

40º Encontro Anual da Anpocs

SPG 05 – Controvérsias religiosas na contemporaneidade: demandas juvenis e tomada de posição política

Título: As intersecções religiosas, políticas e midiáticas na atuação evangélica no Brasil

Autores:

Pedro Augusto Ceregatti Moreno (UFSCAR),

Douglas Alessandro Souza Santos (UNESP)

40º Encontro Anual da Anpocs

SPG 05 – Controvérsias religiosas na contemporaneidade: demandas juvenis e tomada de posição política

Título: As intersecções religiosas, políticas e midiáticas na atuação evangélica no Brasil

Autores:

Pedro Augusto Ceregatti Moreno (UFSCAR)

Douglas Alessandro Souza Santos (UNESP)

RESUMO

O cenário religioso brasileiro vive nos últimos anos um acirramento de tensões entre denominações, em especial as evangélicas, que utilizam da arena midiática para propagação de mensagens e aumento no número de fiéis. A utilização das mídias eletrônicas pelos evangélicos não é um fenômeno novo, porém, o que se vê atualmente é a intersecções de interesses políticos permeando essa atividade. De maneira geral, a compra de horários em redes nacionais de TV ou até mesmo as concessões de canais, passa por um processo de negociação, em grande parte, balizados por percepções políticas. Esse artigo analisa ainda as disputas travadas nesse ambiente midiático, seja entre denominações evangélicas, ou no embate com outras igrejas. São destaques as ações da igreja Universal do Reino de Deus, igreja Internacional da Graça, Igreja Mundial do Poder de Deus e Assembleia de Deus. Lançamos luz ainda sobre os posicionamentos dos atores que são destaques nos veículos de comunicação sobre temas considerados relevantes no debate público, como preferências político partidárias, comportamento sexual dos fiéis e políticas públicas.

Palavras chave: mídia; empreendedorismo religioso; bancada evangélica.

INTRODUÇÃO

Compreender o fenômeno religioso brasileiro requer apreciar as múltiplas formas de interações sociais, políticas e econômicas. É exatamente sobre estes últimos aspectos que transcorrerá este trabalho, buscando elucidar o papel da política e do empreendedorismo midiático no interior das igrejas evangélicas, assim como os fatores adjacentes que acarretam novas formas de organização e intercâmbio com o fiel.

Serão analisadas duas práticas significativas para a religiosidade contemporânea brasileira: a intersecção político-evangélica de parlamentares federais, além de seu uso e relação com as mídias, através de concessões públicas ou pela internet. Esse artigo volta-se, portanto, além da análise dos meandros e controvérsias do jogo político às peculiaridades da atuação evangélica na mídia brasileira, em especial no processo de posicionamento em relação a temas de alcance nacional, geralmente ligados a política partidária, comportamento sexual dos fiéis e políticas públicas.

1 – A INTERSECÇÃO POLÍTICO-EVANGÉLICA BRASILEIRA

Sabe-se que, quando tratamos de Brasil, nos referimos a um país essencialmente religioso; pluralmente cristão (Souza, 2010). Segundo dados do último censo demográfico, por exemplo, a soma daqueles que se declaram fiéis às doutrinas cristãs, nas suas mais variadas formas e denominações, ultrapassa 84% de toda população nacional. Entretanto, é notória a presença de tais religiosos nas mais diversas esferas, entre as quais, aqui destacada, a esfera política.

Com o advento da República, principalmente após a promulgação da constituição de 1891, a inserção de religiosos nas esferas públicas tornou-se realidade, ainda que de forma lenta, principalmente dentro da representação política. Os católicos, neste contexto, detinham privilégios em detrimento a outros segmentos. Os evangélicos, por sua vez, foram ganhando espaço desde

a escolha da Assembleia Constituinte de 1986, sobretudo os de vertente pentecostal.

Hoje, o que se vê neste cenário, especialmente de duas décadas pra cá, é fruto de importantes transformações culturais dentro do chamado “mercado religioso” de esfera política: um rápido processo de formação de lideranças e uma intensa socialização dos fiéis. Dessa forma, esta seção se debruça no levantamento e no manejo de informações sobre lideranças vinculadas a igrejas evangélicas que exercem cargos públicos relevantes no Poder Legislativo Federal nos atuais mandatos. Assim, as casas selecionadas para o levantamento de dados foram a Câmara de Deputados Federais e o Senado Federal.

