

Quando religião, política e mídia se confundem: as estratégias políticas e midiáticas do PRB, da Record e da Igreja Universal do Reino de Deus*

La convergencia entre la religión, la política y los medios: las estrategias políticas y mediáticas del Partido Republicano Brasileiro, de la Record y de la Iglesia Universal del Reino de Dios

When religion, politics and media converge: political and media strategies of the Brazilian Republican Party, Record and Universal Church of the Kingdom of God

Janaine Sibelle Freires Aires

Mestre e Doutoranda pela Escola de Comunicação
ECO-UFRJ - Brasil
Contato: janaineaires@gmail.com

Clara Camara

Mestre e Doutoranda no PPGCOM- UFF - Brasil
Contato: clarabcamara@gmail.com

Marco Antonio Roxo da Silva

Mestre e Doutor no PPGCOM-UFF. Professor do IACS/
UFF - Brasil
Contato: marcoroxo@urbi.com.br

Suzy Santos

Mestre pelo PPGCOM-UFRGS e doutora no Programa
de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Con-
temporâneas-UFBA. Professora na ECO-UFRJ - Brasil
Contato: suzy.santos@eco.ufrj.br

* Este artigo é uma versão revista e ampliada do trabalho que recebeu o prêmio de melhor painel em Ciência Política e Relações Internacionais da 40ª Anpocs, realizada em outubro de 2016.

Resumo

A Igreja Universal do Reino de Deus comanda a segunda maior rede de comunicação do Brasil e tem ampliado seu espaço de representação na política através do Partido Republicano Brasileiro (PRB). Neste artigo, analisamos a convergência entre as estratégias políticas e midiáticas da entidade religiosa e seus impactos no jogo político partidário brasileiro.

Palavras-chave : Política; Mídia; Religião; Radiodifusão; Economia Política da Comunicação.

Resumen

La Iglesia Universal del Reino de Dios es propietaria de la segunda mas grande red de comunicaciones de Brasil y, progressivamente, ha ampliado su espacio de representación en la política a través del Partido Republicano Brasileiro (PRB). En este artículo, analizamos la convergencia entre las estrategias política y mediáticas e sus impactos en la coyuntura política partidaria de Brasil.

Palabras clave: Política; Media; Religión; Radiodifusión; Economía política de la comunicación

Abstract

The Universal Church of the Kingdom of God runs the second largest communication network of Brazil and has amplified its space in political representation through the Brazilian Republican Party (PRB). In this paper we analyze the convergence between the political and media strategies of this religious institution and its impacts on the Brazilian political game.

Keywords: Politics; Media; Religion; Broadcasting; Political economy of communication.

1 Diário da Câmara dos deputados, 4 de setembro de 2003, página 141. Disponível em: [http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/D4CD04SET2003.pdf#page=Acessado a 15 de janeiro de 2017](http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/D4CD04SET2003.pdf#page=Acessado%20a%2015%20de%20janeiro%20de%202017).

2 Compõem a frente parlamentar deputados e senadores que declaram filiação a entidades religiosas evangélicas e também aqueles que, apesar de não terem vinculação direta ou indireta com igrejas evangélicas, coadunam com a agenda política proposta.

3 Consideramos que uma emissora é ligada a entidades religiosas quando seu quadro societário é formado por autoridades religiosas (bispos, bispas, apóstolos, padres, freis, freiras, pastoras, pastores, diáconas, diáconos, leigos e leigas vinculados a comunidades de renovação carismática) e/ou entidades com fins religiosos, como associações e fundações. São considerados também veículos que atuem como afiliadas de empresas diretamente ligadas a tais entidades.

Introdução

A população que se declara evangélica no Brasil cresceu 81% entre 1980 e 2010, contabilizando 42 milhões de brasileiros no último censo (IBGE, 2010). Como um jogo de espelhos, a representação desta parcela da população na política e na mídia também se ampliou neste período, a frente parlamentar evangélica é um bom indicativo disso. Criada em 2003, era formada por 57 deputados e 3 senadores¹. Na atual legislatura, a frente parlamentar conta com representantes de todos os estados brasileiros, sendo 199 deputados federais e 4 senadores, distribuídos entre 24 partidos².

Neste artigo nos propomos a observar um fragmento importante deste cenário: a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), proprietária da segunda rede de comunicação do país, a Rede Record e fortemente relacionada a um partido que vem crescendo em número de filiados e de representação na política no país: o Partido Republicano Brasileiro. Nosso objetivo é compreender especialmente de que forma mídia, política e religião, ao se combinarem, são utilizados para reconfigurar o jogo político.

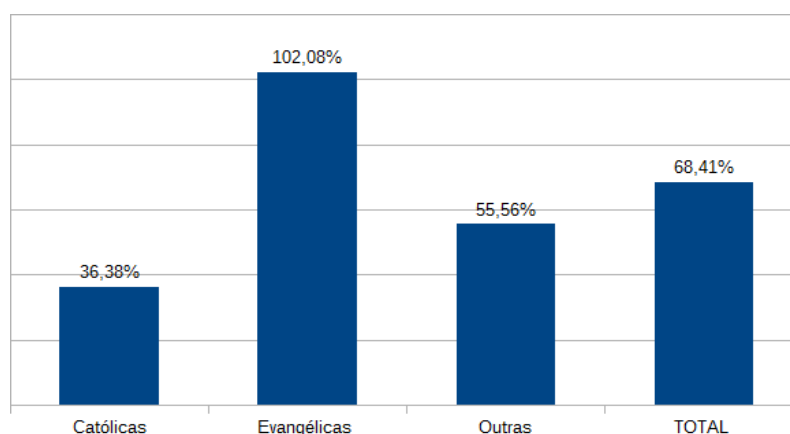
Para alcançar tal objetivo, propomos nos voltar especificamente para o Congresso Nacional, a fim de levantar dados sobre a atuação de cada parlamentar e suas relações com a mídia brasileira, assim pretendemos analisar as intersecções desta atuação com os interesses da IURD e seu conglomerado midiático e empresarial. A partir de um estudo quali-quantitativo buscamos esmiuçar os vínculos midiáticos destes parlamentares, para que possam ser reconhecidas as diversas possibilidades de relação político-midiática em um sentido amplo.

O papel da mídia na expansão da Igreja Universal do Reino de Deus

A radiodifusão brasileira é profundamente religiosa. Na última década, o número de concessões de geradoras e de retransmissoras de televisão ligadas a entidades religiosas saltou de 1.687 para 2.841, dados que indicam um crescimento de 69% (Gráfico 1)³. A hegemonia católica se mantém na televisão, onde 40% das emissoras que operam sob vínculos religiosos estão sob o comando de dioceses, associações e comunidades de renovação carismática da igreja, representada especialmente por quatro redes: Rede Vida, Canção Nova, Aparecida e Rede Século Vinte e Um. Mas o crescimento exponencial dos serviços de radiodifusão televisiva diretamente vinculados à religião se deve a expansão das redes comandadas por denominações evangélicas, já que 11 denominações evangélicas diferentes controlam 1.657 concessões de televisão.

A Igreja Universal do Reino de Deus tem a maior porcentagem e a maior diversidade de emissoras próprias, isto é, cujos sócios registrados são Bispos e/ou Pastores representantes da Igreja. São 641 concessões de radiodifusão próprias, sendo 48 geradoras e 593 retransmissoras, distribuídas entre as redes: Record, Record News e Rede Mulher. Além disso, as redes de comunicação da Igreja contam com 419 concessões ligadas a empresas afiliadas, das quais 27 são geradoras e 392 são retransmissoras. A IURD responde, portanto, por 63% das concessões religiosas ligadas a denominações evangélicas. Nesta conta, não são considerados a compra de espaço em outras redes, sendo a penetração religiosa na paisagem audiovisual brasileira superior ao que os números citados podem sugerir.

Gráfico 1: Crescimento da radiodifusão diretamente ligada a religiosos (2006-2016)



Fonte: Elaboração própria. Banco de Dados TV 2016 e Banco de Dados TV 2006 (SANTOS, 2006).

A relação com a comunicação é um aspecto importante para se compreender as diferenças entre as ondas históricas de implantação de igrejas evangélicas no Brasil, variando da abstinência e rejeição até o uso para conquistar novos fiéis, ou mesmo como instrumento cultural paralelo aqueles considerados seculares (FREESTON, 1993). As características da corrente neopentecostal (MARIANO, 2005) são determinantes para entender a relação da IURD com os meios de comunicação.

A pregação da cura divina, as lideranças carismáticas, a ênfase na Teologia da Prosperidade e a maior liberalização de costumes e de manifestações da fé, que inclui a utilização dos meios de comunicação como instrumento de pregação e revelação espiritual, figuram como características da corrente, da qual se origina a Igreja Universal do Reino de Deus. Rapidamente, a IURD superou a inserção de outras igrejas na comunicação, através da aquisição de emissoras de rádio e de locação de espaço e iniciou sua expansão internacional. Em documento de 1995, a Subsecretaria de Inteligência (SSI) da Presidência da República apontava⁴ a existência de “uma rede de televisão a cabo na Califórnia/EUA, uma rádio na

⁴ Os documentos da SSI e do Serviço Nacional de Informações, obtidos pelo Grupo de Pesquisa PEIC junto ao Arquivo Nacional, devem ser contextualizados e concatenados a outras fontes. Como se tratam de relatos de agentes e de repartições diversas, as informações nem sempre são precisas e/ou verdadeiras. No entanto, estes documentos são preciosos indicadores de como o Estado acompanhava as comunicações e quais informações circulavam sobre os atores deste cenário. Disponível em: <http://www.coronelismoeletronico.com.br/comunicacao-vigiada-2/>

5 Disponível em: “Conheça a empresa” <http://recordinternacional.r7.com/noticias/detalhes/conheca-a-empresa-20101026.html>. Acesso em 31 abr. 2016.

