiência dos cultos afro-brasileiros. Seu primeiro programa, na Rádio Metropolitana, durava irrisórios 15 minutos. Mas em pouco tempo a igreja expandiria sua presença nas ondas radiofônicas. Em abril de 1983, já transmitia 27 programas de rádio. A compra da primeira emissora, a Copacabana do Rio, ocorreu no ano seguinte. Mas foi a partir de 1988 que a igreja, com mais de 400 templos, deslançou a comprar rádios.<sup>118</sup>

E segue enfatizando sobre a expansão e importância do rádio:

<sup>116</sup> Segundo o próprio site da denominação. Disponível em: <<http://www.igrejauniversal.org.br/midia-imprensa.jsp>> Acesso em: 01. Out. 2001.

<sup>117</sup> CAMPOS, op. cit., p. 264.

<sup>118</sup> MARIANO, R. **Neopentecostais**: sociologia do novo Pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 1999. p. 66.

[...] A utilidade das rádios para a expansão da igreja é múltipla, crucial. Elas atraem grande número de pessoas por meio de testemunhos e promessas de bênçãos, possibilitam a implantação de novas congregações, divulgam a programação e os eventos da igreja.<sup>119</sup>

A Universal constitui um verdadeiro “Império midiático”<sup>120</sup>. No que tange à comunicação televisiva<sup>121</sup>, é proprietária da Rede Mulher e Rede Record, segundo uma reportagem da revista *Carta Capital*:

A Rede Record, que diz ter a Universal apenas como uma ‘cliente’, reúne hoje 30 emissoras no País (cinco próprias e 25 afiliadas) e 747 retransmissoras, segundo o Ministério das Comunicações. A Record afirma ter 105 emissoras (entre próprias e afiliadas). Conta ainda com a Record News, a Rede Família e a Record Internacional (Estados Unidos, Canadá, Japão, Europa e África).<sup>122</sup>

Macedo em 1989 adquiriu a primeira emissora de TV por 45 milhões de dólares. Em 1995, adquiriu mais oito emissoras, investindo 30 milhões de dólares na compra da TV Jovem Pan, e também a TV Rio, comprada por mais 20 milhões de dólares. Em São Paulo comprou a TV Taiti e na Bahia a TV Cabália, e integrou-as à Rede Mulher, que hoje foi transformada na Record News, um canal de notícias.

A Rede Record, que hoje ocupa o segundo lugar na audiência, foi comprada em 1989 por 45 milhões de dólares. No início, Edir Macedo esclareceu que a Rede Record não se tornaria uma emissora que propagaria exclusivamente as concepções da IURD, e sim, uma emissora laica, em que os horários destinados aos programas religiosos, seriam os “horários mortos” no início e final da programação. Ou seja, a IURD, compra os horários na Rede Record, pois, a emissora é de propriedade particular do Edir Macedo e sua esposa. O bispo sabia que transformar uma emissora na TV aberta com programação exclusivamente evangélica era inviável economicamente. Como resultado, a Record foi transformada em uma

<sup>119</sup> Ibid., p. 69.

<sup>120</sup> Expressão cunhada pelo sociólogo Alexandre Brasil Fonseca. Consultar em FONSECA, A.B. *Igreja Universal: um império midiático*, In: ORO, A. P.; CORTEN, A.; Jean-Pierre D. (org.) **Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé**, São Paulo: Paulinas, 2003.

<sup>121</sup> Importante destacar que as emissoras de TV e rádio são concessões públicas que precisam de autorização do Estado para funcionarem. Podemos associar a questão da concessão das mídias com a crescente participação dos evangélicos na política, pois, a relação de concessões torna-se um jogo de poder político.

<sup>122</sup> NASCIMENTO, Gilberto. Que se cuidem os infiéis. **Carta Capital**, São Paulo, n. 30 p.29-32, out. 2009.

emissora comercial, em que o importante é a audiência, e conseqüentemente, a ousadia perante a Rede Globo. Na biografia<sup>123</sup> autorizada de Edir Macedo, a repórter pergunta: “A Igreja Universal é acusada de injetar recursos financeiros na Record. O que há de verdade e mentira nessas denúncias?” e o bispo responde:

A Igreja Universal nada mais é que um dos clientes da Record. Ela aluga espaços na programação da emissora e, como qualquer outro anunciante, paga por esses espaços. A igreja paga pelo aluguel da madrugada, horário, aliás, que a Globo e o SBT não querem alugar. Já recebemos diversas respostas negativas, principalmente da Globo, para nossos pedidos em comprar espaço nesses dois canais durante a madrugada. A Record está crescendo com suas próprias pernas. Há pouco tempo, eu mesmo tomei conhecimento de um empréstimo bancário altíssimo feito pela Record para a construção e as ampliações do RecNov. Investimos porque acreditamos no retorno. A Record ainda vai crescer muito.<sup>124</sup>

No exterior, a IURD, quando não adquire suas próprias emissoras, parte para o aluguel de horários nas redes de televisão e rádio, e também publica jornais e revistas. Em 2001, a Record alcançou países como Moçambique, Angola, África do Sul, e EUA. Segundo Fonseca,

As legislações que regulam a mídia nos diferentes países em que a Igreja se faz presente levam a Universal a usar de sua criatividade para utilizá-la, já que a identifica como um meio central para sua expansão. Faz parte dessa estratégia de comunicação a publicação de algum jornal ou revista, o que não exige maiores investimentos e adaptação às leis, possuindo a Igreja sempre algum periódico nos países que atua.<sup>125</sup>

Além de emissoras de rádio e televisão, jornais e revistas, a IURD é proprietária de diversos tipos de empresas: Editora Universal Produções, Ediminas S/A (editora de outro jornal, *Hoje em Dia*, de Belo Horizonte), Line Records (gravadora), Uni Line (empresa de processamento de dados), Construtora Unitec, Uni Corretora, Frame (produtora de vídeos), New Tour (agência de viagens), fábrica de móveis, agência de segurança, entre outras diversas empresas. É um verdadeiro

<sup>123</sup> Sobre a biografia de Macedo há um interessante artigo que aborda análise do discurso: MONTEIRO, C. A. B., **A informação mediada por meio da biografia de Edir Macedo**: entre a formação discursiva e a ciência da informação.

<sup>124</sup> TAVOLARO, D. **O Bispo** – Biografia de Edir Macedo, Rio de Janeiro, Larousse, 2007. p. 215.

<sup>125</sup> FONSECA, A.B. *Igreja Universal: um império midiático*, In: ORO, A. P.; CORTEN, A.; Jean-Pierre D. (org.) **Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé**, São Paulo: Paulinas, 2003. p. 263.

império das comunicações, onde o dinheiro dos fiéis sofre uma rotatividade, pois, é empregado na compra e modernização de meios de comunicação. Quanto mais pessoas forem atraídas, através de seu *marketing* e publicidade, para ir até um de seus templos, mais doações serão realizadas, mais dinheiro será investido, e assim por diante.

Outro importante meio de comunicação cada vez mais explorado pela IURD é a internet. O portal Arca Universal com o *slogan* “Compromisso com a verdade”, concentra todos os sites relacionados à Universal: blogs de alguns pastores, inclusive do bispo Macedo, lojas virtuais, programas como “Fala que eu te escuto”<sup>126</sup>, além de diversos serviços, SOS espiritual<sup>127</sup>, downloads de arquivos com mensagens de Macedo, um serviço chamado “Caixa de promessas”, em que o fiel recebe mensagens bíblicas pelo celular, entre diversos outros. O portal também traz notícias relacionadas à IURD, como a abertura de novos templos, novas campanhas e correntes, horários das reuniões, além de editoriais de cunho não-religioso sobre assuntos diversos, como: casa e decoração, comportamento, economia e consumo, galeria de fotos, lazer e cultura, profissão e negócios, qualidade de vida, etc. Uma novidade é a IURDTV<sup>128</sup>, “24 horas levando vida”, que disponibiliza vídeos que compõe uma programação, entre eles, três programas exibidos: “Santo Culto”, “Palavra Amiga” (com a apresentação de Macedo) e “The Love School”. Há também o link para os sites da *Folha Universal*, da Line Records, da editora e gráfica UniPro, do canal de notícias da Record, R7, entre outros. Importante destacar que o site Arca Universal tornou-se o maior portal evangélico da América Latina. Sobre a criação do portal, podemos citar Penha Rocha, em seu artigo “O Império Midiático da Igreja Universal do Reino de Deus: reflexões e análises das estratégias de comunicação da IURD”.

Segundo o *webdesigner* e gerente de projetos do Arca Universal, Moisés Cruz, o objetivo do portal era criar uma central única de entretenimento e jornalismo para os fiéis. O processo foi simples: sites como o da Folha Universal, da Revista Plenitude e da Terapia do Amor (mantido por obreiros) foram “incorporados” pelo portal. O surgimento do Arca Universal ocorreu concomitantemente ao

<sup>126</sup> O programa “Fala que eu te escuto” é o de maior audiência da IURD.

<sup>127</sup> Traz os telefones dos templos das capitais brasileiras e a seguinte mensagem: “Se você estiver precisando de um socorro espiritual urgente, encontre aqui o telefone dos principais Cenáculos do Espírito Santo no Brasil. Ligue e receba uma orientação de fé.”

<sup>128</sup> A IURDTV é um sistema de televisão com programações de fé, orientações, atendimentos, transmitindo conteúdo direcionado aos fiéis da Igreja 24 horas por dia via internet e TV aberta.

lançamento de outros portais como os da Globo.com, do IG e do UOL.<sup>129</sup>

Há também o blog oficial de Edir Macedo, onde ele posta com certa frequência<sup>130</sup>, vídeos, imagens, fotos de templos ao redor do mundo, mensagens, estudos bíblicos e sua biografia. O blog é bastante interessante, o bispo posta vídeos curtos de até dez minutos com testemunhos e histórias, vídeos com a divulgação de cultos em outros países, cultos realizados na Costa Rica, em Boston, em Soweto, em Nova Iorque, etc., e, especialmente, vídeos caseiros do próprio Macedo, alguns acompanhados por sua mulher Ester e até de suas filhas. Também são postados fotos para meditação, além de textos sobre qualidade de vida, homossexualismo, motel, aborto, sexo, prostituição e assuntos que estão em voga na mídia. O blog é um meio do bispo, que reside fora do país e que raramente aparece em programas televisivos e cultos aqui no Brasil, aproximar-se dos fiéis, de mostrar um pouco de sua intimidade, de possibilitar conversas e desabafos com o bispo. A divulgação de vídeos com sua família, seus gostos, suas fotos, faz com que as pessoas sintam-se próximas de Macedo.<sup>131</sup> Há também um livro, lançado em 2010, chamado *Mensagens do meu blog*, onde Edir Macedo reuniu algumas das postagens mais importantes abrangendo temas sobre: fé, religiosidade, vida sentimental, IURD no mundo, temas polêmicos, e uma sessão de perguntas feitas pelos fiéis, chamada o Bispo responde

A IURD é a igreja neopentecostal que melhor utiliza os meios de comunicação, no entanto, se difere do televangelismo norte-americano. No norte-americano, o fiel, no conforto do seu lar, pode ser “abençoado” sentado no sofá, sem necessariamente ir até um templo para participar dos cultos; em outras palavras, o milagre e a cura vêm até a casa do telespectador. Já a estratégia da IURD, ao servir-se das tecnologias midiáticas, é atrair mais pessoas até seus templos (sempre há um por perto e de portas abertas). Campos afirma que, “A estratégia de comunicação da Igreja Universal não segue a prática dos televangelistas norte-

<sup>129</sup> ROCHA, P. **O Império Midiático da Igreja Universal do Reino de Deus: reflexões e análises das estratégias de comunicação da IURD**, Intercom, 2006. p.14.

<sup>130</sup> Segundo o próprio site, são postadas mensagens novas todos domingos, quartas e sextas-feiras. Disponível em: <<http://www.bispomacedo.com.br/blog/>> Acesso em: 04 set. 2011.

<sup>131</sup> Há muitos comentários postados a cada nova mensagem do bispo, as pessoas interagem e tiram dúvidas através do blog, em várias postagens existe uma observação, para que as pessoas encaminhem suas dúvidas a um email específico, “Obs.: O espaço para comentários é somente para comentários. Se você deseja alguma orientação envie para meu e-mail: [falecom@bispomacedo.com.br](mailto:falecom@bispomacedo.com.br)”.

americanos, a qual não provoca a reunião de seus telespectadores ou simpatizantes numa rede de templos.”<sup>132</sup> E para complementar, Alexandre Fonseca diz,

A Universal não entra na mídia com o objetivo de arrecadar recursos, mas sim para divulgar seus produtos e atrair novos seguidores. Estes pagarão pelos serviços que utilizarão e poderão engrossar o rol de dizimistas.<sup>133</sup>

A Igreja Universal, no próprio nome demonstra esse desejo, de estar presente ao redor do mundo, de ser universal, de possuir templos que estejam sempre de portas abertas à espera dos que necessitam de Deus e de divulgar em todas as línguas o slogan “Pare de sofrer”. Para tamanha ambição, a IURD trabalha sistemática e empresarialmente para que isso seja alcançado.

Podemos concluir essa exposição sobre o papel da mídia na IURD, com uma afirmação de Campos,

Por isso, insistimos em que a propaganda é, para a Igreja Universal, o elemento fundamental no processo de expansão, até porque, por meio dela é que se cria e alimenta o mercado. Daí o porquê da afirmação que, sem rádio e televisão, a Igreja Universal jamais teria atingido o sucesso atual, e nem teria se mantido na vanguarda do crescimento neopentecostal no País. A mídia faz com que as barreiras geográficas, sociais, ideológicas, sejam rompidas e os “produtos” iurdianos sejam colocados para um público necessitado, que lhe paga o preço pedido, porque se trata de alcançar felicidade, o bem estar físico e espiritual.<sup>134</sup>

#### 4.2 A MÍDIA COMO CAMPO DE BATALHAS

Hoje em dia o que consegue despertar o interesse da mídia? Tragédias? Corrupção? Escândalos? Celebidades? Violência? É, estamos cansados de ver manchetes e reportagens recheadas com esses temas, realmente, a mídia os adora! De tempos em tempos, a Universal explode na mídia estando relacionada a um desses temas: corrupção, escândalos, violência, intolerância, etc.

---

<sup>132</sup> CAMPOS, op. cit., p. 275.

<sup>133</sup> FONSECA, A.B. *Igreja Universal: um império midiático*, In: ORO, A. P.; CORTEN, A.; Jean-Pierre D. (org.) **Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé**, São Paulo: Paulinas, 2003. p. 278.

<sup>134</sup> CAMPOS, op. cit., p. 223.

Crescimentos meteóricos sempre assustam, como uma igreja fundada numa ex-funerária em poucos anos tornou-se uma gigante no meio comunicacional e desafiou a hegemônica Rede Globo? É pra chamar a atenção da mídia e gerar desconfiança mesmo.