Para tanto, foi feito levantamento minucioso de informações junto aos sites e demais veículos informativos do Congresso. Uma coleta sistemática de dados feita também nos principais jornais e revistas de circulação nacional, juntamente com trabalho específico, feito em alguns sites, com destaque para o Portal Excelências, da ONG Transparência Brasil.

1.1 – CÂMARA DE DEPUTADOS

Formada por 513 representantes, a Câmara dos deputados constitui parte do poder Legislativo da União. Através do voto proporcional, os parlamentares são eleitos e exercem seus cargos por quatro anos. Seu atual presidente é o deputado Rodrigo Maia, filiado ao partido Democratas (DEM) pelo estado do Rio de Janeiro.

De todo esse contingente, a pesquisa identificou 89 (17,34%) deputados evangélicos. Dos 26 estados, o que apresenta a maior proporção de parlamentares pertencentes a alguma religião cristã é Rondônia, com 5 (62,5%) dos 8 de seus representantes na casa. Em segundo lugar encontra-se Roraima, com 3 (37,5%) de 8 de seus representantes, seguido pelo estado do Rio de Janeiro com 17 (36,9%) de um total 46 deputados. Vale à pena ressaltar que, quando analisamos em números absolutos, não considerando a proporção, o

estado do Rio de Janeiro é a unidade federativa que mais apresenta parlamentares evangélicos.

Entre os de menor proporção, Mato Grosso do Sul e Tocantins são os únicos estados que não têm representantes que se declaram religiosos na Câmara. Acre, Alagoas, Amapá, Maranhão, Piauí, Rio Grande do Norte, Santa Catarina e o Distrito Federal apresentam um (1) representante.

Tabela 1 – Deputados federais evangélicos por estado

Estados	Total de Deputados	Evangélicos
AC	8	1 – 12,5%
AL	9	1 - 11,1%
AM	8	2 – 25%
AP	8	1 – 12,5%
BA	39	6 – 15,3%
CE	22	3 – 13,6%
ES	10	3 - 30%
GO	17	2 – 11,7%
MA	18	1 – 5,5%
MT	8	2 - 25%
MS	8	0 – 0%
MG	53	7 – 13,2%
PA	17	2 – 11,7%
PB	12	2 – 16,6%
PR	30	5 – 16,6%
PE	25	2 - 8%
PI	10	1 - 10%
RJ	46	17 – 36,9%
RN	8	1 – 12,5%
RS	31	5 – 16,1%
RO	8	5 – 62,5%
RR	8	3 – 37,5%
SC	16	1 – 6,2%
SP	70	13 – 18,5%

SE	8	2 - 25%
TO	8	0 - 0%
DF	8	1 - 12,5%
Total	513	89 – 17,34%

Fontes: Site da câmara de deputados federais, páginas dos próprios parlamentares, e o portal www.excelencias.org.br

1.2 – DENOMINAÇÕES

A igreja Assembleia de Deus é a denominação que mais aparece entre os deputados federais evangélicos, com 25 (28%) do total de 89 deputados. Em seguida, encontra-se a igreja neopentecostal Universal do Reino de Deus, com 11 (12,3%). Nas de menor representação, Adventista, Brasil para Cristo, Menonita, Nazareno, Batista do Calvário, Aliança Evangélica, Anglicana, Nova Vida, Presbiteriana Independente, Projeto Vida Nova, Sara Nossa Terra, Fonte de Vida, Ministério Apostólico Getsêmani, Evangelho Eterno, Congregação Cristã do Brasil, Metodista, Metodista Wesleyana e Fazei Discípulos apresentaram 1 (1,12%) representante cada. Apenas um (01) parlamentar não teve a denominação determinada.

Tabela 2 – Denominações dos deputados federais evangélicos brasileiros

Denominações	Deputados	Porcentagem
Igreja Assembléia de Deus	25	28,08% dos parlamentares evangélicos
Igreja Universal do Reino de Deus	11	12,35% dos parlamentares evangélicos
Igreja Batista	09	10,11% dos parlamentares evangélicos
Igreja Presbiteriana do Brasil	08	8,98% dos parlamentares evangélicos
Igreja do Evangelho Quadrangular	05	5,61% dos parlamentares evangélicos
Igreja Internacional da Graça de	3	3,37% dos parlamentares