Venezuela e quatro rádios em Portugal” de propriedade da Igreja Universal (SSI, 1996, p. 4). Hoje, a emissora declara, através de seu site institucional, presença em 150 países, a partir de 17 emissoras e de 9 canais de sinal via satélite⁵.

O avanço da IURD era acompanhado de perto pelo Estado, como podemos observar nos documentos da Subsecretária de Inteligência da Presidência da República. Segundo o relatório confidencial intitulado Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), naquele momento a igreja já possuía “um vasto patrimônio, entre emissoras de rádio e televisão, imóveis, firmas de engenharia, gráfica, empresa de turismo, dois jornais e uma gravadora” (SSI, 1992, p. 3). Este documento também traz dados sobre a aquisição da Rede Record, em 1989, sendo composta, na ocasião, por duas emissoras de Rádio, duas geradoras e 150 retransmissoras. A Igreja é frequentemente denominada como seita religiosa nos documentos da agência de inteligência, datados entre 1989 e 1992. O investimento na Record colaboraria para romper com tal perspectiva, que sob o ponto de vista de Macedo é construída pela Rede Globo e pelo Vaticano (SIMAS FILHO, 2012). Em 1992, cogitava-se que a Igreja desejava adquirir o controle acionário da TV Manchete, o que transformaria Edir Macedo no segundo maior empresário da comunicação no País. A análise demonstrava o temor dos agentes estatais, o “império de comunicações” implicaria na “manipulação da credence popular para angariar mais dinheiro para a Igreja, mas, ainda para exercer poderosa influência política, conseguindo eleger diversos elementos para o Legislativo Federal e Estadual” (SSI, 1992, p. 2).

Em entrevista à Revista Veja, em 1990, Edir Macedo resiste à concepção de que a IURD se encaixa na ideia de Igreja Eletrônica: “Divulgaremos o evangelho da TV Record, mas em programas na abertura e no encerramento da programação. Fora disso, ela será uma emissora comercial, como qualquer outra, para disputar audiência com suas concorrentes” (MACEDO, 1990, p. 6).

O próprio conceito de “igreja eletrônica” tem sido alvo de críticas ao longo dos anos. Utilizado por Assmann (1986), o conceito abarcava a análise da crescente veiculação de programas religiosos, católicos e evangélicos, na televisão e no rádio dos EUA e da América Latina, nos anos 1970 e 1980. A recusa à ideia de Igreja Eletrônica e a declaração que a Record é uma emissora de natureza comercial são ponto relevante de problematização. É frequente a justificativa de que a ligação com a teologia da prosperidade seria suficiente reconhecer a característica comercial da rede, não sendo possível classificá-la como “emissora religiosa”.

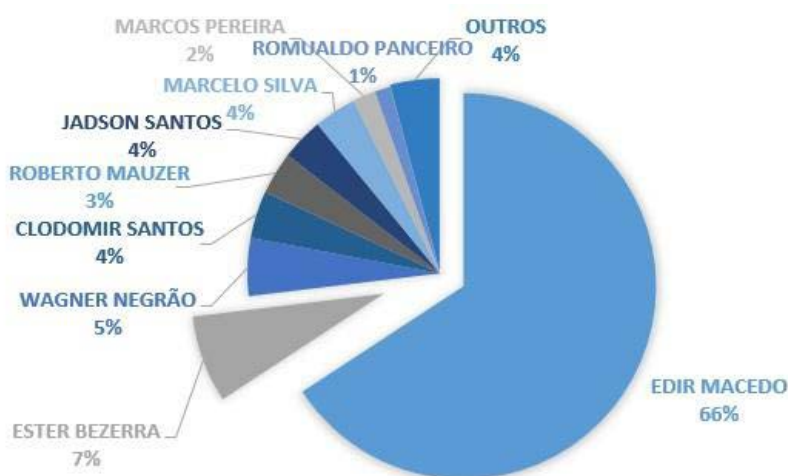
Sob um ponto de vista da Economia Política da Comunicação, o foco deveria deslocar-se da natureza lucrativa da empresa para o projeto comunicacional da Igreja Universal do Reino de Deus, mais amplo, mais complexo e inseparável por razões sociais distintas. A consolidação de uma rede de comunicação fundamentada para além dos objetivos imediatos de evangelização, mais do que pautar-se no lucro imediato daquele emissora específica, potencializa o projeto cultural e político de

inserção social e o próprio lucro geral da igreja. Dessa forma, o conteúdo não se dirige apenas aos fiéis ou possíveis fiéis e amplia a capacidade de agendamento político e de pressão midiática sobre o poder público e privado.

O discurso oficial faz questão em separar a Igreja da Rede Record. No blog Bispo Macedo, na parte "O Bispo responde", respondendo "a um internauta que o perguntou sobre a ligação entre a IURD e a Record", o texto, de autoria atribuída a Edir Macedo, dissocia as duas entidades "a título de esclarecimento, a IURD é quem produz seus programas e apenas compra o espaço televisivo para a transmissão. Contudo, esta transmissão, que é feita pela Record, (...) que é uma empresa de cunho comercial" (BISPO MACEDO, 2016).

No entanto, os quadros societários das emissoras afiliadas, tanto geradoras regionais quanto retransmissoras, demonstram com clareza a estratégia de expansão diretamente vinculada aos quadros da Igreja.

Gráfico 2: Controle do Capital Social entre os Bispos das empresas de televisão ligadas a Rede Record



Fonte: Elaboração Própria. Dados do Sistema de Acompanhamento e Controle Societário da Anatel.

Segundo dados do Sistema de Acompanhamento e Controle Societário da Anatel, considerando apenas as empresas de televisão diretamente ligadas a Rede Record (aquelas em que Bispos figuram como sócios), o capital social acumulado é de R\$ 45.211.053,17. Deste volume, 51% está sob o comando direto de lideranças da Igreja Universal do Reino de Deus, concentrados especialmente nas mãos do principal líder, que detém 73% do capital social declarado (Gráfico 2). Todos os demais líderes da Igreja que são sócios das empresas que compõem a rede ocupam o posto de bispo. Do conjunto de bispos da entidade que respondem por parcelas significativas do capital social das emissoras de televisão, apenas Edir

Macedo e Marcos Pereira (Ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, desde maio de 2016, e presidente licenciado do partido) são filiados ao PRB. Ester Bezerra, esposa do principal líder, é a única mulher a figurar como sócia das empresas que formam a Rede Record.

A consolidação do caráter comercial da rede não a desvincula do projeto político da igreja. Ao contrário, indica que o projeto político da instituição tem forte laço na articulação da identidade cultural brasileira e a rede de comunicação ao seu comando desempenha, neste contexto, papel-chave. Assim, a perspectiva de orientação generalista do conteúdo, ou a da lógica de lucro das emissoras aliada à ideia de que a programação religiosa se resume às madrugadas mostra-se reducionista. A instrumentalização da programação para atender aos interesses da igreja está presente na disposição da grade, na escolha dos profissionais e no agendamento proposto em todos os turnos da produção.

Podemos citar como exemplo as novelas “Os Mutantes: Caminhos do Coração”, de Tiago Santiago (06/2008 a 03/2009); “Chamas da Vida”, de Cristianne Fridman (07/2008 a 08/2009); e “Mutantes – Promessas de amor,” também de Santiago (03/2009 a 08/2009), que beberam diretamente no imaginário de conflito com a religião espírita e as religiões de matrizes africanas. As mais recentes produções da emissora são focadas em histórias bíblicas: “A História de Ester” (2010), “Sansão e Dalila” (2011), “Rei Davi” (2012), “José do Egito” (2013), “Dez Mandamentos” (2015) e “Terra Prometida” (2016) – deixam a relação mais evidente e vêm superando as novelas da concorrente Rede Globo em audiência.

Acrescenta-se a introdução de programas como “Love School – a escola do amor”, apresentado por Cristiane Cardoso (filha de Edir Macedo) e seu marido, o bispo Renato Cardoso, no que é considerado “programação secular”. A produção telejornalística da casa é utilizada nos programas da Igreja exibidos na madrugada, tais como o “Fala que eu te escuto”. Cabe explicar que jornalismo da emissora também se estrutura em torno dos interesses da entidade. Trata-se de uma relação profissional, na qual os padrões são os bispos e pastores da igreja.

A instrumentalização dos programas da casa fica evidente quando analisamos a plataforma de ascensão política de profissionais da mídia, como os deputados federais Celso Russomanno (quadro “Patrulha do Consumidor”/Programa Hoje em Dia e Cidade Alerta – PRB/SP), que trataremos mais adiante, e Tiririca (PR/SP) (extinto Programa da Tarde). O processo de eleição de ambos provocou mudanças na programação da emissora e reorganização da produção.

Estes casos ilustram como a programação, os profissionais e o conteúdo produzidos se organizam em torno dos interesses políticos da instituição religiosa e da empresa de comunicação. A televisão aqui atende às funções clássicas de formação cultural e de opinião pública (WOLTON, 1996; GARNHAM, 1991). A opção

6 A exemplo dos deputados estaduais: Wagner Montes (Cidade Alerta – PRB/RJ); Amaro Neto (Balanço Geral – SDD/ES); Maurício Picarelli (até maio de 2016: Cidade Alerta – PMDB/MS); Gilberto Ribeiro (Balanço Geral – PRB/PR); João Rodrigues (apresenta o Balanço Geral – PSD/SC, nas segundas, terças e sextas); e da vereadora Séfora Mota (até março de PRB/RS), esposa do apresentador Alexandre Mota (Balanço Geral).