A semente da desconfiança foi plantada, com a aquisição da emissora de TV Rede Record por 45 milhões de dólares em novembro de 1989, que fez com que a mídia e as autoridades nacionais voltassem os olhos à IURD e à idoneidade de seu líder Edir Macedo. O que causou espanto era nítido: Qual a explicação para uma igreja que, com pouco mais de dez anos, conseguiu dinheiro para comprar uma grande rede de televisão falida? E, lançada a semente, a IURD e Edir Macedo não tiveram mais sossego. Assim, tem protagonizado os noticiários, manchetes e inquéritos nacionais, sendo um dos alvos preferidos da grande imprensa midiática, em particular da Rede Globo.

Em virtude da quantia de dinheiro desembolsada por Macedo, foram feitas investigações sobre a forma de arrecadação desse montante, sobre a vida dos principais líderes, em especial, do bispo e sua família. Tudo que estivesse relacionado à Igreja Universal foi esquadrinhado à procura de meios ilegais quanto à origem desse dinheiro e nas negociações na compra da emissora. Com todas essas investigações em torno da IURD, o bispo Edir Macedo desabafa em sua biografia autorizada, “Vasculharam minha vida, minha família, a igreja. Não imaginava o que viveria a partir do dia em que decidi comprar a Record.”<sup>135</sup> De acordo com Mariano,

1990, ano em que o negócio da compra da Record se arrastava e quase foi desfeito devido ao atraso no pagamento de prestações, Macedo e sua igreja viraram manchete nos principais jornais e revistas brasileiros. Conquistaram a capa, mas logo foram confinados aos cadernos e páginas policiais. Tornaram-se objeto de reportagens investigativas e foram eleitos símbolos de charlatanismo religioso.<sup>136</sup>

Ao longo da década de 1990 a IURD protagonizou diversos escândalos. Logo depois das investigações sobre a compra da Record, voltou outra vez aos noticiários devido às acusações do ex-pastor, responsável pela implantação da Universal em quase todo Nordeste, Carlos Magno de Miranda. O ex-pastor acusou Macedo de

<sup>135</sup> TAVOLARO, D. **O Bispo** – Biografia de Edir Macedo, Rio de Janeiro, Larousse, 2007. p. 150.

<sup>136</sup> MARIANO, op. cit., p. 70.

lavagem de dinheiro, sonegação de impostos e relação com o narcotráfico. De acordo com Freston,

Há três conjuntos de denúncias e investigações: da Polícia Federal e da Receita Federal sobre a origem do dinheiro para a compra da Rede Record; as denúncias de um ex-pastor de lavagem de narcodólares; e o processo movido por ex-membros, por estelionato, curandeirismo e charlatanismo.<sup>137</sup>

Entre os escândalos que apareciam aqui e ali, um dos mais importantes gira em torno da prisão de Edir Macedo em maio de 1992<sup>138</sup>. Sua prisão apresentou ares de uma mega operação<sup>139</sup>, saindo de um culto no domingo de manhã em uma catedral de Santo Amaro, o carro do bispo é interceptado por carros com policiais fortemente armados, e assim, o bispo é preso. As acusações feitas para a realização da prisão eram charlatanismo, curandeirismo e estelionato. Nos doze dias que permaneceu preso<sup>140</sup>, até conseguir um *habeas corpus*, a repercussão que causou foi imensa. Enquanto todos esperavam, com o líder preso e desmoralizado e a igreja sem sustentação, que a IURD iria desmoronar, para surpresa de todos, ocorreu justamente o contrário. Perante a prisão, os fiéis protestaram, se uniram, deixando a IURD mais fortalecida, desacreditaram nas acusações e consideraram a prisão de Macedo uma perseguição e uma grande injustiça. Algo que já estava sendo pregado pela Universal, em não acreditar no que era veiculado na mídia, só se reafirmou perante a prisão, segundo Mariano,

Nos cultos, os jornalistas são amiúde tachados de enviados do Diabo. Já os fiéis recebem expressas orientações para não ler nem dar créditos às notícias publicadas na imprensa acerca da Universal e de seus dirigentes. Num megaculto realizado no Maracanã em 1990, Macedo exaltado, reclamou: “Estamos sendo castigados e perseguidos pela imprensa como cão danado. Eles querem arrancar nossa cabeça. Isto só aumenta nossa fé.”<sup>141</sup>

<sup>137</sup> FRESTON, P. **Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment**. 1993. Tese de doutorado- IFCH, Unicamp, Campinas. p. 109

<sup>138</sup> Mesma época em que estourava os escândalos em torno do então presidente Fernando Collor de Mello.

<sup>139</sup> Na biografia autorizada de Edir Macedo, segundo o delegado que comandou a operação, afirma-se que a prisão era pra ser efetuada quando Macedo estivesse dentro do templo pregando no altar, o que teria causado um impacto muito maior, no entanto, o delegado preferiu não prendê-lo no altar.

<sup>140</sup> Durante a estadia na prisão, Macedo recebeu a visita de Luis Inácio Lula da Silva e do R. R. Soares.

<sup>141</sup> MARIANO, op. cit., p. 73.



Mariano também afirma que houve solidariedade de outras igrejas e lideranças pentecostais para com Macedo, alegando que o país não estava respeitando o direito à expressão religiosa. Os evangélicos, no propósito de defender suas concepções, pois diversas igrejas também praticavam a cura divina e a ênfase no dinheiro, se uniram contra a prisão de Edir Macedo. Importante frisar que, diversas igrejas discordavam e criticavam algumas atitudes iurdianas, mas diante daquela situação foi preciso se unir para defender a fé evangélica.

Na biografia autorizada de Macedo<sup>142</sup>, ele comenta sobre a prisão<sup>143</sup>:

- Você quer saber a verdade? Eles deram vários tiros no pé. A situação se reverteu a meu favor, para frustração de meus inimigos.
- Inimigos?
- Eu tinha e tenho muitos inimigos.
- Quem era e quem são esses inimigos?
- Quem eram? O clero católico, a Rede Globo e a gente poderosa usada por eles. Eu até entendo tantos ataques, realmente há motivos para isso. A Igreja Universal incomoda, a Record incomoda. Nós assustamos. Nosso crescimento assustou muita gente na época da minha prisão e continua assustando até hoje.

Ainda de acordo com a biografia, sobre sua prisão há um detalhe importante: Quando Macedo chegou à delegacia de polícia, quem estava de prontidão? Rede Globo, a única emissora que tinha conhecimento do mandado. Dessa maneira, foi a primeira a divulgar as cenas de Macedo sendo preso, as quais prontamente foram ao ar no mesmo dia, durante o programa de domingo, em horário nobre, *Fantástico*. Ao ficar preso, Macedo, sabendo de todo apoio e protestos dos fiéis, soube colocar-se no papel de vítima, divulgando uma imagem de perseguido e injustiçado. Podemos afirmar que a capa<sup>144</sup> de sua biografia autorizada deixa claro essa imagem de vítima. A foto mostra Macedo, entre as grades, numa cela muito simples, sentado em uma cadeira, ao lado, um prato de alumínio no chão; vestido de maneira comum, usando óculos, uma calça social cinza e camisa branca, lia a Bíblia, numa posição concentrada, mostrando serenidade diante de toda a situação. Essa imagem foi descrita em sua biografia:

<sup>142</sup> A biografia oficial traz logo no início a versão de Macedo sobre a prisão.

<sup>143</sup> TAVOLARO, op. cit. p. 27.

<sup>144</sup> Consultar a imagem no anexo A.

O bispo Macedo tentou fazer da delegacia uma extensão da igreja. No intervalo das visitas, consumia as horas em discretas rezas e na incansável leitura da Bíblia. Sempre sereno, concentrado, pensativo.<sup>145</sup>

A partir da compra da Record e da prisão de Macedo, a mídia não deu trégua, escândalos e polêmicas marcaram a década de 90 para a IURD. A Rede Globo assumiria a briga com a Record e a IURD praticamente sozinha. Segundo Campos,

A compra da Record fez com que, a partir de 1990, a briga de Macedo com a imprensa se tornasse um conflito com as principais redes de televisão. A Televisão Manchete, Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e Rede Globo de Televisão passaram a sustentar denúncias contínuas contra a Igreja Universal, Record e Macedo. Todas elas levaram ao ar programas especiais denunciando a “mercantilização da fé” que estaria sendo praticada pela Igreja Universal em todo o País. [...] Nos anos seguintes, a Globo bancou quase que sozinha o ônus da briga contra a Record, Macedo e IURD.<sup>146</sup>

No ano de 1995, a mídia se transformou em um verdadeiro campo de batalhas. Uma minissérie, chamada *Decadência*, exibida em 12 capítulos pela Rede Globo e escrita pelo dramaturgo Dias Gomes, foi protagonizada pelo personagem de um ex-motorista que ao criar sua própria igreja, fica milionário. Porém, o personagem é caracterizado como um pastor corrupto e sem caráter que enganava os fiéis. Logo, os pastores da IURD sentiram-se ofendidos, alvos das críticas e do papel de falso pastor mostrado na minissérie. Um detalhe interessante, segundo a *Folha de São Paulo* de 9 de setembro de 1995, algumas falas do personagem foram retiradas de uma entrevista que Edir Macedo concedeu à Revista *Veja* em 1990. Um pequeno adendo, nessa entrevista concedida a *Veja*, Macedo é questionado sobre a eficácia das curas dentro de sua igreja, e o bispo responde:

Se alguém duvidar, mostro as provas. Posso uma declaração de um médico judeu atestando a cura de uma pessoa que veio com Aids para a Igreja. Pessoas que estavam com câncer, desenganadas pela medicina, também já ficaram boas. Claro que não posso dizer que todos aqueles doentes pelos quais oramos ficam curados. Depende da fé das pessoas. Se uma pessoa crê, recebe cura.<sup>147</sup>

<sup>145</sup> Ibid., p. 38.

<sup>146</sup> CAMPOS, op. cit., p. 188-189.

<sup>147</sup> Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/30anos/p\\_103.html](http://veja.abril.com.br/30anos/p_103.html)> Acesso em: 21. Set. 2011.

E a partir disso, a Record revidou com programas que atacavam diretamente a Rede Globo. Todos aqueles que de alguma forma eram contrários à Rede Globo, a Record explorou. Para fundamentar as acusações, a Record utilizou o livro *A fundação Roberto Marinho*, do jornalista Roméro Machado, que traz acusações sobre a fundação Roberto Marinho.

Quando parecia que a poeira estava abaixando, um novo escândalo, que dessa vez deixou o país furioso. O episódio mais conhecido como “chute na santa”, ocorreu em 12 de outubro de 1995, dia da Padroeira do Brasil, onde um bispo da IURD, Sérgio Von Helde em seu programa o *Despertar da Fé*, desrespeitou a imagem da santa, chutando-a e dizendo que aquilo não era santo, que aquela imagem custava muito dinheiro no mercado religioso e que, segundo suas palavras: “Será que Deus, o criador do Universo, pode ser comparado a um boneco desse tão feio, tão horrível, tão desgraçado?”<sup>148</sup> Claro, num país onde a maioria é católica, as críticas e acusações contra IURD recomeçaram. Macedo veio a público e pediu desculpas.

E ainda em 1995, mais um novo tumulto envolvendo a IURD, o ex-bispo, Carlos Magno apresenta um vídeo, que seria veiculado incessantemente pela Rede Globo. A gravação, feita durante um intervalo de uma partida de futebol, mostra alguns pastores da Universal, entre eles, Macedo ensinando algumas táticas mais eficazes de como persuadir o fiel a doar mais dinheiro.

Os escândalos e polêmicas protagonizados pela IURD e Macedo não terminam na década de 1990. Importante destacar que durante o ano de 1995, Edir Macedo estampou a capa de duas edições da revista *Veja*, uma em 25 de outubro e a outra em 6 de dezembro.<sup>149</sup> De acordo com Mariano,

Os acirrados ataques entre Globo e Universal/Record, que se arrastavam havia meses, só tiveram fim com a mediação pessoal do Ministro das Comunicações, a pedido do presidente Fernando Henrique Cardoso. Em 3 de janeiro de 1996, Sérgio Motta reuniu-se com representantes de ambas as emissoras e exigiu o fim da guerra comercial conduzida naqueles termos, argumentando que as TVs eram concessões públicas e sugerindo que as divergências entre elas fossem resolvidas na Justiça.<sup>150</sup>

<sup>148</sup> Vídeo exibido no Jornal Nacional que mostra o episódio.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=VpPwWEsk0OY>> Acesso em: 20. Set. 2011.

<sup>149</sup> As capas da revista *Veja* serão mais exploradas no próximo tópico.

<sup>150</sup> MARIANO, op. cit., p. 90.

Ao ingressarmos no século XXI, destaco as últimas aparições da Universal nos meios midiáticos. Em 2007, a IURD reaparece na mídia, devido ao lançamento da biografia autorizada de Edir Macedo e também à inauguração do canal Record News em São Paulo, o único canal na TV aberta exclusivo de notícias. Na estréia, algumas presenças ilustres, o presidente Luis Inácio Lula da Silva, o governador de São Paulo, José Serra, o prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab, o presidente da Câmara dos Deputados, Arlindo Chinaglia. Macedo aproveitou a oportunidade para alfinetar a Rede Globo, “Nós fomos injustiçados por muitos anos por um grupo de comunicação que tinha e mantém o monopólio da notícia no Brasil. Daí nosso desejo de dar um fim a esse monopólio.”<sup>151</sup> Entre diversas reportagens, podemos destacar uma divulgada pelo jornal *Folha de São Paulo*, datada de 15 de dezembro, com o título “Igreja Universal completa 30 anos com império empresarial”<sup>152</sup>, em que, baseada em investigações, afirma que a IURD possui 19 empresas registradas em nome de vários membros da igreja. Entre as empresas estariam dois jornais diários, gráficas, agência de turismo, imobiliária, empresa de seguro saúde e uma empresa de táxi aéreo.

Em 2009, a IURD entrou em cena de novo, estampou capas de revistas, manchetes nos jornais e minutos nos noticiários. Desta vez, a igreja reaparece no cenário nacional devido às acusações contra nove integrantes e também a Edir Macedo. A acusação foi feita por promotores do Grupo de Atuação Especial de Repressão ao Crime Organizado (Gaeco), do Ministério Público de São Paulo (MP). As suspeitas? Lavagem de dinheiro e formação de quadrilha<sup>153</sup>. O Ministério Público (MP), por dois anos investigou a vida de alguns líderes da Igreja, transações de dinheiro, investimentos em empresas daqui e algumas localizadas no exterior. Enfim, o MP acusa os membros e o bispo de usarem o dinheiro dos fiéis em benefício próprio, desviando o dinheiro arrecadado na IURD para a compra de empresas de comunicação e outros bens. A IURD também é acusada de se beneficiar da

---

<sup>151</sup> Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u332077.shtml>> Acesso em: 25. set. 2011.

<sup>152</sup> Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u355188.shtml>> Acesso em: 25. set. 2011.