Deus		evangélicos
Igreja Mundial do Poder de Deus	3	3,37% dos parlamentares evangélicos
Igreja Batista Nacional	2	2,24% dos parlamentares evangélicos
Igreja Luterana	2	2,24% dos parlamentares evangélicos
Igreja Cristã Maranata	2	2,24% dos parlamentares evangélicos
Igreja Adventista do Sétimo Dia	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja O Brasil Para Cristo	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Menonita	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja do Nazareno	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Batista do Calvário	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Aliança Evangélica	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Anglicana	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Evangélica Nova Vida	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Presbiteriana Independente	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Projeto Vida Nova	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Evangélica Sara Nossa Terra	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Fonte de Vida	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Ministério Apostólico Getsêmani	1	1,12% dos parlamentares evangélicos

Igreja do Evangelho Eterno	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Congregação Cristã no Brasil	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Metodista	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Metodista Wesleyana	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Igreja Fazei Discípulos	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Evangélico não-determinado	1	1,12% dos parlamentares evangélicos
Total	89	100%

Fontes: Site da câmara de deputados federais, páginas dos próprios parlamentares, e o portal www.excelencias.org.br

1.3 – FILIAÇÃO PARTIDÁRIA

O número total de deputados federais religiosos se distribui em 22 partidos: Partido Republicano Brasileiro (PRB), Partido da República (PR), Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Partido Social Cristão (PSC), Democratas (DEM), Partido Social Democrático (PSD), Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Partido Progressista (PP), Partido Solidariedade (SD), Partido Socialista Brasileiro (PSB), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), Partido dos Trabalhadores (PT), Partido Republicano da Ordem Social (PROS), Partido Humanista de Solidariedade (PHS), Partido Democrático Trabalhista (PDT), Partido Ecológico Nacional (PEN), Partido Trabalhista Nacional (PTN), Partido Popular Socialista (PPS), Partido Verde (PV), Rede Sustentabilidade (REDE), Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e o Partido Trabalhista do Brasil (PT do B). O PRB, partido criado no seio da Igreja Universal do Reino de Deus, abarca o maior contingente de parlamentares, 16 (17,9%) dos 89 deputados evangélicos. PEN, PPS, PSL, PV, REDE, PSOL e PT do B aparecem por último, com apenas 1 (1,03%) filiado.

Tabela 3 – Filiação partidária dos deputados federais evangélicos brasileiros

Partidos	Deputados	Porcentagem
PRB	16	17,97% dos parlamentares evangélicos
PR	09	10,11% dos parlamentares evangélicos
PMDB	07	7,86% dos parlamentares evangélicos
PSC	07	7,86% dos parlamentares evangélicos
DEM	07	7,86% dos parlamentares evangélicos
PSD	05	5,61% dos parlamentares evangélicos
PSDB	05	5,61% dos parlamentares evangélicos
PP	04	4,49% dos parlamentares evangélicos
SD	04	4,49% dos parlamentares evangélicos
PSB	04	4,49% dos parlamentares evangélicos
PTB	03	3,09% dos parlamentares evangélicos
PT	03	3,37% dos parlamentares evangélicos
PROS	03	3,37% dos parlamentares evangélicos
PHS	02	2,06% dos parlamentares evangélicos
PDT	02	2,24% dos parlamentares evangélicos
PTN	02	2,24% dos parlamentares evangélicos
PEN	01	1,12% dos parlamentares evangélicos
PPS	01	1,12% dos parlamentares evangélicos
PV	01	1,12% dos parlamentares evangélicos
REDE	01	1,12% dos parlamentares evangélicos
PSOL	01	1,12% dos parlamentares evangélicos
PTdoB	01	1,12% dos parlamentares evangélicos
Total	89	100%

Fontes: Site da câmara de deputados federais, páginas dos próprios parlamentares, e o portal www.excelencias.org.br

1.4 – SENADO FEDERAL

O Senado Federal é o representante das unidades federativas no Congresso Nacional. Todas as 27 unidades da Federação (26 estados e o

Distrito Federal) possuem a mesma representatividade, com três senadores cada. Segundo levantamento, atualmente, dos 81 senadores brasileiros, 2 (2,46%) se declaram evangélicos. Os estados respectivos são: Espírito Santo e Rio de Janeiro.