7 Oriundos de 14 estados brasileiros, a saber: AC, AM, CE, GO, MA, MG, RO, RR, RS, TO: 1 por estado; BA E RJ: 2 por estado; SP: 7.

pela TV generalista, em detrimento da TV segmentada – seja por tecnologia de distribuição, seja por conteúdo –, denota a estratégia de estabelecimento de um padrão tecnoestético (BOLAÑO, 1995; BRITTOS, 2001; BARBOSA, 2009) que busca a disputa discursiva simultaneamente à disputa comercial.

Nos programas produzidos por afiliadas, a instrumentalização e o padrão tecnoestético também se repete. No panorama de candidaturas locais oriundas da Rede Record observa-se de um lado a homogeneização da programação a partir de uma certa padronização dos programas de onde partem estes candidatos. A maior parte das candidaturas são de profissionais dos programas “Balanço Geral” e “Cidade Alerta”, programa padrões da Record com versões locais em parcelas das afiliadas.

A homogeneidade dos programas de onde partem as candidaturas, no entanto, não resulta em uma homogeneidade de partidos. Verifica-se que parte dos profissionais da emissora que se candidataram não eram filiados à legenda no pleito, mas migraram para o partido durante o mandato. Como é o caso do apresentador Wagner Montes, que foi candidato pelo Partido Social-Democrata/RJ, e do deputado estadual Gilberto Ribeiro, candidato pelo Partido Socialista Brasileiro/PR⁶, ambos empregados de emissoras próprias da Rede Record. É provável que tal escolha obedeça a cálculos eleitorais da conjuntura política no momento de proposição da candidatura e também que respondam à política partidária a qual cada afiliada se conecta.

É preciso destacar também que, observando o quadro de mandatos no Congresso Nacional, verificamos como tendência no comportamento de ascensão eleitoral dos deputados federais da legenda que se originam da plataforma midiática da Rede Record o fato de aqueles que se projetam a vagas na Câmara Federal estão diretamente ligados às emissoras de televisão e de rádio da rede própria, isto é, aquelas em que os bispos são sócios.

O PRB e seu entrelaçamento com a mídia e a igreja

O crescimento da representação evangélica na política se reflete na ampliação do PRB, consolidada nas eleições municipais de 2016. O partido capitaneou a disputa por 434 cidades e conquistou 104 prefeituras municipais. O quadro geral de cargos comandados pelo partido (nas eleições 2014-2016) é formado por 1.627 vereadores, 423 a mais do que a eleição de 2012, e 104 prefeitos, 26 a mais da eleição anterior. Ao partido estão filiados 38 deputados estaduais e 22 deputados federais⁷, 1 senador e 1 ministro. O vice-presidente José de Alencar foi filiado ao partido entre 2005 e 2011, quando faleceu.

8 Diretor Superintendente, Rede Record de Televisão, São Paulo, SP; 1996-2000; E Presidente da Associação Brasileira de Radiodifusão, Tecnologia e Telecomunicações, São Paulo, SP, 2005-2008. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/credn/arquivos/deputado-vitor-paulo>. Acessado a 15 de janeiro de 2017.

9 Diretor administrativo e financeiro da TV Record do Rio de Janeiro (1995-1999); Diretor da Rede Mulher de Televisão (1999-2003), outro canal de propriedade da IURD; e vice-presidente da Rede Record de Televisão (2003-2009). Disponível em: <http://www.marcospereira.com/conheca/bio/>. Acessado a 15 de janeiro de 2017.

10 Site "Eduardo Lopes 10", biografia. Disponível em: <http://eduardolopes10.com.br/biografia>. Acessado a 15 de janeiro de 2017.

A entidade religiosa nega ter relações com qualquer partido político. No entanto, é possível apontar relações objetivas entre a IURD, sua rede de comunicação e o Partido Republicano Brasileiro. A começar pela Executiva Nacional da célula partidária criada em 2005 e sempre presidida por Bispos que desempenharam também funções de comando da rede de comunicação da entidade, a saber: Bispo Vitor Paulo (deputado federal pelo Rio de Janeiro 2011-2015), radialista e ex-diretor superintendente da Rede Record São Paulo⁸; Bispo Marcos Pereira (atualmente Ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços), advogado e ex-vice-presidente da Rede Record⁹; e Bispo Eduardo Lopes (atualmente senador pelo Rio de Janeiro), apresentador e diretor-presidente do Jornal "Folha Universal" e da Editora Gráfica Universal¹⁰. Ademais, a atual Comissão Executiva da entidade declarada ao TSE é formada por pessoas ligadas à IURD e/ou à Rede Record de televisão.

A concepção de que a legenda partidária é uma mera formalidade e a ausência de autonomia política dos candidatos, destacada por Dantas (2011) e observada no levantamento dos dados para este artigo, nos leva a considerar um outro aspecto deste processo: a preponderância de trabalhadores midiáticos como candidatos, também significativa entre os membros da comissão executiva do partido e sua importância no processo de convergência de candidaturas ao PRB, ocorrido nos processos eleitorais entre 2010 e 2014.

A quantidade de candidatos ao Congresso Nacional que declaram ao Tribunal Superior Eleitoral tratarem-se de profissionais da mídia e, simultaneamente, serem sacerdotes ou membros de organismos executivos de entidades religiosas, conforme consta na tabela 1, teve um crescimento significativo, mas ainda não reflete a realidade do partido. Isto acontece porque há uma subnotificação das profissões, já que alguns candidatos declaram exercer outras atividades mesmo quando trabalham na mídia. E é significativo também o número de candidatos que apontam seus respectivos cargos – prefeito, vereador, deputado, senador – como suas profissões; que declaram exercícios profissionais distintos em cada pleito e que indeterminam suas funções, escolhendo a opção "outros".

Tal subnotificação dificulta a análise sobre a vinculação dos candidatos a partir de dados oficiais. Mesmo assim, verificamos o crescimento no número de candidatos que declaram exercer funções na mídia e exercem atividades sacerdotais nas igrejas. Neste caso, salientamos que os pastores da IURD recebem ampla formação na área da comunicação e desenvolvem os programas locais da Igreja, no rádio e na televisão.

Tabela 1: Candidatos que declaram profissões ligadas à mídia e à Igrejas

Q	TOTAL DE CANDIDATOS	% (TOTAL DE CANDIDATURAS)
2006	4	3,6%
2010	32	5,2%
2014	42	5,3%

Fonte: Elaboração própria, dados do TSE.

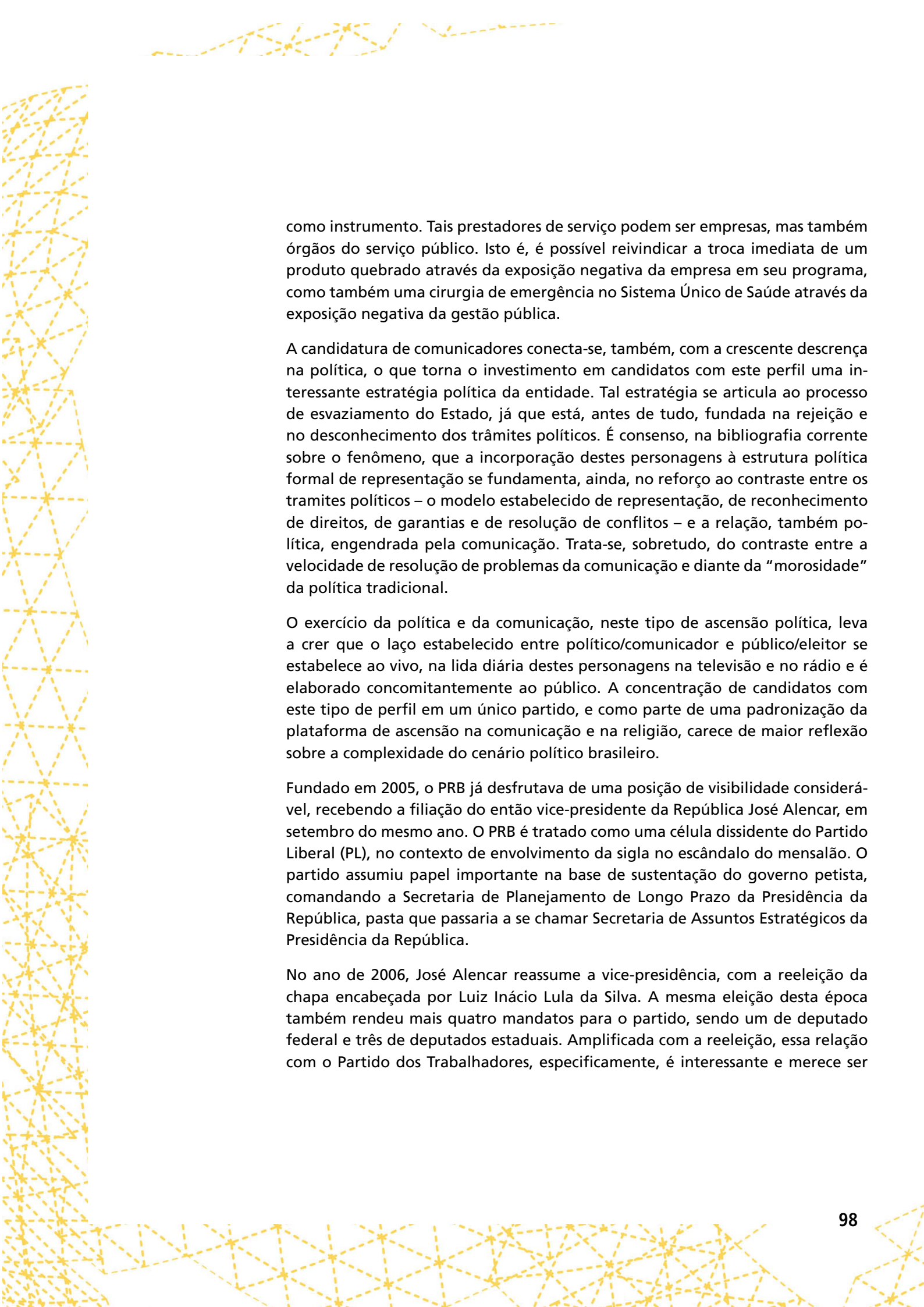
Proporcionalmente, o crescimento de profissionais da comunicação entre os candidatos do partido é pouco significativo. Porém, do ponto de vista dos parlamentares eleitos pela legenda o dado é evidente. A conclusão de que a maioria dos parlamentares ligados ao partido são trabalhadores midiáticos, no entanto, só é possível na análise qualitativa da bancada eleita.