<sup>153</sup> Conferir o livro de Elvira Lobato, *Instinto de Repórter*, onde ela investiga documentos que relacionam a Igreja Universal com a lavagem de dinheiro em paraísos fiscais. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/publifolha/ult10037u373934.shtml>> Acesso em: 25. Set. 2011.

imunidade tributária às igrejas, como estabelecido na Constituição Federal<sup>154</sup>, para fazer transações comerciais utilizando o dinheiro dos fiéis. Segundo o site oficial do Ministério Público de São Paulo:

De acordo com a denúncia, Edir Macedo e os demais acusados há cerca de 10 anos vêm se utilizando da Igreja Universal do Reino de Deus para a prática de fraudes em detrimento da própria igreja e de inúmeros fiéis. Levantamento feito pelo Ministério Público e pela Polícia Civil, com base em dados bancários e fiscais obtidos judicialmente, mostra que a Igreja Universal movimenta cerca de R\$ 1,4 bilhão por ano no Brasil, dinheiro arrecadado por meio do pagamento de dízimo por seus milhares de fiéis espalhados por 4.500 templos, instalados em 1.500 cidades do País. [...] Ainda segundo a denúncia, Edir Macedo e os outros denunciados aproveitaram-se da imunidade tributária estabelecida pela Constituição Federal para templos religiosos, e passaram a se utilizar da Igreja Universal em benefício próprio, captando os valores dos dízimos, ofertas e contribuições dos fiéis da Igreja, que não têm fato gerador tributário, investindo em bens particulares, como imóveis, veículos ou jóias. Para os promotores, ficou comprovado que o dinheiro das doações, em vez de ser utilizado para a manutenção dos cultos, era desviado para atender a interesses particulares dos denunciados.<sup>155</sup>

Acusação feita, mídia afiada e, então, voltemos ao campo de batalhas. Assim que a acusação foi aceita pela justiça, o jornal *Folha de São Paulo*, do dia 11 de agosto de 2009, estampou em sua capa a seguinte manchete: “Universal é acusada de lavar dinheiro: Justiça acata denúncia contra Edir Macedo e mais nove membros da igreja; advogados negam irregularidades”<sup>156</sup>. A matéria principal detalhava o esquema de lavagem de dinheiro denunciado pelo MP, e, em um pequeno espaço o jornal abriu lugar para a defesa. O advogado da IURD, Arthur Lavigne, afirma que essas acusações não são novas, foram feitas em 1992, e que houve dez processos entre 1992 e 2009, e somente dois ainda estavam em andamento. Segundo Lavigne, “A Receita Federal, a Procuradoria da República e o STF têm pleno

<sup>154</sup> Artigo 150, inciso VI, alínea b, da Constituição Federal. "Sem prejuízo de outras garantias asseguradas ao contribuinte, é vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios: (...)VI - instituir impostos sobre: b) templos de qualquer culto".

<sup>155</sup>Disponível

em:<[http://www.mp.sp.gov.br/portal/page/portal/noticias/publicacao\\_noticias/2009/ago09/Justi%C3%A7a%20recebe%20den%C3%Bancia%20do%20MP%20contra%20bispo%20Edir%20Macedo%20e%20m](http://www.mp.sp.gov.br/portal/page/portal/noticias/publicacao_noticias/2009/ago09/Justi%C3%A7a%20recebe%20den%C3%Bancia%20do%20MP%20contra%20bispo%20Edir%20Macedo%20e%20m)> Acesso em: 30. Set. 2011.

<sup>156</sup> *Folha de S. Paulo*, 11 de agosto de 2009. Ano 89, n. 29.350

conhecimento das empresas. São muitos inquéritos instaurados, mas todos arquivados. Nunca houve uma condenação.”<sup>157</sup>

A Rede Globo também se manifestou sobre a acusação no dia 11 de agosto de 2009. O noticiário *Jornal Nacional*, iniciou o programa destinando dez minutos para explicar a denúncia feita pelo MP, mostrar a expansão da Universal, comentar sobre a compra da Rede Record, e mais uma vez, mostrar o famoso vídeo da partida de futebol. Já no dia 12 de agosto de 2009, o *Jornal Nacional* retomou a acusação do MP, e afirmou que este pediria ajuda internacional para rastrear as movimentações do dinheiro da IURD, procurando por ilegalidades.

Na defesa de todos esses ataques, o *Jornal da Record*, principal noticiário da emissora, também no dia 12 de agosto de 2009, iniciou sua programação apresentando uma reportagem intitulada “A história denuncia” sobre a maneira como a Rede Globo veiculou a notícia sobre a Universal e Macedo. Apresentou uma reportagem sobre o crescimento da rede Record; segundo Celso Freitas, “[...] tudo isso é ótimo para a democratização do acesso a notícia, mas incomoda a concorrência que durante décadas deteve o monopólio da informação, e, em muitos casos, manipulou a opinião pública.” Logo depois, mostrou um ranking sobre quantos minutos a notícia sobre a IURD ocupou nas demais emissoras, claro que a Rede Globo, lideraria o ranking. O *Jornal Nacional* dedicou dez minutos, o que comprova a disputa entre as emissoras. A Record chegou a questionar a isenção de um dos promotores que fizeram a denúncia, Roberto Porto e questionou também o acesso da Rede Globo aos documentos sigilosos do Ministério Público.

No horário nobre do domingo, o programa *Fantástico* do dia 16 de agosto de 2009, transmitiu uma reportagem sobre o assunto baseando-se no depoimento de ex-fiéis da Universal que doaram dinheiro, casas e carros em troca de bênçãos e que não recebendo nada em troca, entraram na Justiça para reaver o dinheiro. Ao mostrar primeiramente os depoimentos desses ex-fiéis, a reportagem critica o método de arrecadação de dinheiro da Igreja, mostrando a forma como os pastores “tiram” o dinheiro dos fiéis. Após os depoimentos, explica a acusação feita pelo MP, do desvio de dinheiro das doações para empresas particulares e a lavagem de dinheiro, mostrando como o dinheiro sai do bolso do fiel e vai parar no bolso do

---

<sup>157</sup> Ibid. p. A8-A9.

pastor. Também afirma que o problema não está em doar o dinheiro e sim para onde todo esse dinheiro vai.

A Universal continuou em posição, ora de ataque, ora de defesa. Através de sua principal mídia impressa, a *Folha Universal*, edição especial da semana de 23 a 29 de agosto, estampou na capa<sup>158</sup> o ataque à Rede Globo: em letras garrafais a palavra “SUJEIRA”, com o seguinte subtítulo: “Nas últimas semanas, o Brasil assistiu, perplexo, a um ataque histórico de grupos de comunicação à Igreja Universal. Quais são os interesses por trás da notícia? Acusações já foram desmentidas e arquivadas. Ameaçada na audiência, Globo ataca Record. Defesa desmonta denúncias do Ministério Público. Trabalho social reconhecido no mundo inteiro.” A imagem central que estampa a capa é um símbolo da Rede Globo infestado por baratas, e a legenda: “BARATAS: Cena final do documentário inglês ‘Muito além do Cidadão Kane’, produzido pela BBC de Londres e censurado no Brasil, que trata das relações sombrias entre a família Marinho e o poder no país.”<sup>159</sup>

Podemos descrever brevemente a edição especial, onde, a matéria central ocupa três páginas principais do jornal, com a manchete: “Denúncia Vazia: Ministério Público retoma denúncias antigas que, apesar do segredo de Justiça, são logo repassadas para veículos concorrentes da Rede Record”. A matéria toda gira em torno de ataques à Globo e ao jornal *Folha de S. Paulo*. Afirmam que o momento das acusações contra a Record e a IURD não foi por acaso, pois, coincide com o momento em que a Record aumenta sua audiência, de acordo com o Ibope, e está prestes a estreiar mais um portal na internet, o “R7” (que faz frente ao portal da Rede Globo, G1). Já na segunda página, retoma a entrevista que Edir Macedo deu ao programa *Repórter Record Especial* no dia 16 de agosto de 2009. E na terceira página denuncia a apropriação ilegal de um terreno pertencente ao Governo do Estado de São Paulo, localizado ao lado do complexo da Rede Globo, que teria sido anexado ilegalmente. A edição especial também apresenta outras reportagens que saem da posição de ataque e entram na defesa da IURD: uma página dedicada aos testemunhos, outra dedicada à biografia de Macedo, com a seguinte manchete “Uma história de injustiças”, a resposta dos fiéis e as vigílias feitas em todo o país contra

---

<sup>158</sup> Vide anexo B.

<sup>159</sup> A briga entre as emissoras envolve dois documentários; enquanto a Record comprou os direitos do documentário inglês “*Muito Além do cidadão Kane*” (1993), que traz críticas à Rede Globo, esta negocia os direitos de um documentário francês, ainda inédito no Brasil, intitulado “*Universal, Uma Ameaça ao País dos Crentes*” (2002), que deprecia a imagem da IURD e de Macedo.

as perseguições a Macedo e à IURD, um roteiro de viagens ao redor das IURDs no mundo, e uma matéria sobre o trabalho social desenvolvido pela igreja. Enfim, os temas e denúncias apresentados pelo programa televisivo *Repórter Record Especial* do dia 16 de agosto de 2009, constituem as matérias centrais do jornal *Folha Universal*.

Ainda em posição de ataque, outra mídia impressa foi utilizada, a revista *Plenitude*<sup>160</sup>, de circulação nacional, estampou a capa com uma foto de Macedo com a legenda em letras garrafais: “Fé Aquecida”, e o subtítulo: “mais uma vez vítima de campanha de difamação da Rede Globo, a Igreja Universal do Reino de Deus sai fortalecida ao provar que denúncias já foram arquivadas.” A reportagem inicia-se com a frase: “E a história se repete...”; E mais uma vez, apresentou as acusações e denúncias já tratadas por seus instrumentos midiáticos.

Meios midiáticos impressos que não estão diretamente ligados à IURD e à Rede Globo, também noticiaram a as denúncias do MP contra a IURD e a guerra das emissoras, entre eles as revistas informativas de grande circulação nacional: *Veja*, *Istoé* e *Época*. Essas revistas, em especial a *Veja*, serão analisadas com maiores detalhes no tópico seguinte.

Como dito anteriormente, podemos destacar um instrumento midiático que é, a cada dia, mais explorado pela Universal: a mídia eletrônica. Atualmente, observamos um contínuo crescimento do número de pessoas que tem acesso à internet, principalmente os jovens. A IURD, consciente do papel que a internet vem adquirindo, possui alguns sites<sup>161</sup> que abrangem toda sua estrutura midiática.

As repercussões das acusações também foram abordadas no blog oficial de Edir Macedo e no portal Arca Universal. No dia 19 de agosto em seu blog, Macedo também se manifestou sobre as acusações feitas pelo MP, alguns dias depois das batalhas entre Record e Globo, o bispo postou uma mensagem com o título “Inveja” e uma imagem<sup>162</sup> bastante interessante. Podemos descrever a imagem sendo constituída de uma passagem bíblica: “Se é pecador, não sei, uma coisa eu sei, eu era cego e agora vejo” (João 9:25), inscrita em um fundo preto, em letras maiores o trecho “[...] eu era cego e agora vejo”. E então entra a alfinetada, no lugar da letra “o”

<sup>160</sup> Revista *Plenitude*. Editora Unipro, 2009. Setembro. Mensal. Ano 30, nº 172. p. 8-13.

<sup>161</sup> Entre os principais sites, podemos citar o portal Arca Universal ([www.arcauniversal.com.br](http://www.arcauniversal.com.br)), o blog do bispo Macedo ([www.bispomacedo.com.br](http://www.bispomacedo.com.br)), o site do jornal Folha Universal (<http://www.folhauniversal.com.br>), entre outros.

<sup>162</sup> Consultar a imagem no anexo C.



da palavra cego (escrito em vermelho), traz o símbolo da Rede Globo, e, no lugar da letra “o” da palavra “vejo”, o símbolo da Rede Record (escrito em amarelo). E através dessa imagem, o bispo postou um texto que mostra como o crescimento da Record causa inveja à Rede Globo:

As perseguições da Globo contra a IURD me fizeram pensar sobre a inveja dos “poderosos” nos dias de hoje. Quando o Senhor Jesus Cristo curou um cego de nascença, de imediato Ele despertou a inveja dos religiosos tradicionais da época. Se aqueles religiosos fossem mesmo de Deus, eles deveriam ficar radiantes ao ver tamanho milagre. Mas não, aconteceu o contrário: eles se assustaram com a ameaça de suas sinagogas esvaziarem.<sup>163</sup>

A cada mensagem postada há um espaço para que os fiéis façam comentários. Dessa forma, analisando alguns comentários, podemos perceber a opinião e a posição de alguns fiéis sobre a acusação. Nos comentários – neste caso, mais de duzentos – diversos fiéis mostram toda sua lealdade e solidariedade para com a IURD, acreditando na idoneidade do bispo e dos outros acusados e afirmando que realmente há uma conspiração contra a Record. Neste caso, a palavra mais usada pela Universal é: perseguição. Interessante citar que, pelo blog ser de acesso público, também há comentários contra a IURD e o bispo Macedo. Abaixo alguns comentários retirados do blog:

“Realmente bispo, são invejosos. Mas o problema é que, durante 14 anos da minha vida, nenhum deles estendeu a mão para ajudar, para me tirar do sofrimento, para libertar minha família. Esses invejosos não tem (sic) somente inveja dos verdadeiros testemunhos da IURD, mas também do Deus a quem servimos, e por isso, tentam falar mal do remédio que curou o cego, o parálítico, o viciado, o miserável, o desprezado, o leproso, enfim, todos aqueles que foram rejeitados pela sociedade e também pelos invejosos.”

“Boa noite bispo, algo muito interessante que percebo em todas essas acusações e denúncias, é que a família Universal cresce a cada dia, que maravilha, nada nos abala. Estava meditando esses dias, a Globo acusa no momento em que mais precisa se promover (semanas que antecedem o Criança Esperança, acusações sobre lavagem de dinheiro) e para onde vai o dinheiro desta jogatina?? Eu nunca vi benfeitoria disso... a (sic) 10 anos estou na igreja e a (sic) 10 anos não assisto nada da globo. E não perdi nada com isso! Na fé.”

<sup>163</sup> Disponível em: <<http://blog.bispomacedo.com.br/?p=2293>> Acesso em: 28. Set. 2011.

“São (sic) nessas horas que entendo aquela famosa frase que muito se ouve por ai ‘essas igrejas fazem lavagem cerebral’ como é que esse bando de gente tem coragem de acreditar que essa não igreja é uma fraude? Me desculpe (sic) Sr. Bispo, mas se esse tal Deus que o senhor tanto fala, é realmente justo, eu estou tranqüila, por que o Sr. pode escapar da justiça humana, mas tu bem sabes que dele tu não escapas.”