Tabela 4 – Senadores evangélicos por estado

Estados	Total de Deputados	Evangélicos
AC	3	0 – 0%
AL	3	0 – 0%
AM	3	0 – 0%
AP	3	0 – 0%
BA	3	0 – 0%
CE	3	0 – 0%
ES	3	1 – 33,3%
GO	3	0 – 0%
MA	3	0 – 0%
MT	3	0 – 0%
MS	3	0 – 0%
MG	3	0 – 0%
PA	3	0 – 0%
PB	3	0 – 0%
PR	3	0 – 0%
PE	3	0 – 0%
PI	3	0 – 0%
RJ	3	1 – 33,3%
RN	3	0 – 0%
RS	3	0 – 0%
RO	3	0 – 0%
RR	3	0 – 0%
SC	3	0 – 0%
SP	3	0 – 0%
SE	3	0 – 0%
TO	3	0 – 0%
DF	3	0 – 0%

Total	81	2 – 2,46%
--------------	-----------	------------------

Fontes: Site do Senado Federal, páginas dos próprios parlamentares, e o portal www.excelencias.org.br

1.5 – DENOMINAÇÕES

Em termos denominacionais, a distribuição entre os senadores é equitativa: a Igreja Universal do Reino de Deus é a denominação de Eduardo Lopes, senador pelo estado do Rio de Janeiro, e Assembleia de Deus é a denominação de Magno Malta, senador pelo estado do Espírito Santo.

Tabela 5 - Denominações dos senadores evangélicos brasileiros

Denominações	Senadores	Porcentagem
Igreja Universal do Reino de Deus	1	50% dos senadores evangélicos
Assembleia de Deus	1	50% dos senadores evangélicos
Total	2	100%

Fontes: Site do Senado Federal, páginas dos próprios parlamentares, e o portal www.excelencias.org.br

1.6 – FILIAÇÃO PARTIDÁRIA

O Partido da República (PR), de Magno Malta, e o Partido Republicano Brasileiro (PRB), de Eduardo Lopes, aparecem como agremiações dos senadores evangélicos brasileiros da atual legislatura.

Tabela 6 – Filiação partidária dos senadores evangélicos brasileiros

Denominações	Senadores	Porcentagem
Igreja Universal do Reino de Deus	1	50% dos senadores evangélicos
Assembleia de Deus	1	50% dos senadores evangélicos

Total	2	100%
--------------	----------	-------------

Fontes: Site do Senado Federal, páginas dos próprios parlamentares, e o portal www.excelencias.org.br

2 – O EMPREENDEDORISMO E A INTERSECÇÃO MUDIÁTICO-EVANGÉLICA BRASILEIRA

O empreendedorismo cristão, segundo Souza (2011), "preconiza uma aceitação ideológica do mercado e da economia capitalista e liberal". Está cada vez mais evidente essa aceitação, principalmente na criação de oportunidades de mercado quando uma instituição religiosa assume o papel de geradora de competitividade.

O autor aponta também que o neopentecostalismo é a vertente evangélica que mais afeita às práticas comerciais, pois além de se organizarem na base da competição, resultando na confluência de fatores econômicos e políticos, adotam como prática a Teologia da Prosperidade.

Essas ideias baseiam-se na premissa que o fiel tem o direito divino de obter êxitos em sua vida terrena, dentre os quais saúde, emprego rentável e patrimônios, uma vez que Jesus Cristo teria redimido a todos. Assim, a investigação dessas relações comporá um panorama da prática religiosa no Brasil em suas utilizações de veículos midiáticos, de maneira especial a respeito do peso que os mesmo exercem na difusão do consumo e a ocupação hegemônica na vida das pessoas, e mais recentemente na concorrência entre denominações evangélicas, como a igreja Universal do Reino de Deus, a igreja Mundial do Poder de Deus, a igreja Internacional da Graça e a Assembleia de Deus.

A noção de competitividade entre formas de religiosidade está exposta na obra de Pierre Bourdieu, a partir de seu diálogo com os autores da sociologia clássica, quando busca definir a dimensão da dominação simbólica exercida

pela religião e seu sistema de símbolos. Segundo a influência da teorização weberiana em seus escritos, Bourdieu (1992) encontra no processo de monopolização do sagrado, em um primeiro momento, o auto-consumo dos bens simbólicos de salvação. Porém, a racionalização traz consigo o processo de institucionalização que confere a administração dos ritos e sacramentos a jurisdição da igreja.

Consolida-se a hierocracia e a autonomização eclesial, sendo todos os aspectos exteriores profanados. Esse movimento forneceu elementos que gerassem um campo religioso, permeado pela concorrência entre as denominações, munida de seus capitais simbólicos e culturais. No Brasil o pluralismo do campo religioso, conforme define Souza (2011), é essencialmente uma diversificação cristã, haja vista que a população não cristã no país ainda representa um segmento pequeno.

