



Entre mídia, política e religião: uma análise da Igreja Internacional da Graça

Between media, politics and religion: an analysis of the International Church of Grace

Por Eduardo Guilherme de Moura Paegle

Graduado e Mestre em História

Doutorando no Programa de Pós-Graduação
Interdisciplinar em Ciências Humanas (UFSC)

Bolsista CAPES

edpaegle@hotmail.com

Resenha de:

MORAES, Gerson Leite de. *A Idade Mídia evangélica no Brasil: uma análise da força midiática da Igreja Internacional da Graça de Deus*. São Paulo: Fonte Editorial, 2010.

A obra de Gerson Leite de Moraes é oriunda da tese de doutorado em Ciências da Religião pela PUC-SP, defendida em 2008. Atualmente o referido autor é professor da Universidade Presbiteriana do Mackenzie em vários cursos e leciona a disciplina de ética e cidadania

O presente livro possuiu múltiplas intersecções entre os três campos de análise proposto pelo autor: mídia, política e religião para analisar a Igreja Internacional da Graça de Deus liderado pelo missionário R. R. Soares.

No primeiro capítulo, o autor relaciona as concessões públicas de rádios e TVs para grupos evangélicos e a instrumentalização da representação política para conseguir as referidas concessões. A ideia de que política é “mundano” no jargão “evangeliquês” passou para a ideia de “irmão vota em irmão” dos pentecostais e da formação da bancada evangélica em 1988. As estratégias políticas dos evangélicos envolvem desde a questão do uso de títulos eclesiásticos (pastor, bispo, missionário), a menção as denominações a que pertencem e o ideal que trabalharam para o bem do povo de Deus. O capital político deve ser conseguido através do capital religioso com o

objetivo de defender os interesses privados das denominações, sendo que este opõe o conceito clássico da política, o de lutar pelo bem comum. Quando um representante da Igreja Internacional da Graça, como o deputado Almir Moura, não seguiu as orientações do líder R. R. Soares, as tensões entre o bem público e o bem privado (neste caso da igreja) as tensões ficaram expostas.

Tornou-se fundamental ao se tratar da participação política dos evangélicos lidarem com a questão midiática. Os primeiros programas evangélicos na TV brasileira, das décadas de 1960 e 1970, soavam como amadores, enquanto na década de 1980 percebemos uma virada nesse contexto impulsionado pela maior representatividade política dos evangélicos, junto com os princípios de marketing trazidos dos televangelistas estadunidenses com a concepção de líderes carismáticos, uso tecnológico e a busca do lucro. Inicialmente, eram obtidos com a compra de espaços televisivos, passam a contar com canais próprios, sendo o caso mais significativo, a Rede Record, que em 1989 foi comprada pela Igreja Universal do Reino de Deus. O fato da Igreja Internacional da Graça de Deus eleger dois deputados federais (Jorge Tadeu Madalen e Adílson

Soares) e um deputado estadual em São Paulo (André Soares) em 2006 faz parte da estratégia de formar um império midiático e evitar com que grupos religiosos rivais também se apoderem de novas concessões de rádio e TV.

O segundo capítulo analisou a trajetória biográfica de R. R. Soares. Desde o seu contato com a Igreja Batista na infância em Muniz Freire-ES, passando pela conversão na Igreja Presbiteriana, a participação na Igreja Pentecostal Nova Vida, entre 1968-1975, no Rio de Janeiro, e o relacionamento com Edir Macedo que deu origem à fundação da Igreja Universal do Reino de Deus, até a cisão com o bispo e a fundação da Igreja Internacional da Graça de Deus em 1980, com o seu aparecimento na televisão, foram destacados. O ponto alto nesta parte foi de usar a teoria de Bourdieu para a análise de R. R. Soares, ora como profeta, que rompe com a tradição burocrática estabelecida, evidente no seu desentendimento com Edir Macedo no final da década de 1970 na Igreja Universal do Reino de Deus; ora como sacerdote, que criou uma burocracia da Igreja Internacional da Graça de Deus; e ora como mago para atender os clientes sedentos pela demanda religiosa (cura, prosperidade, etc.). As influências de T. L. Osborn, Kenneth Hagin e Joyce Meyer da teologia da prosperidade e confissão positiva também foram analisadas.

No capítulo 3, o escritor evidencia que R. R. Soares mostrou que a sua estratégia televisiva é de fazer programas voltados para a família brasileira, ou seja, a criação de uma mídia estritamente religiosa diferente de uma mídia religiosa secularizada, como é caso da Rede Record de Edir Macedo. O canal de TV RIT e a Nossa TV (serviço de TV a cabo) apresentam uma série de programas que funcionam como estratégias religiosas de R. R. Soares de evitar o secularismo e a infiltração das garras de Satanás sobre a população brasileira.

Destaque para o “Show da Fé”, que responde às dificuldades e aos problemas dos telespectadores (demandas religiosas) com o uso de princípios utilitaristas de buscar a recompensa (uma cura, um emprego, um bem adquirido) e evitar custos. O detalhe é que o telespectador só buscará a solução se os produtores de bens simbólicos oferecerem

esse produto, caso julgue haver necessidade. Dependendo dessa interação, o telespectador pode inclusive ser um patrocinador do programa, doando quantias em dinheiro. Além disso, criam-se “comunidades emocionais” como resposta às soluções encontradas nas experiências dos indivíduos.

O último capítulo aborda de que forma pastores presbiterianos associam-se e enxergam a Igreja Internacional da Graça de Deus através de questionários coletados no interior de São Paulo. Aspectos como a valorização da clareza da mensagem religiosa de R. R. Soares, uma boa audiência do programa “Show da Fé”, a ideia de uma cruzada do bem contra o mal através da TV pelos evangélicos mostravam uma forte penetração e trânsito que R. R. Soares tem entre os entrevistados. Para o autor, o estilo comedido do missionário, sua capacidade de comunicação, sua habilidade política e domínio das demandas que o receptor aponta, além do seu carisma, permitem que a Igreja Internacional da Graça de Deus funcione eficazmente no campo religioso tanto para atrair fiéis quanto para suprir demandas de fiéis ligados a outras denominações, funcionando assim com alternativa religiosa complementar.

O mérito da obra situa-se no fato de que as intersecções entre mídia, política e religião na Igreja Internacional da Graça de Deus foram analisadas desde uma perspectiva interdisciplinar, como o objeto de estudo sugere, valorizando-se as contribuições das teorias como de Pierre Bourdieu e Peter Berger (análise de campo), Max Weber e Antônio Flávio Pierucci (secularização e desencantamento), Rodney Stark (teoria das escolhas racionais) junto com pesquisas de campo, resultando em uma obra que concilia teoria e prática na medida certa.

[Recebido em: fevereiro 2012 e
aceito em: abril 2012]