Nesse verdadeiro campo de batalhas, atacada por todos os lados, a IURD através de seus meios midiáticos, revidou e associou todos aqueles que a atacavam ao Diabo. Os fiéis foram orientados a não dar crédito à mídia sobre o que era veiculado a respeito da IURD e de Macedo.<sup>164</sup> De acordo com Fonseca,

Os fiéis da Universal vivem como que envolvidos em uma “redoma de mídia”, que acaba por praticamente isolá-los. Eles possuem e participam de reuniões e correntes regulares nos templos, ouvem as emissoras de rádio da Igreja (AM ou FM), lêem o jornal e assistem à emissora de tevê. Os livros lidos também são somente de seus líderes. Todo esse processo acaba por assegurar maior fidelidade dos membros, sendo formada uma identidade segundo os padrões da Igreja, que acaba sendo assimilada e seguida por uma porcentagem significativa de fiéis. Devemos lembrar que a capacidade crítica de um indivíduo está estritamente relacionada à qualidade e ao volume de informações a que ele tem acesso.<sup>165</sup>

Em agosto deste ano, a IURD lançou uma campanha chamada “*Jejum de Daniel*”, onde, fazendo uma comparação com profeta Daniel, que por 21 dias fez um jejum alimentar se sacrificando em nome de Deus, propôs aos fiéis que jejuassem por 21 dias. No entanto, o sacrifício proposto não era alimentício, a IURD afirma que,

A mídia, de um modo geral, influencia e muito no caráter do indivíduo. São os chamados mitos, apresentados todos os dias, por meio de novelas, filmes, músicas, jornais e programas de tevê de um modo geral, que faz com que nós, os receptores, sejamos manipulados ou influenciados por atitudes e pensamentos diariamente impostos. No entanto, não é isso o que Deus almeja para a nossa vida. Ele quer que pensemos por nós mesmos e raciocinemos sobre as coisas que acontecem no mundo, e, principalmente, sobre a nossa própria vida. [...] hoje, o maior sacrifício não é o jejum de alimentos: a comida desejável atual, que deixaremos de consumir, são as informações, entretenimentos,

<sup>164</sup> MARIANO, op. cit., p. 72

<sup>165</sup> FONSECA, A. B. *Igreja Universal: um império midiático*, In: ORO, A. P.; CORTEN, A.; Jean-Pierre D. (org.) **Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé**, São Paulo: Paulinas, 2003. p. 279.

músicas, televisão, enfim. Porque a nossa mente, acostumada com os prazeres deste mundo, passará por uma limpeza, tornando-a mais pura e sincera.<sup>166</sup>

A campanha que propõe uma “limpeza espiritual” por meio do jejum de meios midiáticos, e estabelece algumas regras a serem seguidas:

Assim como o profeta Daniel – que orava três vezes ao dia –, durante 21 dias, os participantes também deverão orar às 9h da manhã, às 3h da tarde e às 11h da noite. Além do mais, para que a faxina espiritual seja completa, é necessário que a mente esteja limpa das coisas deste mundo. Por isso, quem participar, deverá se privar de toda forma de informação secular, veiculada em sites, jornais impressos, revistas, programas de tevê, rádio, internet e entretenimentos. [...] A pessoa que participar poderá alimentar-se de toda forma de conteúdo espiritual que contribua para a sua fé. Livros da IURD, mensagens bíblicas, programas da igreja, TV IURD, blog do bispo Edir Macedo, leitura da Bíblia, enfim, assuntos que alimentem o seu espírito.<sup>167</sup>

Essa campanha proposta pela Universal possibilita comprovar a afirmação de Fonseca, pois, podemos observar que há intenção de prender seus fiéis nessa “redoma de mídia”.

Recentemente, em setembro deste ano, a IURD e Macedo voltaram aos noticiários, dessa vez, de forma menos alarmada, pois as acusações já eram velhas conhecidas da mídia. O Ministério Público Federal apresentou uma denúncia contra o bispo Edir Macedo, e mais três dirigentes sob acusação de lavagem de dinheiro, evasão de divisas, formação de quadrilha, falsidade ideológica e estelionato contra fiéis para a obtenção de recursos para a igreja. De acordo com a denúncia do procurador da República Sílvio Luís Martins de Oliveira, o dinheiro doado pelos fiéis era obtido por meio de estelionato da Igreja Universal, por meio do “oferecimento de falsas promessas e ameaças de que o socorro espiritual e econômico somente alcançaria aqueles que se sacrificassem economicamente pela Igreja”<sup>168</sup>. O procurador também solicitou a possibilidade de cassação da imunidade tributária da IURD. Para os advogados da Universal, as acusações foram “ressuscitadas”, já foram feitas em 2009 pelo Ministério Público de São Paulo.

<sup>166</sup> Disponível em: <<http://www.arcauniversal.com/iurd/jejum/proposito>> Acesso em: 29 set. 2011.

<sup>167</sup> Disponível em: <<http://www.arcauniversal.com/iurd/jejum/como-participar>> Acesso em: 28 set. 2011.

<sup>168</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2011/09/mpf-denuncia-bispo-edir-macedo-sob-acusacao-de-lavagem-de-dinheiro.html>> Acesso em: 28 set. 2011.

A importância dos meios midiáticos no campo religioso fica claro diante de todos esses escândalos, acusações, denúncias, ataques e defesas. No entanto, ao analisar os meios midiáticos é preciso ter cautela, e, sobretudo compreender que, por vezes, há um jogo de interesses muito maior do que intolerância religiosa. Segundo Campos,

O exame das matérias produzidas pela imprensa sobre a Igreja Universal nos mostraram que as acusações da mídia sempre giram ao redor de um ponto central, que é a questão da arrecadação de dinheiro através dos “dízimos”, “ofertas de amor” e “desafios da fé” dos que passam por seus templos, sejam membros fixos ou façam parte da população religiosa em trânsito. A “mercantilização” se tornou, neste contexto, uma arma de guerra que se amplia para além do simbólico religioso, instalando-se, no campo da economia real, o verdadeiro dirigente da indústria cultural e do mercado de bens simbólicos produzidos e distribuídos pela mídia brasileira.<sup>169</sup>

Por fim, a IURD continua sendo a principal igreja neopentecostal que se expande e se destaca no Brasil e no mundo, através de sua Teologia da Prosperidade, sua interminável guerra contra o diabo e a ampla utilização dos meios midiáticos. Ao longo deste tópico, observamos que em apenas 34 anos de existência, a Universal constitui um verdadeiro império midiático, governada com mãos de ferro por seu “imperador”, Edir Macedo, o império não pára de crescer. Nesse campo de batalhas midiático, podemos afirmar que a compra da Rede Record foi o estopim da desconfiança. Os olhos da mídia descobriram a IURD, e a partir disso, Macedo e sua igreja ficariam conhecidos no país todo por suas suspeitas formas de arrecadação de dinheiro.

#### 4.3 O DISCURSO DAS MÍDIAS E UMA ANÁLISE DE IMAGENS MIDIÁTICAS

Início este tópico com o seguinte diálogo:

A repórter pergunta: - O senhor acha que é ou não vítima de preconceito religioso?

Macedo responde: - Por parte da mídia, sim...

E a repórter interrompe: - e da sociedade?

---

<sup>169</sup> CAMPOS, op. cit., p. 190.

Macedo – Olha, a sociedade eu não sei, porque a mídia faz a cabeça da sociedade, né?<sup>170</sup>

A qual mídia Macedo se refere? Quão manipuladora ela é? Quem é manipulado por ela? Antes de responder a tais questões, é necessário esclarecer algumas noções sobre mídia. Importante frisar que, neste trabalho não nos aprofundaremos nas teorias de comunicação e de semiótica, apenas faremos uma breve exposição sobre o que é a mídia, os discursos produzidos pelas mídias e algumas estratégias.

Atualmente não é preciso ter formação acadêmica para percebermos como somos rodeados pelos meios midiáticos e a importância que exercem na sociedade. Para qualquer lugar que nossos olhos se movam, capturamos uma imagem, uma informação. Precisamos, antes de prosseguir, distinguir, informação, comunicação e mídia. Patrick Charaudeau, em seu livro *O discurso das mídias*, faz essa distinção:

“informação” e “comunicação” são noções que remetem a fenômenos sociais; as mídias são um suporte organizacional que se apossa dessas noções para integrá-las em suas diversas lógicas – econômica (fazer viver uma empresa), tecnológica (estender a qualidade e a quantidade de sua difusão) e simbólica (servir a democracia cidadã).<sup>171</sup>

É nessa lógica simbólica que procuraremos pensar o papel da mídia. Como formadora de opiniões, a mídia manipula ao mesmo tempo em que é manipulada, seguindo um ciclo. Para a manipulação, é necessária uma tática, mas também, é preciso que haja alguém para ser manipulado. E só percebemos se há manipulação através de alguém, daquele que está sendo manipulado. Dessa forma, a mídia ao informar, ao transmitir um saber, em determinada linguagem, a quem não possui, estabelece um alvo da informação, e esse mesmo alvo têm de abranger o maior número possível de pessoas, para ser viável economicamente. Essa questão da recepção da mídia é o ponto central das “condições semiológicas” da produção de um meio midiático. Segundo Charaudeau,

<sup>170</sup> Diálogo transcrito da entrevista cedida ao programa *Repórter Record Especial* transmitido em 16 de agosto de 2009. Vídeo Disponível em: < <http://www.bispomacedo.com.br/2009/08/17/entrevista-com-o-vai-arrebentar/> > Acesso em: 30 set. 2011.

<sup>171</sup> CHARAUDEAU, P. **O discurso das mídias**. 1. ed., São Paulo: Contexto, 2009. p.15.

Para tal realização, um jornalista, um diretor e um chefe de redação conceitualizam o que vão “pôr em discurso” com a ajuda dos meios técnicos de que dispõem, buscando atender certas questões: o que pode incitar os indivíduos a se interessar pelas informações difundidas pelas mídias? É possível determinar a natureza de seu interesse (segundo a razão) ou de seu desejo (segundo a afetividade)? Como leva em conta, nesse espaço de motivações sociais, as diferenças entre um alvo dito “esclarecido”- que já dispõe de informações e meio intelectuais para tratá-las e que terá exigências maiores quanto à confiabilidade da informação fornecida e quanto à validade dos comentários que a acompanham – e um alvo dito “de massas”, que terá exigências de confiabilidade e de validade menores e se prenderá mais a efeitos de dramatização e a discursos estereotipados?<sup>172</sup>

Como podemos saber se aquele discurso lançado pela mídia foi recebido por um alvo ideal<sup>173</sup>? Produziram-se os efeitos esperados? Essas questões de recepção geram o chamado “efeitos de sentido possíveis”. Quando uma notícia é produzida, espera-se surtir um determinado efeito no receptor, no entanto, como depende da interpretação de cada receptor, a notícia pode gerar diversos sentidos possíveis.

Outro ponto importante, é através da linguagem que informamos algo, Charaudeau afirma que, “Trata-se da linguagem enquanto ato de *discurso*, que aponta para a maneira pela qual se organiza a circulação da fala numa comunidade social a produzir sentido.”<sup>174</sup> E esse discurso, nos moldes foucaultianos, insere-se numa ordem. O autor afirma que o ato de informar alguém, que antes era acessível a todos, passa a ser reservado às mídias, assim, estas afirmam ter legitimidade para informar os cidadãos. E prossegue:

[...] essa atividade concentra-se na mira da crítica social, obrigando seus atores a se explicar, obrigando as mídias a produzir, paralelamente, ao discurso de informação, um discurso que justifique sua razão de ser, como se além de dizer “eis o que é preciso saber”, as mídias dissessem o tempo todo: “eis porque temos competência para informar”.<sup>175</sup>

Ao possuir essa legitimidade, a mídia constrói suas notícias, transforma um acontecimento qualquer em notícia, da mesma forma que o historiador, diante do mar de acontecimentos históricos, recorta e constrói os fatos e objetos históricos. De

<sup>172</sup> Ibid., p. 25.

<sup>173</sup> O receptor dificilmente é esse alvo ideal, assim, as mídias buscam saber quem é o seu público e como atingi-lo.

<sup>174</sup> Ibid., p. 34.

<sup>175</sup> Ibid., p. 34.

acordo com Charaudeau, o acontecimento midiático é construído com base em três critérios:

[...] *atualidade*, pois a informação midiática deve dar conta do que ocorre numa temporalidade co-extensiva à do sujeito-informador-informado; de *expectativa*, pois a informação midiática deve captar o interesse-atenção do sujeito alvo, logo deve jogar com seu sistema de expectativa, de previsão e de imprevisão; de *sociabilidade*, pois a informação midiática deve tratar daquilo que surge no espaço público, cujo compartilhamento e visibilidade devem ser assegurados.<sup>176</sup>

E conclui:

O universo da informação midiática é efetivamente um universo construído. Não é, como se diz às vezes, o reflexo do que acontece no espaço público, mas sim o resultado de uma construção. O acontecimento não é jamais transmitido em seu estado bruto, pois, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de racionalizações: pelos critérios de seleção dos fatos e dos atores, pela maneira de encerrá-los em categorias de entendimento, pelos modos de visibilidade escolhidos. Assim, a instância midiática impõe ao cidadão uma visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo. Nela, a instância de recepção encontrará pontos de referência, e desse encontro emergirá o espaço público.<sup>177</sup>

É preciso ter em mente que a mídia é construída, e que conseqüentemente, não se apresenta como um espelho para a sociedade, refletindo a realidade. A partir dessa noção de construção podemos pensar de que maneira a mídia é manipuladora. Essa e diversas outras questões são tratadas por Nilton Hernandes no livro *A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público*. De acordo com Hernandes:

Para a manipulação dos jornais<sup>178</sup> funcionar, é necessário, entre outros aspectos, que o público partilhe do mesmo sistema de valores do jornal. Na comunicação, os participantes se constroem e constroem, juntos, o objeto jornal. O público é, portanto, co-autor. Um autor leva em consideração as expectativas e as prováveis reações de quem vai receber o texto para construir um discurso com a

---

<sup>176</sup> Ibid., p. 150.

<sup>177</sup> Ibid., p. 151.

<sup>178</sup> Aqui, "jornais" é entendido como todo tipo de mídia: impressa, televisiva, eletrônica e radiofônica.

eficiência desejada. Nesse sentido, o “receptor” também participa da comunicação.<sup>179</sup>

O público participa da construção de um jornal ao partilhar uma mesma ideologia, entendida aqui como uma visão de mundo. Os jornais utilizam diversas estratégias de persuasão para fazer o público-alvo comprar determinada revista, assistir determinado programa, ouvir certa estação de rádio, etc., pois, consumir está na base do funcionamento dos meios midiáticos.