Esch (1998), Vidal Nunes (2001), Kaseker (2004) e Angeli (2014), ao estudarem a ascensão política de radialistas no Brasil (1986-2014), destacam as fragilidades da relação partidária destes profissionais acolhidos por partidos. A acolhida partidária de tais candidatos é frequentemente apontada como resultado da vontade popular, da consequente capacidade de ampliar votos e também pelo presumível barateamento da campanha que estes personagens podem provocar no jogo político eleitoral. Mesmo do ponto de vista internacional, entende-se que personalidades midiáticas são eleitas porque, ao menos uma parte significativa da população, sente que elas, de alguma forma, a representa, independente de suas convicções ideológicas¹¹ (RIBKE, 2015, p. 46). No presente contexto, a popularidade não é o único fator que favorece a fragilidade partidária e tampouco a relevância eleitoral.

Nesse sentido, salienta-se que os estudos brasileiros ainda não dialogam o suficiente com os estudos sobre as celebridades políticas e a política de celebridades (STREET, 2004). Mas, acreditamos que as características estruturais da comunicação no Brasil tornam a nossa relação com este tipo de exercício político bastante singular. Assim, o crescimento da importância do papel político de celebridades e a aproximação dos políticos de um comportamento típico de celebridades são facilmente observáveis. No caso brasileiro, a singularidade deste processo está no fato de que parte significativa de nossas “celebridades políticas” não são somente célebres, mas mediadores, através do exercício diário na radiodifusão, do atendimento de demandas apresentadas por parte significativa da população promovidos pela mídia. Esta é uma característica compartilhada por parcela significativa dos comunicadores-políticos vinculados a IURD.

Podemos adotar como exemplo Celso Russomanno, que diariamente soluciona conflitos de consumidores com prestadores de serviço usando a pressão midiática

11 Tradução livre do trecho:
Media figures are elected because at least a significant part of the population feels that they somehow represent them, regardless of their ideological convictions.



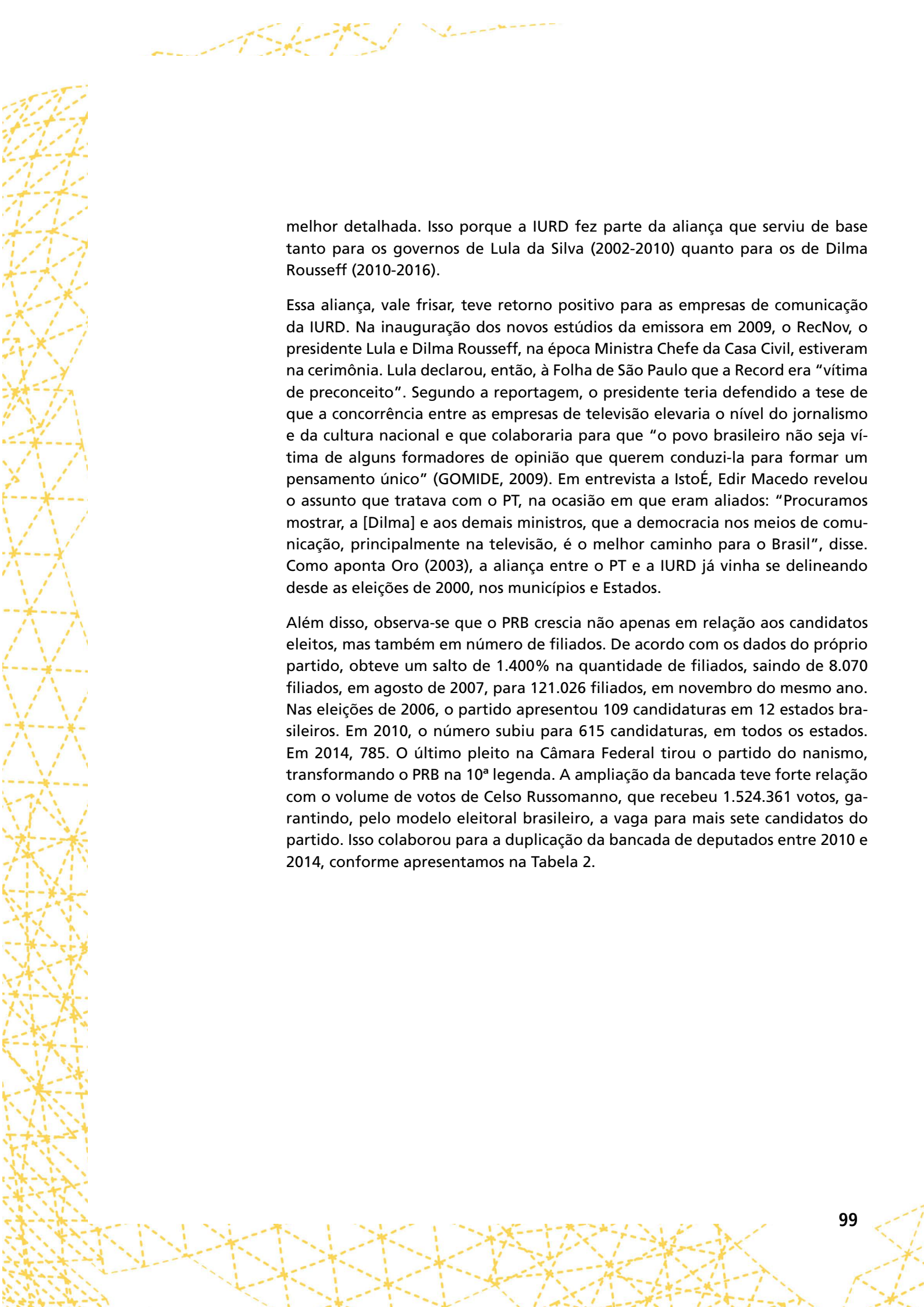
como instrumento. Tais prestadores de serviço podem ser empresas, mas também órgãos do serviço público. Isto é, é possível reivindicar a troca imediata de um produto quebrado através da exposição negativa da empresa em seu programa, como também uma cirurgia de emergência no Sistema Único de Saúde através da exposição negativa da gestão pública.

A candidatura de comunicadores conecta-se, também, com a crescente descrença na política, o que torna o investimento em candidatos com este perfil uma interessante estratégia política da entidade. Tal estratégia se articula ao processo de esvaziamento do Estado, já que está, antes de tudo, fundada na rejeição e no desconhecimento dos trâmites políticos. É consenso, na bibliografia corrente sobre o fenômeno, que a incorporação destes personagens à estrutura política formal de representação se fundamenta, ainda, no reforço ao contraste entre os trâmites políticos – o modelo estabelecido de representação, de reconhecimento de direitos, de garantias e de resolução de conflitos – e a relação, também política, engendrada pela comunicação. Trata-se, sobretudo, do contraste entre a velocidade de resolução de problemas da comunicação e diante da “morosidade” da política tradicional.

O exercício da política e da comunicação, neste tipo de ascensão política, leva a crer que o laço estabelecido entre político/comunicador e público/eleitor se estabelece ao vivo, na lida diária destes personagens na televisão e no rádio e é elaborado concomitantemente ao público. A concentração de candidatos com este tipo de perfil em um único partido, e como parte de uma padronização da plataforma de ascensão na comunicação e na religião, carece de maior reflexão sobre a complexidade do cenário político brasileiro.

Fundado em 2005, o PRB já desfrutava de uma posição de visibilidade considerável, recebendo a filiação do então vice-presidente da República José Alencar, em setembro do mesmo ano. O PRB é tratado como uma célula dissidente do Partido Liberal (PL), no contexto de envolvimento da sigla no escândalo do mensalão. O partido assumiu papel importante na base de sustentação do governo petista, comandando a Secretaria de Planejamento de Longo Prazo da Presidência da República, pasta que passaria a se chamar Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

No ano de 2006, José Alencar reassume a vice-presidência, com a reeleição da chapa encabeçada por Luiz Inácio Lula da Silva. A mesma eleição desta época também rendeu mais quatro mandatos para o partido, sendo um de deputado federal e três de deputados estaduais. Amplificada com a reeleição, essa relação com o Partido dos Trabalhadores, especificamente, é interessante e merece ser



melhor detalhada. Isso porque a IURD fez parte da aliança que serviu de base tanto para os governos de Lula da Silva (2002-2010) quanto para os de Dilma Rousseff (2010-2016).