Segundo levantamento do Censo 2010, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os católicos reúnem 64,6% da população, enquanto que os evangélicos atingiram 22,2%. Em 2000, os números de seguidores da igreja romana e evangélica eram de 73,9% e 15,6%, respectivamente. Berger ainda chama nossa atenção para o fato de que, apesar do acelerado processo de secularização, com a queda do monopólio católico abre-se precedente para a concorrência religiosa.

Forma-se o que podemos denominar, usando a nomenclatura econômica, de mercado, uma vez que o objetivo é a fidelização dos membros às igrejas e congregações. Todas essas características que nos trouxeram a atual conjuntura religiosa entrelaçam-se com formatação da sociedade de consumo. O alinhamento entre a mídia e a promoção da sociedade do consumo é inegável, pois segundo Berger (2004) produz sentido que se constitui numa instituição intermediária entre o indivíduo e a sociedade, passando a configurar um pensamento capaz de propiciar pretensos consensos sociais, e conseqüentemente favorecendo e influenciando decisões políticas e econômicas.

No âmbito evangélico o destaque midiático está no neopentecostalismo, que desenvolveu considerável aproximação com o empreendedorismo. Dentre os setores que mais se desenvolveram estão as experiências radiofônicas e televisivas, além dos esforços de consolidar práticas na internet. Essa rápida expansão, decorrente do crescimento de adeptos, conforme já citado no Censo de 2010, obrigou um movimento em todo o cenário cristão brasileiro, seja na relação com a igreja Católica ou entre igrejas evangélicas, num setor cujas possibilidades são abundantes - os aparelhos de TV estão presentes em 95,1% das residências brasileiras, e os rádios em 81,4% (Censo Demográfico 2010 - IBGE).

Segundo o portal Donos da Mídia (www.donosdamidia.com.br) existem atualmente no Brasil 54 redes de comunicação, entre emissoras de TV e rádio. Entre as principais redes estão em destaque empreendimentos com ligação religiosa - 17 no total, que controlam juntas 1.258 veículos em todo o Brasil, em meio a emissoras católicas e evangélicas.

O fato de no Brasil as concessões serem outorgadas pelo governo abre possibilidades de interação política visando à manutenção do empreendimento. Entre as redes de comunicação religiosa essa situação também ocorre, haja vista que a partir da detecção da viabilidade de criação de novos canais, os parlamentares religiosos articulam-se junto ao Ministério das Comunicações para conseguir as concessões. A Constituição Federal (1988), em seu capítulo V, explicita que no Brasil as concessões de rádio e TV são responsabilidades públicas:

Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. § 1º - O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, § 2º e § 4º, a contar do recebimento da mensagem. § 2º - A não renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal. (...) § 4º - O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de

decisão judicial. § 5º - O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988).

Há de se ponderar ainda as situações em que uma igreja possui influência sobre emissoras secularizadas, de programação ampla, cujo público alvo não são exclusivamente religiosos. Esse é o caso da Rede Record, que tem entre seus sócios dirigentes Edir Macedo, fundador e principal nome da Igreja Universal do Reino de Deus, apesar da resistência por parte da emissora em afirmar a relação com a igreja, essa última é um dos principais clientes na compra de horários para veiculação de programação religiosa.

Segundo o portal UOL Notícias, a IURD paga à Record anualmente em torno de 500 milhões de reais. A emissora também tem participações nos empreendimentos da igreja, como a Rede Aleluia e a Rede Família de comunicação.

Entre as emissoras religiosas, de rádio e TV, o método de arrecadação de fundos para manutenção da estrutura é comum, a partir da formação de clube de colaboradores. Os fiéis são cadastrados na base de dados da instituição e assim passam a contribuir mensalmente sob a forma de mensalidades fixas e campanhas esporádicas de arrecadação. Além das emissoras evangélicas as emissoras católicas também utilizam essa forma de prover fundos¹.