Os jornais ao se relacionarem com o público criam uma espécie de “contrato” com diversas “cláusulas”, entre elas, a objetividade, onde os jornais não transmitem ao leitor a noção de que realidade foi selecionada e filtrada a partir dos valores do jornal. Outra cláusula é a da neutralidade do jornal, de ser imparcial, onde o jornalista não exprime sua opinião, não usa o verbo em primeira pessoa; e por fim, a idéia da existência de uma verdade inquestionável, considerando a realidade e visão de mundo as mesmas para todos. Em seguida o autor apresenta a principal estratégia de persuasão, o gerenciamento do nível de atenção:

Os jornais precisam manipular a atenção dos telespectadores, ouvintes, internautas ou leitores nos níveis sensorial, passional e inteligível, para que se instaurem e se perpetuem os tão necessários laços com o público-alvo e também para que o público assuma determinados valores. O exame desses procedimentos revela o que estamos chamando de **gerenciamento do nível de atenção**, que funda e sustenta a relação jornais-público.<sup>180</sup>

Os jornais chamam a atenção do público por meio das notícias, pela distribuição espacial e temporal delas e no conjunto total das edições. O jornal precisa chamar a atenção em três níveis: primeiro, é preciso despertar a curiosidade do sujeito, atraindo seu olhar para a notícia; segundo, o sujeito deve se interessar pelas histórias das notícias e terceiro, ele deve criar o hábito de consumir aquele determinado jornal. Sobre as estratégias de gerenciamento do nível de atenção, o autor elenca estas três estratégias: arrebatamento, “visa a instaurar o sujeito por meio de algum estímulo que motive ou reforce um engajamento perceptivo. É mais da ordem das sensações. O destinador “jornal” manipula o destinatário por tentação,

---

<sup>179</sup> HERNANDES, N. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006. p. 18.

<sup>180</sup> Ibid., p. 38.



por um querer-saber.” Estratégia de sustentação, “objetiva transformar o sujeito atenta em sujeito tenso que, interessado em decodificar um estímulo, se vê diante de detalhes de uma história e deve sentir vontade de conhecê-la por inteiro. É mais de ordem passional.” E por último, a estratégia de fidelização, “busca transformar o sujeito curioso em sujeito fiel. O sucesso das estratégias anteriores [...] deve gerar expectativas positivas no sujeito para os próximos contatos e a vontade de repeti-los. Envolve sentimento, porém a estratégia é mais de ordem racional.”<sup>181</sup>

A partir de agora analisaremos o caso específico da mídia impressa. Para colocar em prática essas estratégias de gerenciamento do nível de atenção, a mídia impressa o faz por meio da diagramação e dos efeitos de projetos gráficos. De acordo com Hernandes,

Diagramar é, em termos gerais, organizar e manifestar gráfica e plasticamente as unidades noticiosas a partir das necessidades da *edição*. [...] A organização espacial executada pela diagramação expõe uma série de regras que mostram como essas publicações valorizam e diferenciam as unidades noticiosas e como dirigem a percepção dos leitores para que realizem essa mesma operação de reconhecimento da importância das notícias. [...] Nesse sentido, a função da diagramação é a de permitir que a importância desses conteúdos se torne visualmente evidente e chamativa por meio da ocupação espacial. O espaço é manipulado para se obter maior ou menor nível de atenção e a correspondente tensão do leitor.<sup>182</sup>

O autor ainda complementa apresentando algumas funções da organização textual, que estão atreladas às estratégias de atenção. Entre essas funções, está o poder de capturar o olhar do leitor, onde “[...] uma unidade noticiosa tenha pontos de atração da curiosidade, de ordem gráfica, como o título com um corpo de letra maior em relação a outro, uma foto cuja cor crie contraste [...]”. A partir disso, podemos elencar algumas características que compõe o projeto gráfico de uma revista: de cunho verbal: o tipo, tamanho, disposição, cores e texturas das fontes, que geram título e legendas. Sobre o visual: incluem fotografias, charges, quadrinhos, produções digitais, e o posicionamento das fotos e outros tipos de imagens. Também é importante a posição que a notícia ocupa, na parte de cima, com maior destaque e na parte inferior, com notícias menos importantes, um espaço maior

---

<sup>181</sup> Ibid., p. 51-52.

<sup>182</sup> Ibid., p. 186.

valoriza a notícia, o menor, desvaloriza. Há também a mistura do verbal com o visual que são os infográficos, cada vez mais utilizados na mídia impressa.

Pensando em todas essas características que cercam a produção de uma mídia impressa, Hernandes complementa:

[...] a edição não é pensada apenas para manter um sujeito bem informado. Precisa ser também chamativa, vibrante, agradável, bonita, eficiente. É como se o jornal, a cada edição, promettesse ser uma resposta definitiva a essa busca de saberes sobre o mundo e por meio de uma solução muito especial: se consumido continuamente, tem o poder de transformar a obrigação cotidiana de informação em mais uma fonte contínua de prazer para o sujeito.<sup>183</sup>

Diante dessa breve exposição sobre algumas características da mídia, podemos analisar a mídia que selecionei para este trabalho, as revistas, especificamente, as capas. Primeiramente, retomando o primeiro capítulo deste trabalho, afirmamos que a Escola dos *Annales* e a história cultural possibilitaram a ampliação da noção de documento histórico, tudo o que existe torna-se um registro histórico, opondo-se claramente à noção de documento histórico dos positivistas. Nessa nova possibilidade de documentos históricos, podemos legitimar a escolha do documento pesquisado neste trabalho. A utilização de revistas por parte dos historiadores é relativamente nova, a maioria dos trabalhos que encontramos abordando revistas são da área de comunicação, linguagem e semiótica.

Ao escolher o gênero revistas, foi preciso fazer um recorte ainda mais preciso, devido às proporções do trabalho, selecionei somente algumas edições da revista *Veja*. Dentre as diversas revistas de informação (*Veja*, *Istoé*, *Carta Capital*, *Época*, entre outras), que por várias vezes abordam o tema religioso em suas capas, a escolha da revista *Veja* não foi aleatória. Creio essencial apresentar um breve panorama da revista. Primeiramente, a *Veja* faz parte da maior editora de revistas do país, a Editora Abril, que segundo Maria Celeste Mira, em seu livro, *O leitor e a banca de revistas*,

Em 1995, 65,3% da verba publicitária aplicada em revistas para adultos foi para os cofres da Abril. Dos 590 títulos vendidos em banca, 200 estampavam na capa o seu logotipo (a conhecida arvorezinha) ou de suas coligadas. Dos dez títulos adultos de maior circulação, nove eram seus. Isso representava por volta de 30

---

<sup>183</sup> Ibid., p. 73.

milhões de leitores, dos quais 4,7 milhões eram assinantes. [...] Em grande parte foi a Abril que modernizou, a partir dos anos 60, todo o setor em seus aspectos produtivos, gráficos e de distribuição. Através dela pode-se deslindar grande parte do desenvolvimento do mercado de revistas do Brasil.<sup>184</sup>

Não cabe no âmbito deste trabalho apresentar a trajetória do mercado de revistas brasileiro, no entanto, comentaremos brevemente, a história da revista *Veja*. Importante salientar alguns dados sobre a revista: é a quarta maior publicação de “revista de informação” do mundo, ficando atrás de *Time*, *Newsweek* e *U.S.News*, e a maior revista de informação do Brasil, com tiragem superior a um milhão de exemplares e mais de quatro milhões de leitores.

A revista *Veja* foi lançada no dia 8 de setembro de 1968 pela editora Abril, que já possuía relativo sucesso com as revistas *Realidade* e *Quatro Rodas*. Victor Civita, fundador do grupo Abril e seu filho Roberto Civita, apostaram no projeto de criar uma revista de informação semanal. Victor Civita, vindo dos EUA, e seu filho Roberto, que estudou e trabalhou<sup>185</sup> nos EUA, trouxeram essa idéia baseada no modelo de algumas revistas norte-americanas, como a *Time* e *Newsweek*. No início o nome da revista era *VEJA e leia*, com destaque na primeira palavra, no entanto, o sentido visual não era a intenção inicial da revista.

No começo, a revista sofreu com a ditadura militar, principalmente depois de decretado o AI-5, foi censurada durante oito anos, tendo duas edições apreendidas. Também enfrentou problemas de ordem econômica, pois, o leitor brasileiro não estava habituado ao tipo de revista de informação que a *Veja* propunha. A revista, que procurava ser de caráter nacional, no início, não agradou os leitores, que esperavam uma revista ilustrada, recheada de imagens e fotografias coloridas, pois, era esse tipo de revista ilustrada que estava em voga naquele período nos EUA e no Brasil. Atendendo esse desejo do leitor, a revista sofre modificações e a partir dos anos 80, se torna mais ilustrativa, com gráficos, mapas, fotografias, e as páginas passam a ser impressas em quatro cores.

O período de criação da revista colaborou para que ela se tornasse o que é hoje, de acordo com Mira,

---

<sup>184</sup> MIRA, M. C. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001. p. 8.

<sup>185</sup> Roberto Civita estudou na Universidade da *Pennsylvania*, graduou-se em economia e jornalismo e estagiou no grupo editorial *Time-Life*, um dos maiores do mundo.

Vivíamos um forte surto de industrialização, de urbanização, um certo aumento do poder aquisitivo das classes médias, algumas melhorias em relação à educação (sobretudo o aumento do número de universitários) e um crescimento generalizado da indústria cultural e da publicidade. A época era propícia para a implantação de uma nova revista, mas, principalmente, gerava novas experiências cotidianas para as quais esse tipo de revista fora criada. Uma sociedade mais modernizada é uma sociedade em que a informação vale mais e na qual não se tem tempo a perder.<sup>186</sup>

Percebemos a forma como a revista *Veja* foi se firmando no cenário nacional, lentamente, foi censurada, sofreu diversas mudanças na parte editorial, mudou o projeto inicial para agradar o leitor e redefiniu o foco, que era especialmente político-econômico, abordando temas como saúde, comportamento, esporte, religião, etc. Entre tantas mudanças, era necessário adaptar-se para crescer.

Após essa breve exposição, necessária para a compreensão da revista analisada, gostaria de assinalar a importância específica das capas. As revistas nos chamam atenção através de suas capas, produzidas com esse objetivo. Os editores têm consciência de que, na maioria das vezes, é pela capa que decidimos levá-las. De acordo com Ana Cristina Teodoro da Silva,

A capa é a “cara da revista”, é diferente de matérias assinadas, é editorial evidente, que utiliza todos os recursos possíveis de criatividade, explora o retângulo da revista; é a associação do estampado em capa com a própria revista, é aparência, imagem de capa e imagem da revista confundem-se.<sup>187</sup>

A capa é produzida para seduzir o leitor a levá-la pra casa, porém, na grande maioria, também já estampa sua posição sobre o assunto abordado. Segundo Francisco Magalhães, ao analisarmos as capas, a imagem deve ser tratada como linguagem.

Todo signo que está na capa da revista foi intencionalmente colocado a fim de transparecer uma idéia ou de conduzir a uma determinada leitura do fato tratado. As imagens, principais objetos de estudo desse artigo, devem ser encaradas como objetos de linguagem. Ao encará-las como um discurso da atualidade,

---

<sup>186</sup> Ibid., p. 88.

<sup>187</sup> SILVA, A.C.T. “Imagens Ordinárias” como signos eloquentes – sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas. **Revista Domínios da Imagem**, Londrina, ano 1, n.1, Nov. 2007. p. 10-11.

reconhecemo-las como um produto cultural, o qual não é neutro, mas dotado de sentidos.<sup>188</sup>

Essa falsa neutralidade precisa ser desconstruída, pois, a capa ao ser produzida por um grupo empresarial, que possui determinado papel na sociedade, traz consigo sua visão sobre o mundo e a compartilha com os leitores. Conforme Maria Celeste Mira afirma,

Deve-se salientar que *Time* e *Veja* nunca se propuseram a ser ideologicamente neutras. São revistas de opinião e bastante polêmicas. Mas apesar de uma de suas premissas básicas ser a não-neutralidade, o fato de selecionarem e organizarem a notícia e a forma impessoal e objetiva de expor dão a entender que o que se lê é uma avaliação neutra dos fatos. Obviamente, toda informação é produzida e tende a refletir o ponto de vista hegemônico.<sup>189</sup>

A respeito dessa ilusão de neutralidade, podemos citar Miriam Bauab Puzzo em um artigo bastante interessante, “A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido”.

De certo modo, a expectativa geral do público leitor das revistas de informação é que sejam imparciais, restringindo-se apenas à apresentação dos fatos. Entretanto, essa é uma ilusão que precisa ser desfeita, principalmente no que tange às capas de revistas, tendo em vista que passam por um processo de composição em que os elementos são tratados expressivamente.<sup>190</sup>

Também refletindo sobre a importância das capas e da constituição de sua reportagem interna, Hernandez em sua tese de mestrado sobre a revista *Veja* afirma que,

A preocupação maior dos editores, obviamente, é com a reportagem de capa. Geralmente é a que ocupa mais páginas da revista, tem as análises mais profundas, mas não pode ser visualmente cansativa. Algumas são pré-diagramadas. Estipula-se um número fixo de linhas e páginas. Por meio do computador, o editor sabe que um determinado conjunto de linhas corresponde a uma certa página. Assim, vai digitando e citando personagens, dados, lugares em páginas que apresentam as imagens correspondentes ao relato. [...] A capa, na qual se investe o principal efeito de atualidade,

<sup>188</sup> MAGALHÃES, F. L. J. **Veja, Isto é, leia**: produção e disputas de sentido na mídia. Teresina, Piauí: Edufpi, 2003. p. 73.

<sup>189</sup> MIRA, op. cit., p. 89. (grifo nosso)

<sup>190</sup> PUZZO, M. B. A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido. **Revista Intercâmbio**, São Paulo: LAEL/PUC-SP, volume XX, p. 125-138, 2009. p. 130.

geralmente é a última parte da edição fechada. Na noite de sexta-feira, os editores escolhem, geralmente, uma entre três sugestões de capa da reportagem principal.<sup>191</sup>

Assinalada a relevância das capas, escolhemos três capas da revista *Veja* que estão diretamente relacionadas à Igreja Universal e à Edir Macedo. Com base na pesquisa no site<sup>192</sup> da revista *Veja*, que oferece gratuitamente um acervo digital com acesso a todas as suas publicações, onde é possível folhear as revistas digitalmente. O recorte temporal do trabalho também é justificado pela escolha das edições da revista *Veja*, pois, a primeira capa que analisarei data de 1995. Diante da infinidade de revistas, selecionamos as edições abaixo:

- 1 – Revista *Veja* – Edição 1415 de 25 de outubro de 1995.
- 2 – Revista *Veja* – Edição 1421 de 06 de dezembro de 1995.
- 3 - Revista *Veja* – Edição 2126 de 19 de agosto de 2009.

Para analisar propriamente as capas, utilizo algumas concepções da semiótica, assim como nos baseamos em outras análises de capas da revista *Veja* realizada por diversos estudiosos. Num primeiro momento, por ordem cronológica, analiso as capas separadamente, e em seguida, comparo as transformações na maneira de se referir a Edir Macedo e respectivamente, a IURD. Após as discussões e análises, creio essencial responder a uma questão: o tratamento linguístico-verbal dado à IURD nas capas da *Veja*, imprime seu julgamento logo de cara?