Essa aliança, vale frisar, teve retorno positivo para as empresas de comunicação da IURD. Na inauguração dos novos estúdios da emissora em 2009, o RecNov, o presidente Lula e Dilma Rousseff, na época Ministra Chefe da Casa Civil, estiveram na cerimônia. Lula declarou, então, à Folha de São Paulo que a Record era “vítima de preconceito”. Segundo a reportagem, o presidente teria defendido a tese de que a concorrência entre as empresas de televisão elevaria o nível do jornalismo e da cultura nacional e que colaboraria para que “o povo brasileiro não seja vítima de alguns formadores de opinião que querem conduzi-la para formar um pensamento único” (GOMIDE, 2009). Em entrevista a IstoÉ, Edir Macedo revelou o assunto que tratava com o PT, na ocasião em que eram aliados: “Procuramos mostrar, a [Dilma] e aos demais ministros, que a democracia nos meios de comunicação, principalmente na televisão, é o melhor caminho para o Brasil”, disse. Como aponta Oro (2003), a aliança entre o PT e a IURD já vinha se delineando desde as eleições de 2000, nos municípios e Estados.

Além disso, observa-se que o PRB crescia não apenas em relação aos candidatos eleitos, mas também em número de filiados. De acordo com os dados do próprio partido, obteve um salto de 1.400% na quantidade de filiados, saindo de 8.070 filiados, em agosto de 2007, para 121.026 filiados, em novembro do mesmo ano. Nas eleições de 2006, o partido apresentou 109 candidaturas em 12 estados brasileiros. Em 2010, o número subiu para 615 candidaturas, em todos os estados. Em 2014, 785. O último pleito na Câmara Federal tirou o partido do nanismo, transformando o PRB na 10ª legenda. A ampliação da bancada teve forte relação com o volume de votos de Celso Russomanno, que recebeu 1.524.361 votos, garantindo, pelo modelo eleitoral brasileiro, a vaga para mais sete candidatos do partido. Isso colaborou para a duplicação da bancada de deputados entre 2010 e 2014, conforme apresentamos na Tabela 2.

Tabela 2: Parlamentares do PRB na 55ª Legislatura do Congresso Nacional

PARLAMENTAR	ES	PROFISSÃO	EMISSORA DE VÍNCULO	VOTAÇÃO/ PERCENTAGEM
Alan Rick	AC	Jornalista e Apresentador	TV Gazeta do Acre-Record	17.903 (4,48%)
Silas Câmara	AM	Pastor da Assemb. de Deus (AD)	Rede Boas Novas (irmão radiodifusor)	166.281 (10,07%)
Marcio Marinho	BA	Apresentador	TV Itapoan - Record	117.470 (1,77%)
Tia Eron	BA	Comentaista	TV Itapoan - Record	116.912 (1,76%)
Ronaldo Martins	CE	Radialista	TV Cidade - Record	117.930 (2,70%)
João Campos	GO	Delegado e Pastor da AD	-	107.344 (3,54%)
Cleber Verde	MA	Advogado	-	105.243 (3,36%)
George Hilton	MG	Radialista, apresentador de televisão, teólogo	TV Record Minas	146.792 (1,45%)
Lincoln Portela	MG	Apresentador e Pastor da Igreja Batista	Rede Minas – TV Pública	98.834 (0,98%)
Clarissa Garotinho	RJ	Jornalista	Rádio Diário FM (pais radiodifusores)	335.061 (4,38%)
Roberto Sales	RJ	Deputado	-	124.087 (1,62%)
Rosângela Gomes	RJ	Deputado	-	101.686 (1,33%)
Lindomar Garçon	RO	Comerciante	-	24.146 (3,02%)
Jonathan de Jesus	RR	Deputado e pastor da Igreja Batista	-	20.677 (8,68%)
Carlos Gomes	RS	Radialista	TV Record RS	92.323 (1,55%)
Jony Marcos	SE	Pastor e radialista	Xodó-FM	53.455 (5,08%)
Antônio Bulhões	SP	Apresentador, pastor e radiodifusor	Rede Record de Televisão (programa Fala que eu Te Escuto)	137.939 (0,65%)
Beto Mansur	SP	Radialista e radiodifusor	Rádio Cultura FM Santos Ltda, Sociedade Rádio Cultura São Vicente Ltda, Empresa de Comunicação PRM Ltda, VTV (em nome da família) – SBT, comentarista do programa Balanço Geral da Record de Santos	31.301 (0,15%)
Celso Russomano	SP	Apresentador	Record, RBTv (sócio indireto)	1.524.361 (7,17%)
Marcelo Squassoni	SP	Vereador	-	30.315 (0,14%)
Roberto Alves	SP	Vereador, pastor e apresentador	TV Band Vale, Super Rádio Piratininga de São José dos Campos	130.516 (0,61%)
Sérgio Reis	SP	Cantor e compositor	TV Record	45.330 (0,21%)
Vinícius Carvalho	SP	Radialista	TV Record	80.643 (0,38%)
César Halum	TO	Veterinário, apresentador e radiodifusor	TV Jovem – Record Palmas	46.119 (6,29%)
Eduardo Lopes	RJ	Locutor e apresentador	TV Record, presidente da Folha Universal e da Editora Gráfica Universal	Senador Suplente
Marcelo Crivella	RJ	Pastor, cantor e compositor	Consta no cadastro da Anatel como sócio da TV Record Fanca-SP, Sócio da gravadora Fazenda Nova Canaã Produções Artísticas Ltda.	3.243.289 (21,6%)

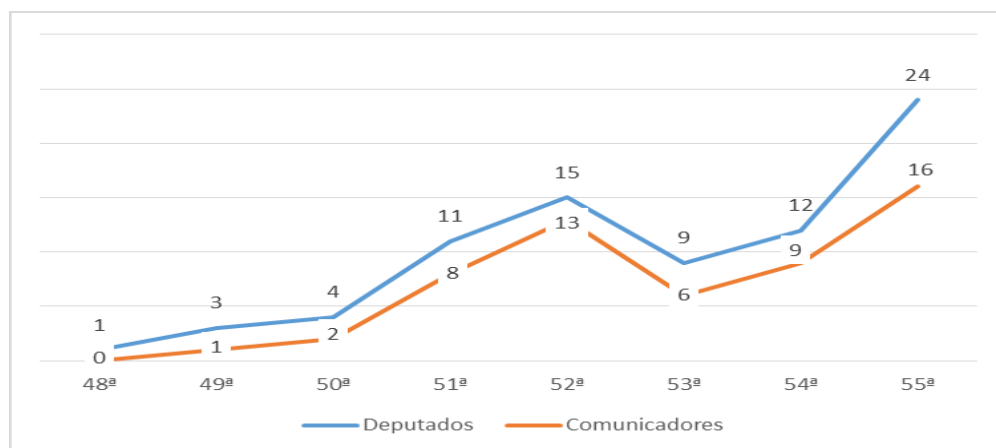
Fonte: Elaboração própria, a partir de dados do TSE, Anatel e das emissoras.

Não há como refutar o papel dos meios de comunicação na expansão do partido quando apenas não são encontradas ligações com emissoras de rádio e/ou TV nos currículos de apenas 7 dos 26 parlamentares eleitos pelo PRB. De maneira específica, cabe refletir sobre essa expansão também aliada à amplificação do alcance da IURD. Os dados denotam um ciclo propício para ambas as frentes, constituído tanto pelo impulso que a televisão e o rádio deram às estratégias de penetração da IURD junto aos fiéis, quanto à sustentação dada por esses mesmos meios em relação aos bispos e iurdianos que pretendiam se tornar políticos.

Às vésperas das eleições de 2008, Edir Macedo, lançou o livro “Plano de poder: Deus, cristãos e a política”, em co-autoria com Carlos Oliveira, diretor de jornalismo do Hoje em Dia, jornal mineiro que pertence à Igreja. Na orelha do livro, a obra apresenta Edir Macedo apenas como orador, conferencista e escritor de destaque no campo teológico. Não há qualquer menção sobre a sua relação com a Igreja Universal do Reino de Deus ao longo do livro, cujo principal “intuito é despertar o potencial – que tem estado adormecido – de um povo com propostas sérias, progressistas e inovadoras” (MACEDO; OLIVEIRA, 2008, p. 10).