As principais emissoras evangélicas, na maioria dos casos, estão ligadas institucionalmente com as igrejas que representam, sendo assim, é comum a veiculação de pedidos de contribuição na forma de dízimo e ajudas voluntárias

¹ A TV Século XXI, fundada em 1999 pelo padre Eduardo Doughert, é mantida pela Associação do Senhor Jesus, que através da doação de seus sócios garantem a manutenção da emissora e demais trabalhos de produção. A rede Aparecida que é administrada pelos religiosos da Congregação do Santíssimo Redentor, responsáveis também pelo Santuário Nacional em AparecidaSP, sendo assim divulgam a Campanha dos Devotos, para custeamento das obras que indiretamente beneficiará o orçamento da emissora. A Canção nova, que iniciou suas atividades em 1989 sob a liderança de padre Jonas Abib, desenvolveu o projeto Dai-me Almas que prevê uma meta mensal para arcar com gastos de operação.

que beneficiaram diretamente a igreja, responsável pela manutenção daquele veículo.

Destacam-se ainda pastores e igrejas que apesar de não serem detentoras de concessões compram horários nas grandes redes de TV para veicularem seus programas e cultos. O principal deles é o líder da Igreja Mundial do Poder de Deus, apóstolo Waldomiro Santiago, que ajuntava esforços para a aquisição da Rede 21, da Rede Bandeirantes, onde era comprador de grande parte dos horários da grade de programação, porém em uma última negociação a emissora foi vendida para a IURD.

As três emissoras com maior tempo dedicado a programas religiosos são a Rede TV!, com 38,08%; CNT, 36,67%; e Record, com 23,33%, o que ao gênero com maior participação na grade de programação das emissoras de TV abertas do Brasil, em média, 13,55% da grade, de acordo com informações do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA).

Outra forma que ganha força e público no país são as programações hospedadas em portais na internet, a partir de web TVs e rádios. É inegável que a partir do final do século XX a disseminação da utilização de computadores, e posteriormente a incorporação da internet, modificou o cotidiano das pessoas bem como as relações por elas desempenhadas. Jorge Miklos (2012) afirma que "na mesma medida em que as religiões assimilam estratégias midiáticas em busca da manutenção do status quo, meios de comunicação interativos, também abarcam valores religiosos".

O "cyberspace", como é definido pelo autor, utilizando das ferramentas da internet que possibilitam comunicação instantânea, somada ao intercâmbio de ideias, geram terreno profícuo para uma interação religiosa, haja vista a predisposição na constituição de laços e pertencimento social característico.

A cultura contemporânea fortemente marcada pelas tecnologias digitais está transformando radicalmente a sociabilidade humana. As experiências religiosas, evidentemente, não ficaram imunes a tantas mudanças. Atualmente

várias pessoas, ligadas ou não a instituições religiosas, lançam mão dos meios de comunicação eletrônicos interativos como mediação para experiências religiosas (MIKLOS, 2012).

Sendo assim, verificou-se um intenso esforço de múltiplas denominações religiosas no sentido de constituírem veículos eletrônicos de divulgação, como também emissoras de web rádios e web TVs. Além de meios oficiais, em um movimento natural no mundo virtual, acabaram por surgir replicações e novos portais mantidos pelos fiéis, contribuindo para o avanço de manifestações de fé na rede. Segundo dados do Censo 2010, apurados pelo IBGE, aproximadamente 30,7% das casas no Brasil possuem acesso a rede mundial, ou seja, um em cada três brasileiros tem contato com a internet regularmente, dessa maneira essa importante fatia da população não poderia ser desprezada pelo mercado religioso.

Alguns aspectos relevantes contribuem para esse aumento. Entre eles a ausência de regulação da internet, que permite a produção de conteúdos sem a necessidade de uma concessão pública para funcionamento, por exemplo. Outro aspecto são os valores mais atenuados para manutenção de um web portal, em contrapartida dos contratos milionários assinados por líderes de grandes igrejas evangélicas no Brasil para compra de emissoras ou horários na programação da TV aberta, como os pastores R. R. Soares, da igreja Internacional da Graça, e Waldomiro Santiago da igreja Mundial do Poder de Deus entre outros (SOUZA, 2011).

Certamente o poder multiplicador da internet também é levado em consideração, uma vez que como o objetivo do evangelismo é chegar ao maior número de pessoas possível, a capacidade somada às redes sociais é incalculável. Como afirmou o pastor britânico John Wesley: "o mundo virtual é minha paróquia".

Todas essas ações confirmam a postulação de Berger, da qual se conceituou como "mercado religioso" a disputa entre religiões por possíveis

adesões de fiéis, aos moldes políticos e mercadológicos de marketing, benefícios, conveniência e facilidades.