A análise acontece em dois campos, no campo linguístico podemos destacar: o título, a logomarca, data, número de edição e as chamadas. No campo visual, as cores (letras, logomarca e chamadas), a diagramação, as imagens (fotografias, montagens, colagens, etc.). Nilton Hernandez destaca a importância da fonte tipográfica e do o tamanho utilizada nas chamadas,

<sup>191</sup> HERNANDES, N. **A revista *Veja* e o discurso do emprego na globalização**: Uma análise semiótica. 2001. (Tese de mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo. p. 20.

<sup>192</sup> Disponível em: <[www.veja.abril.com.br](http://veja.abril.com.br)> Acesso em: 10 set. 2011. Importante destacar que o arquivo da revista separou uma coleção especial com as edições dedicadas aos evangélicos. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/evangelicos/index.html>> Acesso em: 10 set. 2011.

Os tipos gráficos, e suas inúmeras famílias, fazem parte do que poderíamos chamar de estratégia verbo-visual: além de “carregarem” o verbal, manejam táticas visuais de criação de sentido. [...] O tamanho do corpo de letra, por exemplo, define a importância de um assunto. Os tipos, porém, produzem ainda mais relações específicas entre o plano da expressão e o plano do conteúdo. Convencionou-se, pelo menos na Comunicação ocidental, que as letras mais grossas, densas, estão ligadas a assuntos mais sérios. Do mesmo modo, os tipos mais finos vinculam-se a questões mais leves, alegres. Os diferentes tamanhos de corpo de letra se assemelham a um tom de voz. Os títulos, sempre com letras grandes, simulam a exaltação, como se alguém quisesse despertar a atenção do outro. Grandes manchetes, por sua vez, parecem reproduzir gritos. Já o corpo de letra menor das matérias retomam um tom mais sereno, próprio para a troca de informações. A visualidade da letra se liga, portanto, a uma intensidade da fala e faz a ponte entre dois sistemas semióticos diferentes.<sup>193</sup>

Sobre as chamadas, dependendo da sua importância, podem ser maiores e bem localizadas ou menores e empurradas para os cantos inferiores e posteriores, Nilton Hernandez afirma que,

[...] a principal arma de captura da atenção para as notícias são as *manchetes* ou *chamadas*, que manipulam as duas formas de curiosidades: as provocadas pelas estratégias de arrebatamento, que envolvem questões de expressão, e as desencadeadas pela estratégia de sustentação, ligadas ao conteúdo. Toda manchete ou chamada é concebida para “sensibilizar”, para atrair sensorialmente e passionalmente. Por meio desse recurso, cada jornal veicula uma grande carga afetiva e pede concentração para o que destaca como o mais importante, o mais fabuloso, o mais perigoso, o mais prazeroso, o mais...<sup>194</sup>

Ao trabalhar com grandes revistas como a *Manchete*, *Istoé* e *Veja*, Ana Cristina Teodoro da Silva, em seu texto, ““Imagens Ordinárias” como signos eloquentes – sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas”, propõe cinco instrumentos metodológicos para analisarmos as capas de revistas: *seriação*, *periodicidade*, *justaposição de linguagens*, *recepção* e *figuras de linguagem*. Na seriação, a autora sugere a comparação de capas como um bom resultado para analisá-las, observando de que forma elas se repetem, com temas, clichês, posturas, estereótipos, gerando o que ela chama de “imagens ordinárias”. Segunda metodologia sugerida é a periodização da revista, onde a grande maioria

<sup>193</sup> HERNANDES, op. cit., p. 42.

<sup>194</sup> Ibid., p. 53.

delas é feita para retratar o assunto em destaque da semana, é construída pelos editores em um curto tempo, além do mais, muitas vezes vê-se um assunto desenrolar-se por várias semanas estampando várias capas. Portanto, diferente das repetições de “clichês comunicativos” da seriação, é possível acompanhar uma sucessão de acontecimentos, seguindo uma evolução a cada semana. Terceira metodologia proposta por Silva, a justaposição de linguagens nos diz respeito ao preenchimento do espaço da capa, de que forma são colocadas imagens e textos que disputam o mesmo espaço e, enfatizam uma imagem central com uma legenda, que muitas vezes, que já expõe o posicionamento da revista. Além da matéria central, outras chamadas são colocadas ao lado, nos cantos, com imagens e textos em menor destaque, e também há o logotipo da revista que se mantém. A autora destaca que, diante da capa temos de observar o tipo de letra utilizado, de que forma foi posicionado, o brilho, o contraste das cores, a cor usada no fundo da capa e no logotipo da revista, as imagens de pessoas ilustres, suas poses e gestos, enfim, diversos fatores precisam ser analisados em conjunto. Em uma sociedade em que a relação espaço-tempo foi encurtada as pessoas somente “passam” os olhos despreziosamente sobre os meios midiáticos, não há uma análise do que está sendo lançado aos nossos olhos. A quarta metodologia aborda a questão da *recepção*, segunda a autora há muito mais leitores de capa do que da revista em si, pois, ao passarmos os olhos sobre uma determinada revista esta pode nos despertar diversas sensações, curiosidade, desejo de consumo, desinteresse etc. Dessa forma, a recepção do público é considerada essencial pelos editores ao formularem suas revistas, algumas questões são colocadas como, A quem se destinam? Que tipo de leitores pretende atingir? E, de fato quais leitores são atingidos? Segundo Silva,

Talvez uma das mais interessantes características para se pensar a recepção das capas de revistas da grande imprensa seja interrogá-las como instrumento de autopromoção, como embalagem de um produto, peças que usam da persuasão para vender um produto, para convencer sobre determinado ponto de vista.<sup>195</sup>

E por fim, última metodologia proposta, em que é possível observar o emprego das figuras de linguagem, que aparecem nas imagens, nas legendas ou

---

<sup>195</sup> SILVA, A.C.T. “Imagens Ordinárias” como signos eloquentes – sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas. **Revista Domínios da Imagem**, Londrina, ano 1, n.1, Nov. 2007. p. 12.



em ambos. Assim, vemos estampadas metáforas, hipérboles, eufemismos, ironias, etc., sendo esta última utilizada com maior freqüência.

Última noção antes de partimos propriamente para as capas, é que, juntamente com a análise, é preciso explicitar o contexto histórico de construção dessas capas. Estas têm um caráter efêmero, depois que a notícia da semana estampa uma capa<sup>196</sup>, ela logo esfria e assim, as revistas acabam tornando-se fonte para pesquisadores. Dessa maneira, a análise prescinde de uma leitura do contexto histórico e do contexto social do leitor. Segundo Puzzo, esses contextos se relacionam e proporcionam diversas “[...] possibilidades interpretativas, mas todas elas articuladas pela proposta de comunicação da empresa e de sua ideologia.”<sup>197</sup> A autora também enfatiza a periodicidade, ou seja, as relações das edições atuais com as posteriores e anteriores, afirmando que o discurso presente em cada edição está ligado a outras edições. Essa relação torna-se válida ao analisarmos os discursos das três capas, num espaço de pouco mais de dez anos, sobre a IURD.

Cada revista possui um estilo que permite o rápido reconhecimento da revista, segundo Puzzo, “Elas apresentam um modo peculiar de elaboração que representa o seu estilo, desde a sua assinatura até os elementos de composição: fotos, tipos de letra, diagramação e cores predominantes em função dos assuntos anunciados.”<sup>198</sup> Observando as três capas, averiguamos que o estilo da revista *Veja* permanece, onde o logotipo da revista<sup>199</sup>, o número de edição e a data se mantêm, alterando somente as cores. Outro detalhe extremamente importante é que, no ano de 1995, Edir Macedo estampou, em menos de dois meses, duas capas da maior revista do país, portanto, creio que essas duas primeiras capas têm muito a dizer.

---

<sup>196</sup> Há exceções quando um determinado assunto desenrola-se por semanas como as eleições, olimpíadas, guerras, escândalos políticos, etc.

<sup>197</sup> PUZZO, op. cit., p. 132.

<sup>198</sup> Ibid., p. 129.

<sup>199</sup> Um pequeno novo detalhe, na terceira capa analisada, ao lado do logotipo, está indicado o site da revista.

Primeira capa: Revista Veja – Edição 1415 de 25 de outubro de 1995.



Esta é a primeira<sup>200</sup> capa da revista *Veja*, em que a IURD e Edir Macedo são explicitamente retratados. O porquê de Edir Macedo estampar a capa da maior revista do país? O escândalo que “deu” a capa à Macedo foi o conhecido “chute na santa”, já abordado neste trabalho. O bispo Sérgio von Helde, no dia da padroeira do Brasil, 12 de outubro de 1995, “agrediu” fisicamente, com tapas e chutes e verbalmente uma imagem de gesso de Nossa Senhora Aparecida em seu programa televisivo. O vídeo, amplamente divulgado pela Rede Globo, virou notícia e despertou o furor dos católicos. É neste contexto que a capa, com pouco mais de dez dias do ocorrido, estampou Edir Macedo. Dessa forma, a capa analisada, não trata de um “furo” de reportagem, pois a capa foi produzida dias depois do acontecimento. Sobre o efeito de atualidade da capa, as revistas na lógica do mercado, visam vender uma

<sup>200</sup> Algumas edições anteriores a esta, que trataram dos evangélicos (em 1981, 1990, 1991) expôs sobre o crescimento deles em geral, sem especificar igrejas e líderes. Conferir no citado arquivo digital da revista *Veja*.

notícia “nova”, no entanto, escondem que por serem semanais, precisam de um determinado tempo para a escolha do tema, edição, impressão, divulgação, até chegarem às bancas.

O principal objetivo de uma capa de revista, não só da VEJA, está ligado principalmente à busca do efeito de atualidade para concorrer com as mídias mais rápidas. Podemos dizer que uma manchete é justamente o resultado dessa busca, o produto que instaura uma sensação de presente alargada, durativa, um “agora” que, paradoxalmente, deve manter-se vibrante enquanto a revista tiver que ser consumida.<sup>201</sup>

A capa contém os elementos tradicionais da revista: o logotipo, o número da edição e o ano. Apresenta uma aparência “limpa”, pois, não há outras chamadas, nem nas laterais ou nas partes inferior e superior, o que afirma o destaque central da imagem e da única manchete.

O título em letras garrafais já antecipa o tema da edição, “*A igreja que assusta*” e o subtítulo, “O bispo Edir Macedo já tem mais de 3 milhões de seguidores” e o subtítulo possibilita a identificação do personagem central. Importante frisar que o nome específico da igreja que assusta não é explicitado, o nome da Igreja Universal do Reino de Deus é encoberto, ao mesmo tempo em que é associado diretamente a Edir Macedo. Dessa forma, no campo verbal, por não divulgar o nome da IURD na capa, podemos pensar que não pretende atacar diretamente a fé e os fiéis da igreja. No entanto, no campo visual, a imagem proporciona diferentes interpretações, que podem contrariar a linguagem verbal. Segundo Hernandes,

A boa capa também é um paradoxo: para a mesma carga de informação, deve corresponder um tanto de mistério. O leitor deve ficar sabendo que não sabe (ou não sabe em profundidade) o grande destaque da revista. Além da curiosidade, tenta impor um *dever fazer*.<sup>202</sup>

Baseado na citação acima podemos perceber que a capa realmente mantém esse mistério: qual é a igreja que assusta?

Na parte verbal, foram utilizadas as letras *Frankfurt Gothic Heavy*, padrão da revista *Veja*, o título em letras garrafais de cor branca, dando maior contraste com o

<sup>201</sup> Ibid., p. 76.

<sup>202</sup> HERNANDES, op. cit., p. 71.

fundo, foi estrategicamente posicionado ao lado da foto de Edir Macedo, sob o fogo que sai da Bíblia e logo abaixo do logotipo. O título ao utilizar letras grossas se relaciona com efeitos de seriedade, e o tamanho da letra “assemelha-se ao tom de voz”, como se estivessem tentando dizer: “Ei, prestem atenção nessa Igreja que cresce rapidamente e desafia a Igreja Católica”. O subtítulo que está posicionado no final da capa em letra grossa, porém menor, ainda exprime seriedade. O subtítulo apresenta quem é o homem de terno que segura a bíblia, ao utilizar a nomenclatura “o bispo”, não deixa dúvidas de que se trata de um líder evangélico. Ao divulgar a quantidade de fiéis, o subtítulo visa explicar o porquê do susto que a igreja causa, e também visa despertar espanto no leitor ao usar números, mais de 3 milhões. O uso da palavra “seguidores” ao invés de fiéis exprime que a revista considera a IURD uma seita, pois a palavra seita em latim, *secta*, significa seguidor. Esse detalhe na forma como denominaram os fiéis já dá indícios do posicionamento e julgamento da revista sobre a IURD.

No campo visual, a capa traz a típica imagem do pastor evangélico, vestindo terno e gravata com sua bíblia em mãos. Nesta imagem, Edir Macedo com pouco mais de 50 anos de idade, ocupa em certa profundidade, toda a lateral esquerda da capa, iluminado pelas chamas da bíblia. Na imagem, Macedo está em uma pose séria, com um olhar calmo, fixo e obstinado. Em primeiro plano, temos a bíblia que Macedo segura em suas mãos, e o ponto central da imagem é: a bíblia em chamas. Essas chamas criam uma fonte de luz, onde a partir dela a imagem toda se ilumina. Dessa forma, as cores da capa estão relacionadas às cores quentes, tons de amarelo, laranja e na parte “mal iluminada” tons de marrom escuro. A cor interna do logotipo está dialogando com o restante da capa, em vermelho, contornado sutilmente por uma linha branca, o logotipo “VEJA” se destaca num primeiro olhar. O logotipo usou a expressão e força da cor vermelha que pode estar associada positivamente ao amor e paixão, e negativamente ao sangue, ao fogo, à tentação e ao diabo.

Com relação ao significado da imagem, constituída de uma fotografia de Edir Macedo com uma bíblia e uma montagem onde saem chamas da bíblia. Em primeiro plano, a bíblia pegando fogo capta o olhar do leitor. O que essa bíblia em chamas significa? Algumas significações possíveis, pela imagem, Edir Macedo ao abrir a bíblia é iluminado pelas chamas, onde sua igreja apresenta um discurso bastante inflamado com base na bíblia, além da guerra travada contra o diabo. Outra

hipótese, é que, baseando-se no motivo da capa, o ataque à imagem de Nossa Senhora Aparecida, a bíblia como um dos principais objetos católicos, a partir de agora esteja queimando nas mãos de Macedo, ele estaria destruindo a palavra de Deus ao combater a Igreja Católica.