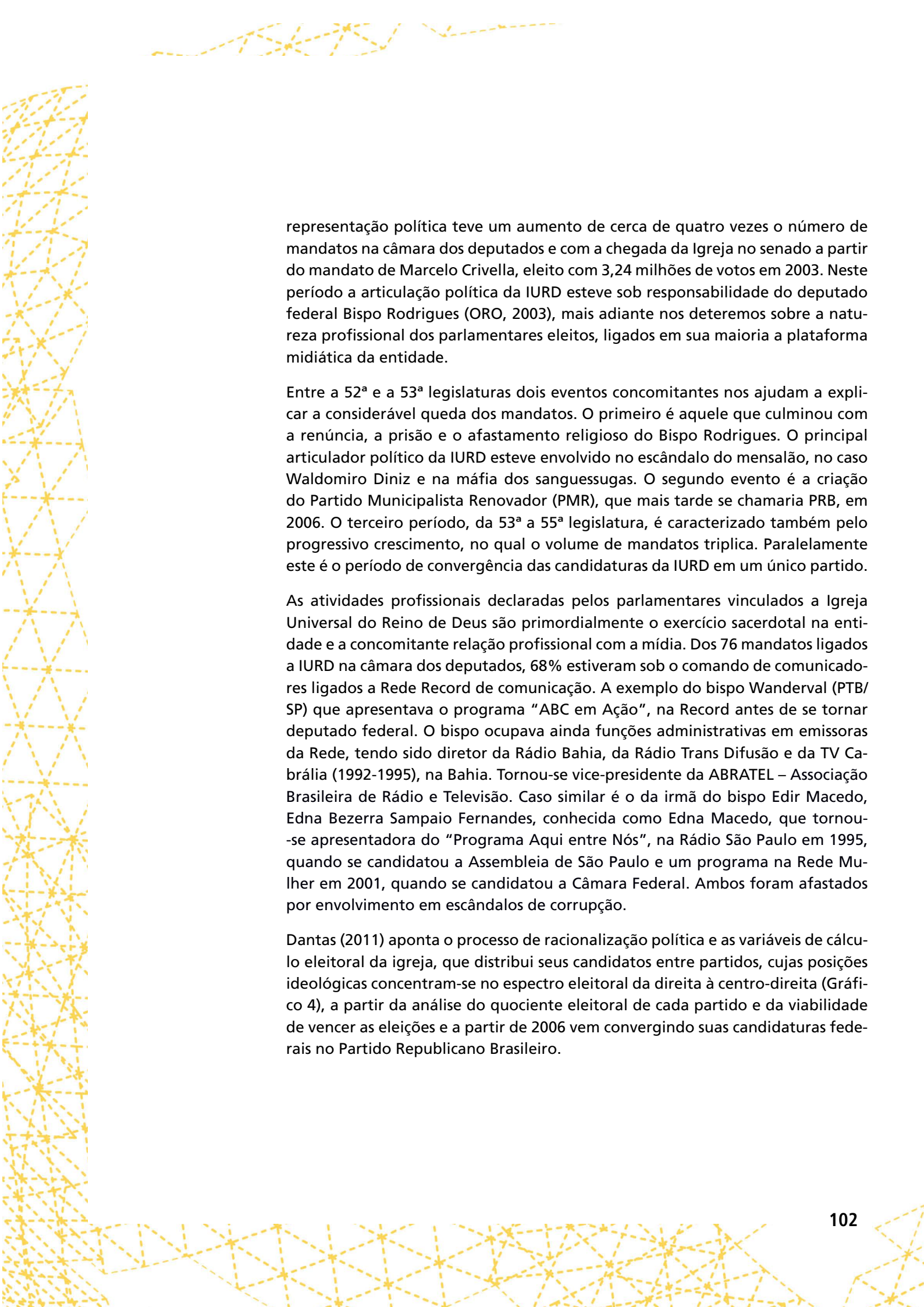
Buscando colaborar com os estudos sobre a participação evangélica na política (FREESTON, 1993; DANTAS, 2011; ORO, 2003), é possível reconstituir a participação de políticos ligados à IURD na política nacional e sua relação com a comunicação. Nas últimas oito legislaturas, a representação política da IURD cresceu proporcionalmente ao número de parlamentares ligados à rede Record, conforme indicamos no gráfico 3.

Gráfico 3: Evolução da representação da Igreja Universal na Câmara dos Deputados e do exercício profissional da comunicação dos parlamentares



Fonte: Elaboração própria.

Essa tendência pode ser dividida em três subperíodos. O primeiro que vai da 48ª a 50ª legislatura, é caracterizado por um baixo crescimento; o segundo entre a 50ª e a 52ª legislatura, marcado por um crescimento exponencial no qual a



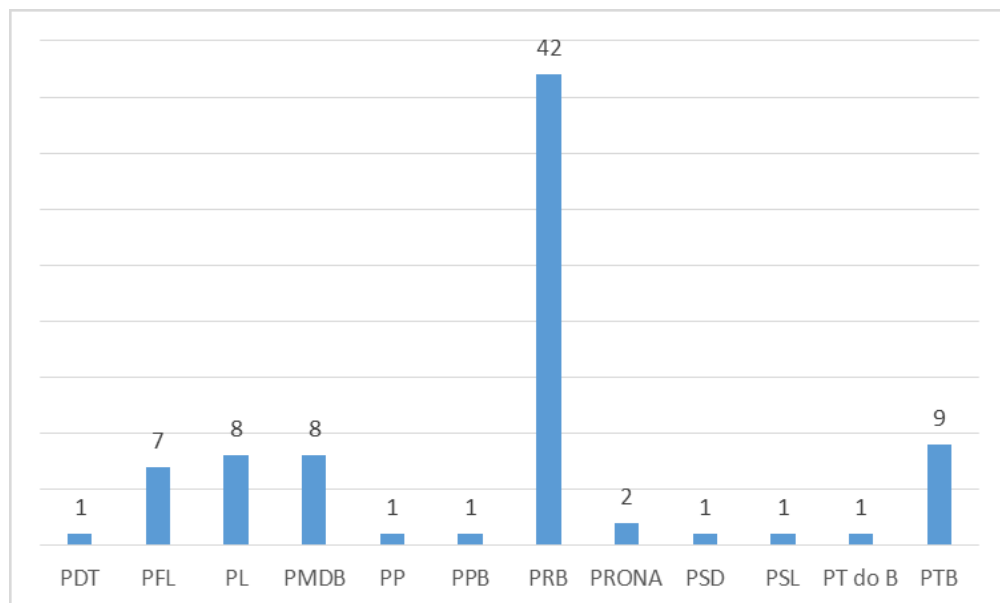
representação política teve um aumento de cerca de quatro vezes o número de mandatos na câmara dos deputados e com a chegada da Igreja no senado a partir do mandato de Marcelo Crivella, eleito com 3,24 milhões de votos em 2003. Neste período a articulação política da IURD esteve sob responsabilidade do deputado federal Bispo Rodrigues (ORO, 2003), mais adiante nos deteremos sobre a natureza profissional dos parlamentares eleitos, ligados em sua maioria a plataforma midiática da entidade.

Entre a 52ª e a 53ª legislaturas dois eventos concomitantes nos ajudam a explicar a considerável queda dos mandatos. O primeiro é aquele que culminou com a renúncia, a prisão e o afastamento religioso do Bispo Rodrigues. O principal articulador político da IURD esteve envolvido no escândalo do mensalão, no caso Waldomiro Diniz e na máfia dos sanguessugas. O segundo evento é a criação do Partido Municipalista Renovador (PMR), que mais tarde se chamaria PRB, em 2006. O terceiro período, da 53ª a 55ª legislatura, é caracterizado também pelo progressivo crescimento, no qual o volume de mandatos triplica. Paralelamente este é o período de convergência das candidaturas da IURD em um único partido.

As atividades profissionais declaradas pelos parlamentares vinculados a Igreja Universal do Reino de Deus são primordialmente o exercício sacerdotal na entidade e a concomitante relação profissional com a mídia. Dos 76 mandatos ligados a IURD na câmara dos deputados, 68% estiveram sob o comando de comunicadores ligados a Rede Record de comunicação. A exemplo do bispo Wanderval (PTB/SP) que apresentava o programa “ABC em Ação”, na Record antes de se tornar deputado federal. O bispo ocupava ainda funções administrativas em emissoras da Rede, tendo sido diretor da Rádio Bahia, da Rádio Trans Difusão e da TV Cabralia (1992-1995), na Bahia. Tornou-se vice-presidente da ABRATEL – Associação Brasileira de Rádio e Televisão. Caso similar é o da irmã do bispo Edir Macedo, Edna Bezerra Sampaio Fernandes, conhecida como Edna Macedo, que tornou-se apresentadora do “Programa Aqui entre Nós”, na Rádio São Paulo em 1995, quando se candidatou a Assembleia de São Paulo e um programa na Rede Mulher em 2001, quando se candidatou a Câmara Federal. Ambos foram afastados por envolvimento em escândalos de corrupção.

Dantas (2011) aponta o processo de racionalização política e as variáveis de cálculo eleitoral da igreja, que distribui seus candidatos entre partidos, cujas posições ideológicas concentram-se no espectro eleitoral da direita à centro-direita (Gráfico 4), a partir da análise do quociente eleitoral de cada partido e da viabilidade de vencer as eleições e a partir de 2006 vem convergindo suas candidaturas federais no Partido Republicano Brasileiro.

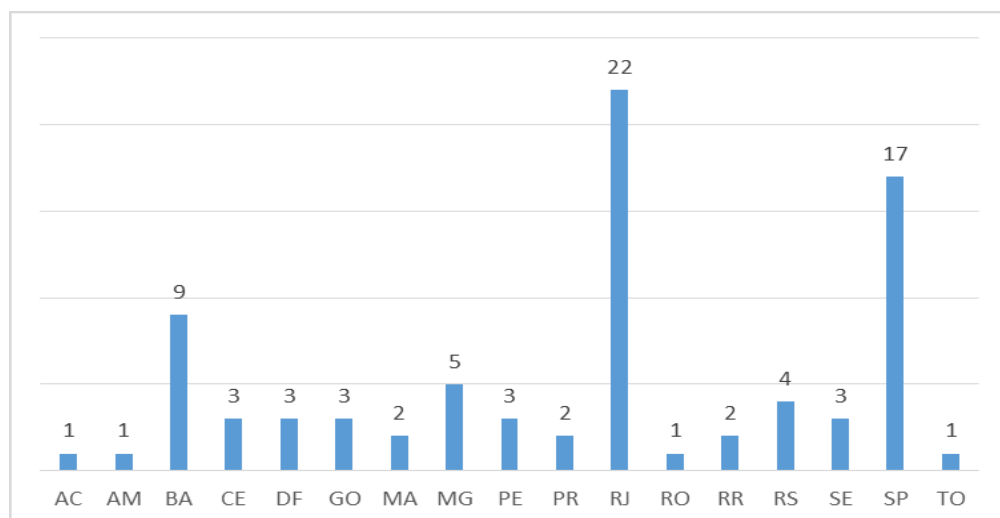
Gráfico 4: Distribuição partidária dos mandatos vinculados a IURD



Fonte: Elaboração própria.