Os riscos também não de ser considerados, já que com o advento e desenvolvimento dessas tecnologias dois elementos essenciais nas experiências religiosas foram sacrificados: o corpo e o espaço (CONTRERA, 2002; MIKLOS, 2012). A ausência do corpo modifica a concretude da experiência humana em favor da visibilidade, modificando, portanto, os princípios que compuseram a ideia de "religare", na base da composição social das religiões.

3 – A INTERSECÇÃO POLÍTICO-MIDIÁTICO-EVANGÉLICA

Sendo assim, e por último, destacamos a relação estabelecida entre os parlamentares evangélicos das Casas aqui levantadas e o seu envolvimento – como proprietários e/ou concessionários – midiático.

De início, vale destacar que do total de 91 parlamentares evangélicos (89 deputados e 2 senadores) 22 (24,17%) estão vinculados ao empreendedorismo nas suas mais variadas formas e ramos.

Tabela 7 – Parlamentares evangélicos empreendedores

Nome	Partido	U.F.	Ramo	Denominações
Dep. Aguinaldo Ribeiro	PP	PB	Imobiliário	Igreja Batista
Dep. Anderson Ferreira	PR	PE	Locadora veicular	Assembléia de Deus
Dep. Antonio Bulhões	PRB	SP	Midiático	Igreja Universal do Reino de Deus
Dep. Arolde de Oliveira	PSC	RJ	Midiático	Igreja Batista
Dep. Aureo Lídio	SD	RJ	Desconhecido	Igreja Metodista
Dep. Christiane Yared	PR	PR	Alimentício	Igreja do Evangelho

				Eterno
Dep. Edmar Arruda	PSD	PR	Imobiliário	Igreja Presbiteriana Independente
Dep. Fernando Torres	PSD	BA	Construção Civil	Ministério Apostólico Getsêmani
Dep. Hidekazu Takayama	PSC	PR	Desconhecido	Assembleia de Deus
Dep. Jhonatan de Jesus	PRB	RR	Postos de combustível	Igreja Universal do Reino de Deus
Dep. João Henrique Caldas (JHC)	PSB	AL	Midiático	Igreja Internacional da Graça de Deus
Dep. Laércio Oliveira	SD	SE	Terceirização	Igreja Presbiteriana
Dep. Leonardo Quintão	PMDB	MG	Mineração	Igreja Presbiteriana
Dep. Marcelo Álvaro	PR	MG	Prestação de serviços	Igreja Cristã Maranta
Dep. Missionário José Olimpio	DEM	SP	Comercial	Igreja Mundial do Poder de Deus
Dep. Nilton Capixaba	PTB	RO	Cafeeiro	Assembléia de Deus
Dep. Onyx Lorenzoni	DEM	RS	Hospitalar	Igreja Luterana
Dep. Sérgio Brito	PSD	BA	Desconhecido	Igreja Batista
Dep. Silas Câmara	PRB	AM	Midiático	Assembléia de Deus
Dep. Stefano Aguiar	PSD	MG	Construção Civil	Igreja do Evangelho Quadrangular
Dep. Toninho Wandscheer	PROS	PR	Imobiliário	Igreja Menonita
Dep. Washington Reis	PMDB	RJ	Desconhecido	Igreja Evangélica Nova Vida

Fontes: Sites do Congresso, páginas dos próprios parlamentares, e o portal www.excelencias.org.br

Destes, 4 (18,18% do total de parlamentares empresários) possuem negócios diretamente relacionados à mídia: Antônio Bulhões, Arolde de Oliveira, João Henrique Caldas (JHC) e Silas Câmara.

Tabela 8 – Parlamentares empreendedores de mídia

Nome	Partido	U.F.	Ramo	Denominações
Antônio Bulhões	PRB	SP	Mídias	Igreja Universal do Reino de Deus
Arolde de Oliveira	PSC	AC	Mídias	Igreja Batista
João Caldas	PP	SP	Mídias	Igreja Internacional da Graça de Deus
Silas Câmara	PRB	SP	Mídias	Assembleia de Deus

Fontes: Sites do Congresso, páginas dos próprios parlamentares, e o portal www.excelencias.org.br

Outro dado interessante se faz quando consideramos os parlamentares evangélicos que, mesmo que não sejam donos de veículos midiáticos, apresentam em seus históricos profissionais vínculos com algum tipo de atividade desta origem, como o radialismo, apresentação de programas de TV etc., além de concessão de radiodifusão, como no caso dos dois senadores aqui já apontados. Do total de 91, 10 (10,98%) encontram-se neste contingente.