O posicionamento da revista, ao retratar Macedo com a bíblia em chamas, chama o leitor a descobrir quem é este homem que “bota fogo” na bíblia? Qual igreja é essa que assusta? Assusta quem? Como conseguiu mais de 3 milhões de fiéis? Essas perguntas são produzidas numa leitura mais atenta da capa, e podem ser respondidas à medida que o leitor compra a revista e parte para a reportagem principal. Dentro da revista, a reportagem principal apresenta o seguinte título, “Com fé, dinheiro e fiéis: A Igreja Universal, a que mais cresce no Brasil, já tem força para provocar a maioria católica”, o que só comprova aquilo que já estava impresso na capa, o ataque à Edir Macedo, à IURD, à sua Teologia da Prosperidade e à guerra travada contra os demônios. A seguir alguns trechos<sup>203</sup> retirados da reportagem, que ocupa dez páginas centrais:

Com um império de comunicações e soldados xiitas [no caso os obreiros], a Universal foi montada na hora certa. [...] Enquanto os cultos da Universal são uma atração, tudo o que os católicos podem fazer é tentar manter seu rebanho com o movimento carismático. Os pastores da Universal dispõem de inteira liberdade para atuar. Não há hora certa para cantar, rezar, exorcizar os demônios dos crentes ou para convidá-los a dar dinheiro. Com isso, funcionam como animadores de um show, falam alto, correm de um lado ao outro do palco e promovem o espetáculo medindo a temperatura da platéia. [...] Quem entra num templo durante essa histeria coletiva tem a impressão de chegar a um hospício numa hora de rebelião furiosa. Além de ser uma atração, a coisa faz sucesso.

A Igreja Universal cresce porque oferece aos pobres o reino dos céus na terra. Oferece saúde, prosperidade material e felicidade já. Ela, muito justificadamente, tem fama de pronto-socorro espiritual, de se apresentar como uma agência de cura, milagreira e manipuladora.

De outro lado, está um crente fanático nos dotes do Espírito Santo, pregador ardoroso e carismático. Quando ele diz que "o Evangelho é poder, e poder tem de ser exercido, para a derrota de Satanás e a glória de Deus", mesmo seus adversários mais renhidos admitem: há sinceridade. O bispo acredita. Exortações violentas dão lugar a longos silêncios, em que a platéia prende o fôlego, à espera de nova arremetida. Ele se ajoelha, derrama lágrimas copiosas, brande a Bíblia como uma arma cujo alvo é o demônio. Show total. Qualquer

<sup>203</sup> Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/arquivo\\_veja/capa\\_25101995.shtml](http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_25101995.shtml)> Acesso em: 10 out. 2011. p. 96 – 105.

um que vê o fundador da Universal em ação num dos megacultos que a igreja patrocina em estádios de futebol se impressiona com os recursos dramáticos de que ele é capaz.

A intenção das análises, inicialmente não era abordar a parte interna da revista, esmiuçando a reportagem principal. Entretanto, é imprescindível ler a reportagem para compreender aquilo que a capa já adianta, principalmente, reafirmar o posicionamento estampado na capa. Neste caso, podemos comprovar que a visão de seita e a imagem chocante da capa também são exploradas na reportagem. Em alguns trechos retirados da reportagem, a revista em tom de deboche, chama os obreiros de xiitas, compara a “Sessão do Descarrego” a uma rebelião no hospício, afirma que a igreja é manipuladora, e descreve o culto como algo teatral, um verdadeiro espetáculo. Pensando nesta questão do espetáculo, também podemos sugerir que as chamas na bíblia fazem alusão a um espetáculo, onde o pastor, através da bíblia, faz o culto ferver, “medindo a temperatura da platéia”. Portanto, a revista passa uma imagem da IURD e de Edir Macedo tendenciosa e preconceituosa.

Segunda capa: Revista Veja – Edição 1421 de 06 de dezembro de 1995.



Menos de dois meses depois e, *voilà*, Macedo estampa mais uma capa da revista *Veja* em 1995. Nesse discurso escolhido, a capa é um *close* do rosto de Macedo, que ocupa toda a extensão da capa. Os elementos padrões, logotipo, ano e número de edição se mantém. O logotipo é idêntico ao da capa anterior, de cor interna vermelha, delineado pela cor branca, posicionada na testa de Macedo.

No campo verbal, o título, também na fonte padrão da *Veja*, está alinhado à esquerda, na cor branca para maior contrastar com o rosto de Macedo. O título, mais uma vez, informa de quem é o rosto estampado na capa, em letras garrafais, “Edir Macedo ataca:”. Já desperta atenção no leitor ao usar a palavra “ataca”, e gera a pergunta: “Edir Macedo ataca quem ou o quê?” e no subtítulo algumas pistas sobre o que será abordado na reportagem principal. No subtítulo, também de cor branca, com marcadores em vermelho, elenca quatro afirmações extremamente polêmicas de Macedo: “- A Igreja católica tem interesse na miséria; - A Globo é a encarnação do Diabo; - A campanha de Betinho é uma farsa; - Sexo é pra ter prazer.” Ainda no

campo verbal, um detalhe que visa ainda mais a atenção do leitor, ao dizer: “Essa você ainda não leu, é exclusiva”, o aviso escrito, EXCLUSIVO, em fundo preto e letras brancas, localiza-se sobre o título. Esse aviso de exclusividade pressupõe que a reportagem contém uma entrevista, reafirmando os subtítulos. E diferentemente da primeira capa, esta traz uma novidade, uma exclusividade, caracterizando o “furo” jornalístico.

O uso da fotografia nos meios midiáticos, segundo Miriam Bauab Puzzo,

As fotos têm por objetivo a comprovação dos fatos reportados, com valor documental; entretanto apresentam uma característica contraditória, pois, registram o fato com o valor de testemunho e, ao mesmo tempo, o tratam com enfoque subjetivo. Não há isenção total ao recortar uma imagem ou uma cena do mundo real, isto porque há um sujeito que está por trás da câmera, cujas escolhas são definidas pelo seu modo de ver o objeto retratado.<sup>204</sup>

Importante considerar que as fotografias, que poderiam ser um reflexo da realidade, são também construídas, assim como as capas das revistas. Ao utilizar fotografias nas capas, o que elas podem expressar depende do enfoque e da disposição da imagem. O mais valorizado ao estampar fotografias de personalidades, são os gestos, as expressões faciais e corporais, assim como uma linguagem representada pela vestimenta e acessórios.

No campo visual, o foco principal é o olhar de Macedo, diferentemente da capa anterior, em que Macedo olhava fixamente para o leitor. Nesse caso, Macedo está olhando para o alto, num olhar pensativo, mirando para o céu e refletindo. Seu olhar também está voltado diretamente para o logotipo da revista. No entanto, este olhar também pode sugerir um olhar de quem possui um plano diabólico, no caso de Macedo, para desafiar a Igreja católica e assumir a liderança na guerra das emissoras.

Ao analisar a capa que estampa em toda sua extensão o rosto de Edir Macedo, três focos se destacam: o olhar misterioso de Macedo, o título “Edir Macedo ataca” e o detalhe de ser exclusivo.

---

<sup>204</sup> PUZZO, op. cit., p. 133.



E mais uma vez, a reportagem interna só confirma a capa, “Fanático e muito rico: morando nos Estados Unidos há nove anos, Edir Macedo caça fiéis com uma boa oratória, muito senso teatral e um discurso no limite da paranóia.”<sup>205</sup>

A reportagem acompanha Macedo e revela detalhes de sua trajetória de vida e seu dia-a-dia nos EUA, e em seguida apresenta uma reportagem que aborda assuntos polêmicos.

Após um silêncio de pelo menos três anos, em que só concedeu longas entrevistas aos meios de comunicação da Igreja Universal, o bispo Edir Macedo deu um depoimento de doze horas a VEJA. Foram sete encontros, no espaço de cinco dias, todos realizados em Los Angeles, região onde a Universal já possui quatro templos e prepara a aquisição de um quinto, na área de Hollywood.<sup>206</sup>

Pelo campo verbal já inferimos o julgamento da revista, na capa, a palavra “ataca”, no título da reportagem interna, a definição de Edir Macedo como “fanático” e caçador de fiéis. As perguntas realizadas na entrevista procuraram investigar a visão de mundo de Macedo, gerando questionamentos polêmicos como: “Quando o senhor morrer, qual será o destino de sua alma?”, “O senhor tem ou teve vícios?”, “O senhor encara o sexo de uma maneira incomum à maioria dos líderes religiosos?”, “Por que a Igreja Universal persegue tanto a mãe de Jesus?”, “A Aids é causada por um espírito também?”, assim Macedo faz diversas afirmações polêmicas.

A reportagem também traz a tona o escandaloso “chute na santa”, o repórter questiona Macedo,

VEJA - Essa sua tese equivale a uma defesa do que o bispo Von Helde fez na televisão com a imagem de Nossa Senhora Aparecida?

MACEDO - Ele não deveria ter feito aquilo, para não ofender o povo católico, que não tem uma compreensão da palavra de Deus. Não temos o direito de ofender ninguém, mesmo que as pessoas estejam erradas. Não podemos agredir. Como ministro do Evangelho, eu nem seria capaz de levar uma imagem à televisão. Para mim, o bispo Von Helde já errou ao levar a imagem. A primeira coisa que fizemos na Record, depois de comprá-la, foi remover uma imagem de gesso que tinha lá.<sup>207</sup>

Terceira capa: Revista Veja – Edição 2126 de 19 de agosto de 2009.

<sup>205</sup> Revista *Veja* – Edição 1421 de 06 de dezembro de 1995. Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/arquivo\\_veja/capa\\_06121995.shtml](http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_06121995.shtml)> Acesso em: 20 out. 2011.

<sup>206</sup> Revista *Veja* – Edição 1421 de 06 de dezembro de 1995. Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/arquivo\\_veja/capa\\_06121995.shtml](http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_06121995.shtml)> Acesso em: 20 out. 2011.

<sup>207</sup> Revista *Veja* – Edição 1421 de 06 de dezembro de 1995. Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/arquivo\\_veja/capa\\_06121995.shtml](http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_06121995.shtml)> Acesso em: 20 out. 2011.



Essa última capa analisada refere-se indiretamente à IURD, nenhum elemento verbal se relaciona a ela. A revista mantém o padrão com o logotipo, o número de edição e o ano, no entanto, distingue-se das duas outras capas analisadas, por não apresentar fotografia. Na composição da capa, a imagem ocupa o centro da revista, porém há na parte superior chamadas de outras notícias.

No campo visual, com cores fortes esta capa chama a atenção. Observamos o logotipo padrão, na mesma cor do saco azul, com as faíscas da bomba sobrepondo-o, e as notícias na parte superior. Porém, a imagem é de certa forma mais chocante, primeiramente o fundo vermelho da capa, uma cor forte, que como dito anteriormente, pode estar relacionada ao amor, ao sangue e ao diabo. E nesse caso específico, também pode possuir uma conotação política, relacionando-se ao Partido dos Trabalhadores (PT), pois a data da edição encontra-se próxima das eleições, e Edir Macedo possui uma boa relação com o presidente Lula.

Analisando as cores, o vermelho contrasta bastante com o saco azul, que é de fato, o saco onde é recolhido o dinheiro dos fiéis da IURD. Na frente do saco, há

o desenho de uma pomba, que faz parte do logotipo da Universal, mostrando já na capa que se trata de uma igreja específica. O que mais chama atenção é a imagem da bomba dentro do saco que é usado para arrecadar dinheiro, afirmando que esse tipo de ação da IURD está prestes a explodir a qualquer momento. E na parte verbal, a legenda explicita a posição da revista, “Fé e dinheiro, uma combinação explosiva”, trazendo o julgamento da revista sobre a forma que a Universal arrecada o dinheiro dos fiéis.

A acusação do Ministério Público de São Paulo fez a Universal ser capa da revista *Veja* de 19 de agosto de 2009. Na parte interna da reportagem, dedicando doze páginas à matéria, estampa nas primeiras páginas<sup>208</sup> da reportagem o rosto de Edir Macedo e o título: “Xeque ao Bispo”, alusão à expressão utilizada no jogo de xadrez. Detalha a denúncia feita pelo MP, divulga foto de uma catedral da fé de Belo Horizonte e a foto de uma casa situada em Campos do Jordão, atribuída como propriedade de Macedo, além de um infográfico que explica o modo como a Universal esquematiza o golpe denunciado pelo MP. A reportagem traz também as relações entre a Record e a IURD, como sendo “um corpo de duas cabeças”<sup>209</sup>. Em seguida, enfatizando e explicando a Teologia da Prosperidade, mostra os números<sup>210</sup> da Igreja, como a quantidade de templos, a quantidade de dinheiro gasto com a compra de horários na Rede Record, etc. Publica também uma foto de um antigo vídeo em que Macedo está ajoelhado sobre um saco de dinheiro num templo nos EUA, em que aparece rindo. Há ainda fotos de ex-fiéis que doaram altas quantias em troca de bênçãos e, que não as receberam e hoje brigam na justiça para reaver as doações, além de fotos de um vídeo feito durante um culto, em que um pastor pede grandes quantias aos fiéis. Em suma, publica números, fotos, depoimentos, tudo para explicitar de forma clara as acusações feitas pelo MP, e de que maneira as pessoas contribuem para a Universal.

E por fim, de forma mais branda na capa e mais feroz na parte interna, a revista mantém o mesmo posicionamento sobre a IURD e Macedo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

---

<sup>208</sup> Revista *Veja*. Editora Abril, 2009. 19 de agosto. Semanal. Edição 2126, ano 42, nº 23. p. 84-96

<sup>209</sup> *Ibid.* p. 88

<sup>210</sup> Os números divulgados pela revista não apresentam a fonte, afirmam que a IURD têm 8 milhões de fiéis, porém não citam a fonte e a veracidade dos números.

Com base nos referenciais analisados durante o trabalho, é possível elaborar algumas considerações com relação aos temas abordados. Primeiramente, relacionadas à histórica cultural e Michel Foucault, onde ambos ajustam-se ao trabalho. No final da década de 70, o advento da história cultural coincide com o surgimento da Igreja Universal. No momento em que a história cultural possibilitou o alargamento da noção de documento histórico e que a IURD privilegiou o uso de meios midiáticos, a escolha das práticas historiográficas da cultura possibilitaram o recorte central do trabalho: religião e mídia. Trabalhando com os conceitos de discurso e focos de experiência elaborados por Foucault, entendemos de que maneira o discurso não é um simples dizer, ele segue determinadas regras de ordenação. Uma das regras diz respeito ao “poder dizer”, ter legitimidade para dizer algo. O discurso da revista *Veja* se encaixa nessa ordem, pois, a revista posiciona-se como a detentora da “verdade”, aquela que possui legitimidade para afirmar e julgar os assuntos do cotidiano.

Procurei abordar, com base em dados estatísticos, as metamorfoses do campo religioso brasileiro, que ainda apresenta uma maioria católica. No entanto, enfatizei o crescimento contínuo dos evangélicos, em especial, dos pentecostais. Esse crescimento pode ser compreendido muito além dos números, em um simples passeio podemos averiguar o aumento das igrejas evangélicas. O crescimento também é visível através da participação na política e principalmente, pelo amplo uso dos meios midiáticos. Um bom exemplo: a qualquer hora do dia ou da noite, ao ligarmos a televisão, vamos nos deparar com a pregação de algum líder evangélico ou com programas de ajuda espiritual.