Verifica-se também a concentração de candidatos oriundos da região sudeste (Gráfico 5). Sublinha-se o processo de migração regional de candidaturas como são os casos do Pastor e apresentador Jorge Pinheiro, que se candidatou inicialmente pelo PRONA no Distrito Federal e mais tarde pelo PMDB pelo estado de Goiás, e do Pastor e apresentador Vinícius Carvalho, que se candidatou pelo Rio de Janeiro pelo PT do B, quando conquistou 59.524 votos e mais tarde por São Paulo, já pelo PRB, quando obteve 80.643 votos.

Gráfico 5: Distribuição estadual dos mandatos vinculados a IURD



Fonte: Elaboração própria.

12 Filiado ao PRB, Beto Mansur tornou-se comentarista do programa Balanço Geral, produzido pela emissora concorrente e de propriedade da Rede Record, a Record Santos. Concomitantemente, mantinha o quadro "O povo quer saber" nos telejornais da emissora de propriedade de sua família.

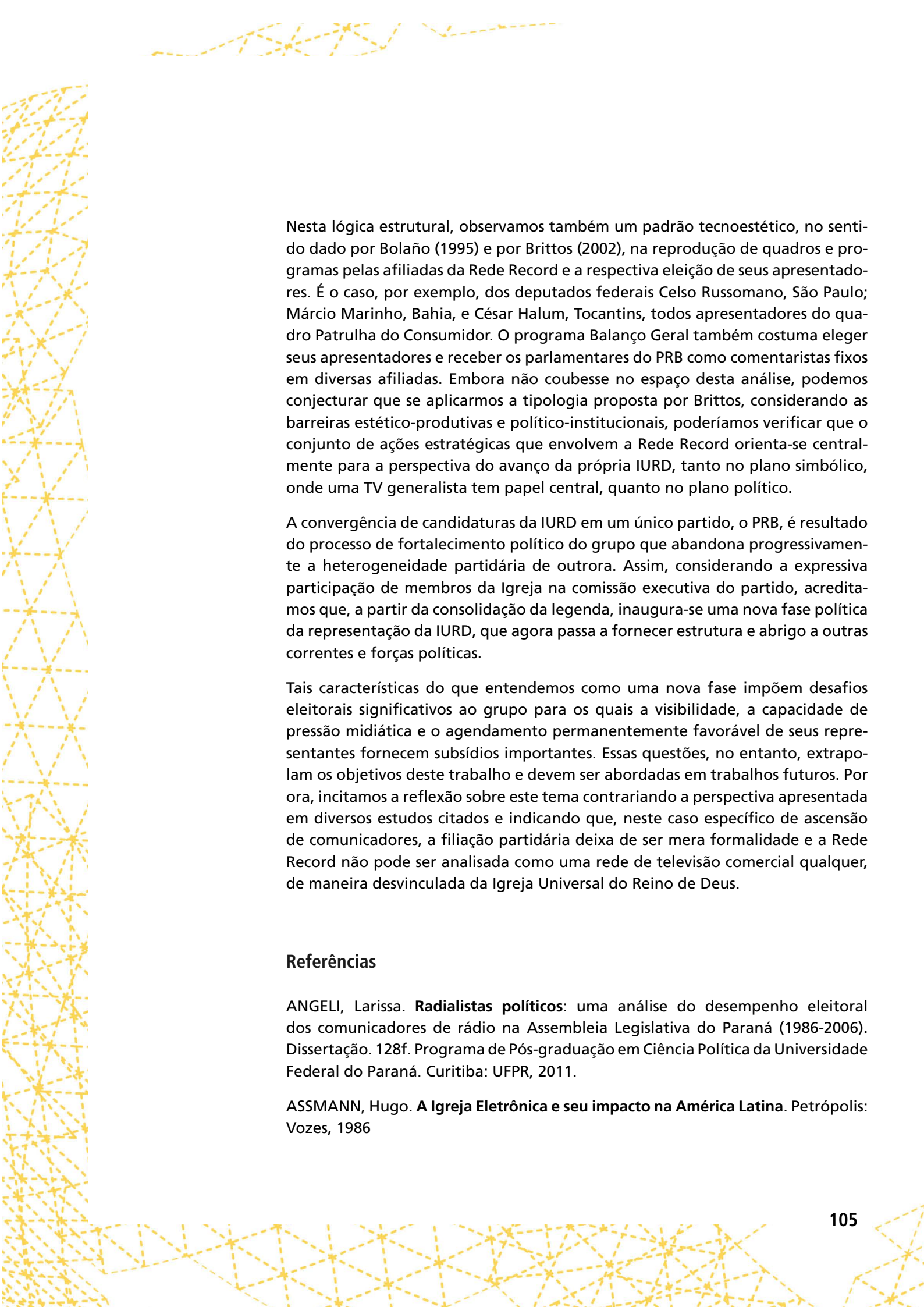
A heterogeneidade partidária serve de comprovação à hipótese da fragilidade da coerência ideológica-partidária, mas sobretudo da força da instituição religiosa quando comparada aos partidos, que neste caso são meros instrumentos eleitorais. Corroborando Dantas (2011, p. 32), "há uma espécie de instrumentalização das siglas partidárias, que servem apenas para viabilizar conquistas eleitorais, sendo depois descartadas e trocadas por outras legendas, consideradas mais promissoras e vantajosas nas negociações legislativas". A consolidação da legenda indica o abandono das frágeis vinculações partidárias de outrora, apontadas em estudos como Dantas (2011) e Oro (2003).

A Igreja Universal do Reino de Deus permanece, assim, como comitê e planque político, como promotora da distribuição geográfica e partidária das candidaturas e patrocinadora das campanhas e da estrutura midiática sem que isto signifique autonomia política. Contudo, agora é capaz de ceder espaço para outras forças políticas. Quatro deputados federais de sua legenda, por exemplo, pertencem a outras denominações evangélicas e/ou são radiodifusores vinculados a outras redes de comunicação (Silas Câmara, pastor da Assembleia de Deus, vinculado a Rede Boas Novas e Beto Mansur vinculado a Rede VTV, afiliada SBT/Santos¹²).

Considerações finais

Este artigo representa um esforço inicial de discussão dos dados que indicam a existência de relações objetivas entre a bancada de representação da entidade religiosa no Congresso Nacional e os meios de comunicação de sua propriedade. Como visto, nas últimas duas décadas, os veículos ligados à IURD desempenharam papel chave no projeto político da instituição religiosa, cuja contínua expressividade numérica do concomitante exercício político e midiático de seus representantes parece sugerir a indissociabilidade entre as plataformas comunicacional e partidária. A quantidade de candidatos profissionais da mídia e/ou sacerdotes teve um crescimento significativo, mesmo que ainda não reflita a realidade do partido, já que há uma subnotificação da ocupação dos candidatos nos dados do TSE, conforme apontamos.

A Rede Record é plataforma privilegiada de ascensão política do PRB e a instrumentalização política se verifica em todas as vertentes de programação, entretenimento, ficção, telejornalismo e produção estritamente religiosa. Neste quesito, verificamos uma tendência no modelo de ascensão eleitoral dos deputados federais da legenda que se originam da plataforma midiática da Rede Record o fato de que estão diretamente ligados às emissoras de televisão e de rádio da rede própria, isto é, aquelas em que Bispos e Pastores são sócios. Acrescenta-se a este dado a decadente, mas ainda significativa, concentração de mandatos na região sudeste.



Nesta lógica estrutural, observamos também um padrão tecnoestético, no sentido dado por Bolaño (1995) e por Brittos (2002), na reprodução de quadros e programas pelas afiliadas da Rede Record e a respectiva eleição de seus apresentadores. É o caso, por exemplo, dos deputados federais Celso Russomano, São Paulo; Márcio Marinho, Bahia, e César Halum, Tocantins, todos apresentadores do quadro Patrulha do Consumidor. O programa Balanço Geral também costuma eleger seus apresentadores e receber os parlamentares do PRB como comentaristas fixos em diversas afiliadas. Embora não coubesse no espaço desta análise, podemos conjecturar que se aplicarmos a tipologia proposta por Brittos, considerando as barreiras estético-produtivas e político-institucionais, poderíamos verificar que o conjunto de ações estratégicas que envolvem a Rede Record orienta-se centralmente para a perspectiva do avanço da própria IURD, tanto no plano simbólico, onde uma TV generalista tem papel central, quanto no plano político.

A convergência de candidaturas da IURD em um único partido, o PRB, é resultado do processo de fortalecimento político do grupo que abandona progressivamente a heterogeneidade partidária de outrora. Assim, considerando a expressiva participação de membros da Igreja na comissão executiva do partido, acreditamos que, a partir da consolidação da legenda, inaugura-se uma nova fase política da representação da IURD, que agora passa a fornecer estrutura e abrigo a outras correntes e forças políticas.