Tabela 9 – Parlamentares evangélicos relacionados às mídias

Nome	Partido	U.F.	Profissão	Denominações
Dep. Alan Rick	PRB	AC	Apresentador de TV	Igreja Batista
Dep. Francisco Floriano	DEM	RJ	Apresentador de TV	Igreja Mundial do Poder de Deus
Dep. George Hilton	PROS	MG	Radialista	Igreja Universal do Reino de Deus
Dep. Jefferson Campos	PSD	SP	Radialista	Igreja do Evangelho Quadrangular
Dep. Lincoln Portela	PRB	MG	Radialista	Igreja Batista Nacional
Dep. Marcio Marinho	PRB	BA	Radialista	Igreja Universal do Reino de Deus
Dep. Pastor Eurico	PHS	PE	Radialista	Assembleia de Deus
Dep. Ronaldo Martins	PRB	CE	Radialista	Assembleia de Deus
Sen. Eduardo Lopes	PRB	RJ	Apresentador de	Igreja Universal do

			TV/Radialista Concessionário de Radiodifusão	Reino de Deus
Sen. Magno Malta	PR	ES	Concessionário de Radiodifusão	Assembleia de Deus

Fontes: Sites do Congresso, páginas dos próprios parlamentares, e o portal www.excelencias.org.br

A explicação para tais números não tarda em aparecer: tudo está relacionado aos critérios de escolha dos candidatos das igrejas evangélicas, sobretudo das pentecostais e neopentecostais. As balizas para a escolha desses candidatos geralmente têm como fundamento determinados tipos de pesquisas baseadas no número de eleitores em cada igreja ou em cada distrito. Até pouco tempo ficava evidente o desenvolvimento de uma racionalidade eleitoral que partia de uma distribuição geográfica dos candidatos sem desconsiderar certa distribuição partidária equitativa dos mesmos.

Com a formação de um partido originalmente confessional, o Partido Republicano Brasileiro (PRB) – da Igreja Universal do Reino de Deus -, por exemplo, a disputa fica ainda maior, sendo escolhidos os representantes de maior carisma, quase sempre ligado ao uso das mídias, condutores e ex-condutores de programas de TV, rádio etc., de forma que, pleito após pleito, o partido torna-se cada vez mais forte no Congresso, como mostram os dados acima tratados. Inegavelmente a interface da mídia perpassa a relação entre igreja e política. Ao mesmo tempo, tais veículos ainda servem como meio pelos quais a propagação da agenda conservadora evangélica se perpetua.

CONCLUSÕES

Dessa maneira, como apresentado, muitos deputados eleitos com apoio de denominações religiosas em muitos casos estão também inseridos na

atividade midiática, havendo importantes intersecções entre essas duas atividades.

Os parlamentares evangélicos são de diferentes partidos, mas em questões que envolvem comportamento e moralidade agem como se fossem de uma única agremiação que se norteia pelos textos bíblicos. A discussão sobre a liberação do aborto e o casamento homossexual, por exemplo, encontra resistência. A contradição é inerente: uma parte destes que consideram-se defensores de “bons costumes” passa por pendências judiciais que envolvem acusações peculato, improbidade, sonegação fiscal etc.

Portanto, a inserção na mídia de atores religiosos se apresenta como uma estratégia de promoção eclesial, que permite conhecimento e abrangência diante do público. Logo, surgem expoentes dentro das igrejas, capazes de congregar interesses e ser a representação oficial diante dos fiéis. Esse comportamento tem sido o responsável pela composição de boa parte da bancada evangélica, que recorrentemente está diante dos holofotes da imprensa devido a ser posicionamentos conservadores no congresso nacional.

REFERÊNCIAS

BERGER, Peter. **O Dossel Sagrado**. São Paulo: Paulinas, 1985.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1992.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo Midiático**. Aparecida (SP): Ideias e Letras, 2011.

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

MIKLOS, Jorge. **Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos na cibercultura**. Aparecida (SP): Ideias e Letras, 2012

SOUZA, André Ricardo de. **Pluralismo Cristão Brasileiro**. Goiânia: Revista Caminhos, 2012, v. 10, n. 1, p. 129-141, jan./jun. 2012.

_____. **O empreendedorismo neopentecostal no Brasil**. Ciencias Sociales y Religión, v. 13, 2011. p. 13-34.

_____. **Igreja In Concert. padres cantores, mídia e marketing**. São Paulo: Annablume e Fapesp, 2005