A inserção dos neopentecostais nos meios midiáticos tem como principal modelo, a Igreja Universal, que investe fortemente na compra de emissoras de televisão e estações de rádio, publicação de periódicos e livros, gravadoras, enfim, tenta ser proprietária de meios midiáticos que possam divulgar suas crenças. Além de possuir empresas que estão ligadas a todos os aspectos que envolvem a IURD, por exemplo, é dona de uma construtora, para que ela mesma faça a construção dos templos e de uma fábrica de móveis, que produz os móveis dos templos, ou seja, a Igreja é coerente com o discurso que prega, “Seja dono do seu próprio negócio”. Porém, os meios midiáticos não são utilizados somente como forma de pregação e para arrebanhar mais fiéis, eles são empregados ora como arma de defesa, ora de ataque.

Estudar a mídia me pareceu instigante, pois, compreendi que os olhares, num mundo onde o sentido visual impera, estão naturalizados. As pessoas consomem as imagens sem um olhar crítico, em que possam entender, em específico, que as capas de revistas utilizam determinadas cores, fontes e imagens não por uma simples questão de estética. Elas são objetos construídos, os fatos são selecionados e, assim, carregam juízos de valor e visão de mundo da editora que as produziram. Essa demonstração de interesses nos revela a posição empresarial da revista, quais os leitores que são visados, como atingir novos leitores no mercado e conciliar a opinião da revista com a dos consumidores que esperam obter a “verdade” sobre os fatos.

A escolha da Revista *Veja* não foi aleatória, a escolhi devido sua importância no cenário brasileiro, por ser a que possui maior circulação nacional e a quarta maior “revista de informação” do mundo. Nas análises de três capas de revistas, duas datadas de 1995 e uma de 2009, pode-se perceber que o discurso estampado nas capas mudou. A primeira capa, que traz Edir Macedo segurando a bíblia em chamas, ataca diretamente a Igreja Universal do Reino de Deus. Já a segunda capa, produzida somente dois meses depois da primeira, ataca diretamente o líder Edir Macedo, expondo na capa afirmações polêmicas feitas por ele. E por fim, a terceira capa, ataca a forma como a IURD arrecada o dinheiro dos fiéis e pra onde esse dinheiro é destinado.

Numa análise comparativa, percebemos que as três capas, versando sobre a mesma igreja, apresentam discursos diferentes, e que ao passar dos anos abrandou sua maneira de mostrar seu posicionamento sobre o assunto abordado, logo na capa.

Dessa forma, podemos concluir que, é de acordo com os elementos constitutivos verbo-visuais de uma capa de revista, e em consonância com os nossos valores, que significamos uma imagem. Essa significação, por ser subjetiva e individual, pode conduzir as pessoas a formarem sua opinião e julgarem determinado fato. É nesse ponto que, humildemente, o trabalho pretende desnaturalizar o olhar e, procura instigar um olhar crítico.

## **FONTES PRIMÁRIAS**

### **Pesquisas estatísticas**

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2003 Censo Demográfico 2000 – Características gerais da população – resultados da amostra. Rio de Janeiro, IBGE.

NERI, M. (coord.) **Economia das religiões: mudanças recentes**. Rio de Janeiro: CPS, FGV, 2006.

\_\_\_\_\_. **Novo Mapa das religiões**. Rio de Janeiro: FGV, CPS, 2011.

*THE PEW FORUM ON RELIGION & PUBLIC LIFE*. 2006 Spirit and Power – A 10 Country Survey of Pentecostals, Washington, Pew Forum on Religion.

### **Publicações da IURD**

MACEDO, E. **Orixás, caboclos e guias: deuses ou demônios?**, 17º Ed. Rio de Janeiro: Unipro, 1993.

\_\_\_\_\_. **Mensagens do meu blog**. 1º ed. Rio de Janeiro: Unipro, 2010.

\_\_\_\_\_. **Vida com abundância**. 12º ed. Rio de Janeiro: Universal Produções, 1990.

TAVOLARO, Douglas. et. ali. **O Bispo**: Biografia de Edir Macedo. Rio de Janeiro: Larousse, 2007.

### **Revistas**

REVISTA VEJA. Editora Abril, 1995. 06 de dezembro. Semanal. Edição 1421.

REVISTA VEJA, Editora Abril, 1995. 25 de outubro. Semanal. Edição 1415.

REVISTA VEJA. Editora Abril, 2009. 19 de agosto. Semanal. Edição 2126.

REVISTA PLENITUDE. Editora Unipro, 2009. Setembro. Mensal. Ano 30, nº 172.

### **Endereços Eletrônicos**

ACERVO Digital da Revista Veja. Disponível em: <<http://www.veja.abril.com/acervodigital/>> Acesso em: 01. Set. 2011.

ARCA Universal. Disponível em: <<http://www.arcauniversal.com.br/>> Acesso em: 10. Out. 2011.

BLOG Bispo Macedo. Disponível em: <<http://www.bispomacedo.com.br/blog/>> Acesso em: 20. Out. 2011.

JORNAL Folha de São Paulo. Disponível em: <<http://www.folha.uol.com.br>> Acesso em: 20. Out. 2011.

IGREJA Universal do Reino de Deus. Disponível em: <<http://www.igrejauniversal.org.br/histiurd-mundo.jsp>> Acesso em: 20. Set. 2011.

MINISTÉRIO Público de São Paulo. Disponível em: <<http://www.mp.sp.gov.br>> Acesso em 10. Set. 2011.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ronaldo. A expansão pentecostal: circulação e flexibilidade. In: Faustino Texeira & Renata Menezes. (Org.). **As religiões no Brasil: continuidades e rupturas**. 1 ed. Petrópolis: Vozes, 2006, v., p. 111-122.

\_\_\_\_\_. **A Igreja Universal e seus demônios: um estudo etnográfico**. São Paulo: Terceiro Nome, 2009.

\_\_\_\_\_. Os Pentecostais serão Maioria no Brasil? **Rever – Revista de Estudos da Religião**, São Paulo, n.4, p. 48-58, dezembro 2008.

ANTONIAZZI, Alberto. et ali. **Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo**. Petrópolis: Vozes, 1994.

BERGER, Peter. **O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião**. Petrópolis: Vozes, 1985.

BURKE, Peter. **Variedades de história cultural**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

\_\_\_\_\_. **O que é história cultural?** . Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Teatro, templo e mercado: uma análise da organização, rituais, marketing e eficácia comunicativa de um empreendimento neopentecostal – Igreja Universal do Reino de Deus**. Petrópolis/ São Bernardo do Campo: Vozes/ IMES, 1997/1996.

\_\_\_\_\_. Evangélicos e Mídia no Brasil: Uma História de Acertos e Desacertos, **Rever – Revista de Estudos de Religião**, n. 8, setembro, pp. 1-26, 2008. Disponível em: <[http://www4.pucsp.br/rever/rv3\\_2008/t\\_campos.htm](http://www4.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_campos.htm)>. Acesso em: 20 ago. 2011.

\_\_\_\_\_. Os Mapas, Atores e Números da Diversidade Religiosa Cristã Brasileira: Católicos e Evangélicos entre 1940 e 2007, **Rever – Revista de Estudos de Religião**, n. 8, dezembro, pp. 9-47, 2008. Disponível em: <[http://www4.pucsp.br/rever/rv4\\_2008/t\\_campos.htm](http://www4.pucsp.br/rever/rv4_2008/t_campos.htm)>. Acesso em: 18 ago. 2011

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Trad. Ângela M. S. Correa. São Paulo: Contexto, 2006.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Loyola, 1996.

\_\_\_\_\_. **O governo de si e dos outros**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

FRESTON, Paul. **Protestantes e política no Brasil**: da Constituinte ao impeachment, Campinas, tese (doutorado em sociologia) Campinas, IFCH-Unicamp, 1993.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. **A revista Veja e o discurso do emprego na globalização**: Uma análise semiótica. 2001. (Tese de mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

HUNT, Lynn (Org.) **A Nova história cultural**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

LE GOFF, Jacques. Foucault e a “nova história”. **Revista Plural**; Sociologia - USP, São Paulo, v. 10, p. 197-209, 2º sem. 2003.

MAGALHÃES, F. L. J. **Veja, Isto é, leia**: produção e disputas de sentido na mídia. Teresina, Piauí: Edufpi, 2003.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais**: sociologia do novo Pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 1999.

\_\_\_\_\_. Expansão pentecostal no Brasil: O caso da Igreja Universal. **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, v. 52, p. 121-138, 2004.

\_\_\_\_\_. Crescimento Pentecostal no Brasil: fatores internos. **Rever – Revista de Estudos de Religião**, São Paulo, v. 4, n. 8, p. 68-95, 2008.

MELO, Dayana de. A lógica da visibilidade sob os signos da imagem e do discurso: um estudo sobre as formas de mercantilização dos sujeitos extraordinários na mídia. **Revista Eletrônica Temática**, Ano 06, n. 03, março de 2010.

MEZZOMO, F. A. Nós e os outros: proselitismo e intolerância religiosa nas igrejas neopentecostais. **Fênix - Revista de História e Estudos Culturais**, Florianópolis, Ano v, n.1, jan de 2008.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.

O'BRIEN, P. A história da cultura de Michel Foucault. In: HUNT, L. **A Nova História Cultural**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

NASCIMENTO, Gilberto. Que se cuidem os infiéis. **Carta Capital**, São Paulo, n. 30 p.29-32, out. 2009.



OLIVA, Alfredo dos Santos. **A História do diabo no Brasil**. São Paulo: Fonte, 2007.

OLIVA, Margarida. **O Diabo no Reino de Deus: por que proliferam as seitas?** São Paulo: Musa, 1997.

ORO, A. P.; CORTEN, A.; Jean-Pierre D. (Org.) **Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé**. São Paulo: Paulinas, 2003.

PAGNI, A. P. O cuidado de si em Foucault e as suas possibilidades na educação: algumas considerações. In: SOUZA, Luís Antônio Francisco.; SABATINE. Thiago Teixeira; MAGALHÃES, Bóris Ribeiro de (Org.) **Michel Foucault: sexualidade, corpo e direito**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011. p. 19-45.

PESAVENTO, S. J. **História & história cultural**. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

PROENÇA, Wander de Lara. **Sindicato de mágicos: uma história cultural da Igreja Universal do Reino de Deus (1977 – 2006)**. 374p. Tese de Doutorado. Assis: UNESP, 2006.

PUZZO, Miriam Bauab. A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido. **Revista Intercâmbio**, volume XX: p. 125-138, 2009. São Paulo: LAEL/PUC-SP.

REIS, José Carlos. **A História, entre a filosofia e a ciência**. 3.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

ROCHA, P. **O Império Midiático da Igreja Universal do Reino de Deus: reflexões e análises das estratégias de comunicação da IURD**, In: Intercom, 2006.

SILVA, A. C. T. “Imagens Ordinárias” como signos eloqüentes- sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas. **Revista Domínios da Imagem**, Londrina, ano 01, n. 01, p. 7-13, Nov. de 2007.

VEYNE, Paul. **Como se escreve a história; Foucault revoluciona a história**. Trad. Alda Baltar e Maria Auxiliadora Kneipp. 3 ed., Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1995.

\_\_\_\_\_. **Foucault: seu pensamento, sua pessoa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

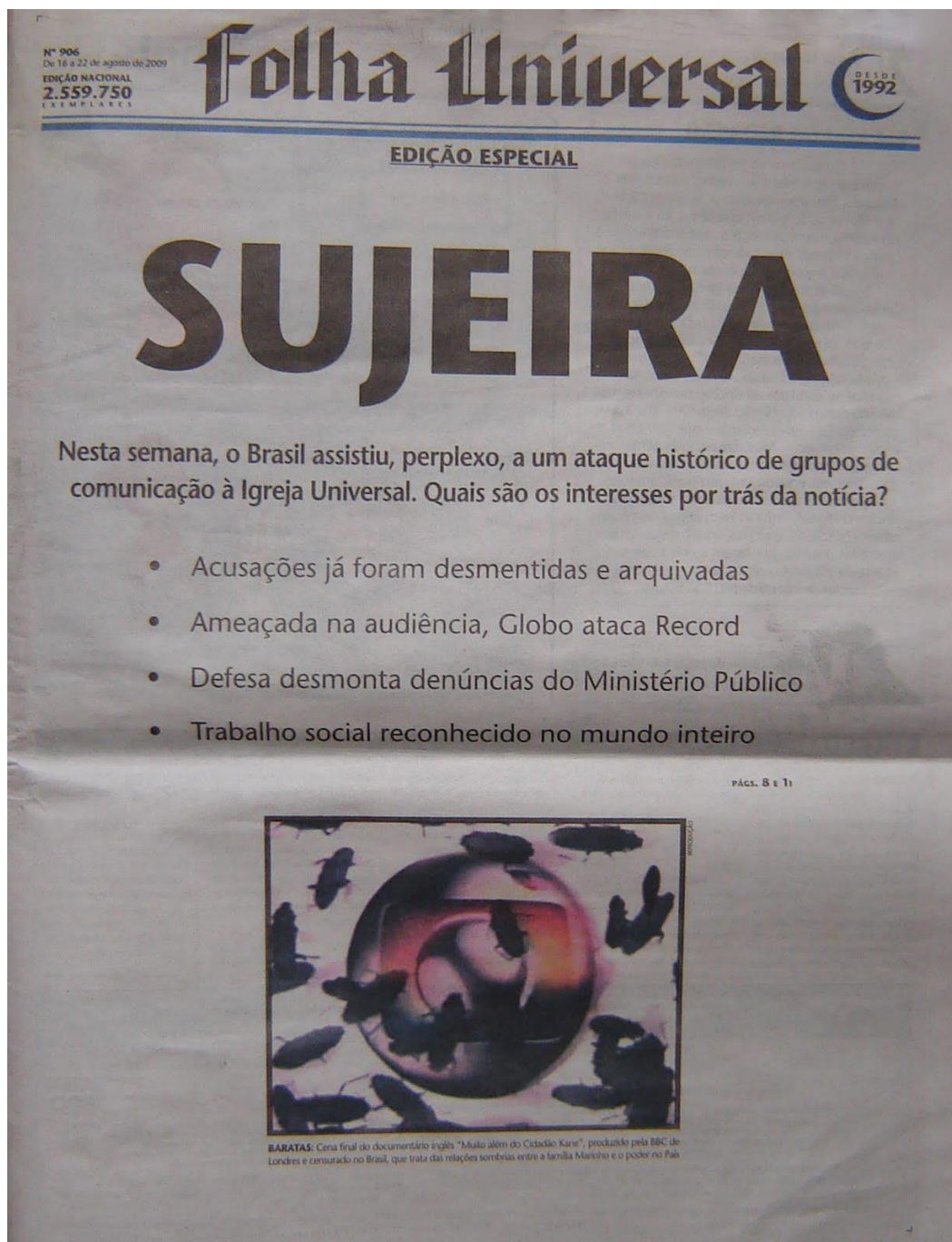
## ANEXO A

Capa da biografia autorizada de Edir Macedo



**ANEXO B**

Capa do jornal Folha Universal edição nº 906. 16 a 22 de agosto de 2009



**ANEXO C**

Citação bíblica associada ao embate televisivo