Tais características do que entendemos como uma nova fase impõem desafios eleitorais significativos ao grupo para os quais a visibilidade, a capacidade de pressão midiática e o agendamento permanentemente favorável de seus representantes fornecem subsídios importantes. Essas questões, no entanto, extrapolam os objetivos deste trabalho e devem ser abordadas em trabalhos futuros. Por ora, incitamos a reflexão sobre este tema contrariando a perspectiva apresentada em diversos estudos citados e indicando que, neste caso específico de ascensão de comunicadores, a filiação partidária deixa de ser mera formalidade e a Rede Record não pode ser analisada como uma rede de televisão comercial qualquer, de maneira desvinculada da Igreja Universal do Reino de Deus.

Referências

ANGELI, Larissa. **Radialistas políticos: uma análise do desempenho eleitoral dos comunicadores de rádio na Assembleia Legislativa do Paraná (1986-2006)**. Dissertação. 128f. Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná. Curitiba: UFPR, 2011.

ASSMANN, Hugo. **A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1986

BARBOSA, Rafaela. A nova Record: A construção do padrão tecnoestético e da liderança pela via do reality show A Fazenda. **Revista do Instituto Humanitas – Unisinos**, ano IX, n. 314. 09 nov. 2009. Disponível em: http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2930&secao=314 Acesso em 21 jan. 2017.

BISPO MACEDO. "O bispo responde – A ligação entre a Igreja e a Record", 08 de agosto de 2009. Blog. Disponível em: <http://blogs.universal.org/bispomacedo/2009/08/08/o-bispo-responde-a-ligacao-entre-a-igreja-e-a-record/> Acesso em: 31 abr. 2016.

BOLAÑO, César. Economia e televisão: uma teoria necessária. In: BOLAÑO, César (Org.). **Economia política das telecomunicações, da informação e da comunicação**. São Paulo: Intercom, 1995. p. 9-37.

BRITTOS, Valério Cruz. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. 2001. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador

DANTAS, Bruna Suruagy do Amaral. **Religião e política: ideologia e ação da "Bancada Evangélica" na Câmara Federal**. Tese de Doutorado. 350f. Psicologia Social. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=13488> Acesso 31 de abril de 2016.

ESCH, Carlos Eduardo. **Do microfone ao plenário: o comunicador radiofônico e seu sucesso eleitoral**. Dissertação. 202f. Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade de Brasília. Brasília: 1997.

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

JACOB, Cesar Romero *et al.* **Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil**. São Paulo, Loyola, 2003.

GARNHAM, Nicholas. La economía política de la comunicación: el caso de la televisión. **Telos**. Fundesco: n. 28, dez.-fev. 1991. Cuaderno Central: Economía de la información y la comunicación. p. 68-75.

GOMIDE, Raphael. "Record é vítima de preconceito", diz Lula". **Folha de S. Paulo**, 29 out. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2910200918.htm>>. Acesso em 12 jan. 2017.

KASEKER, Mônica. **Desempenho eleitoral de radialistas políticos nas eleições proporcionais de 2002 no Paraná**. Dissertação. 187f. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Curitiba: UFPR, 2004.

MACEDO, Edir. "O dinheiro é um bem". Entrevista concedida a J. A. Dias Lopes. **VEJA**.

Edição 1156, ano 23, nº 45, 14 nov. 1990. p. 5-7. Disponível em: <https://acervo.veja.abril.com.br/index.html#/edition/33389>. Acesso em 23 dez. 2016.

MACEDO, Edir. "O céu e o inferno não são folclore". Entrevista concedida a Mário Simas Filho. **ISTOÉ**. n. 2246, 28 nov. 2012. Disponível em: http://istoe.com.br/256085_O+CEU+E+O+INFERNO+NAO+SAO+FOLCLORE+/ Acesso em: 10 fev. 2017.

MACEDO, Edir; OLIVEIRA, Carlos. **Plano de poder: Deus, cristãos e a política**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2008.

MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. **Revista Estudos Avançados**, ano 18, número 52, 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/eav/article/viewFile/10028/11600>> Acesso em: 31 mar. 2016.

_____. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 2005. Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/Neopentecostais.html?hl=pt-BR&id=KY-O_a9KuzYC> Acesso em 31 abr. 2016.

ORO, Ari Pedro. **Avanço pentecostal e reação católica**. Petrópolis, Vozes, 1996.

_____. A política da Igreja Universal e seus reflexos nos campos religioso e político brasileiros. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, Vol. 18, nº. 53, outubro de 2003 pp. 53-69

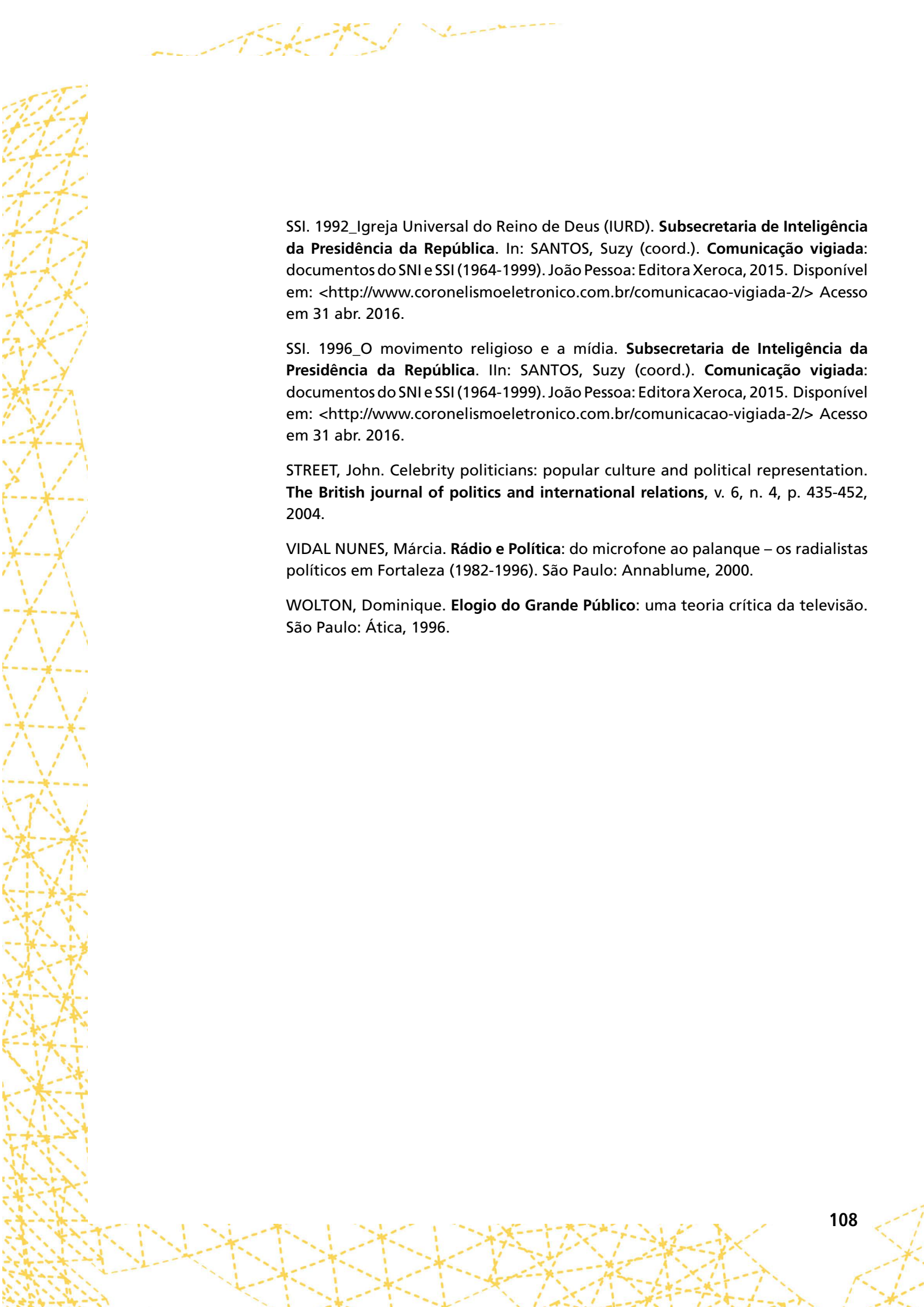
_____. Organização eclesial e eficácia política: o caso da Igreja Universal do Reino de Deus. **Civitas**, Porto Alegre, v. 3, nº 1, jun. 2003 pp. 97-109

RIBKE, Nahuel. Entertainment politics: Brazilian celebrities' transition to politics, recent

history and main patterns. **Media, Culture & Society**, vol. 37 (1), 2015, pp. 35-49.

SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. Crescer e multiplicação: a explosão religiosa na televisão brasileira. **InTexto (UFRGS)** . v.11, p.1 23, 2004. Disponível em <<http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4071>> Acesso 31 de abril de 2016.

SANTOS, Suzy. **BANCO DE DADOS TV 2006**. Disponível em:<http://www.coronelismoeletronico.com.br> . Acesso em: 15/01/2017.



SSI. 1992_Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). **Subsecretaria de Inteligência da Presidência da República**. In: SANTOS, Suzy (coord.). **Comunicação vigiada: documentos do SNI e SSI (1964-1999)**. João Pessoa: Editora Xeroxa, 2015. Disponível em: <<http://www.coronelismoeletronico.com.br/comunicacao-vigiada-2/>> Acesso em 31 abr. 2016.

SSI. 1996_O movimento religioso e a mídia. **Subsecretaria de Inteligência da Presidência da República**. In: SANTOS, Suzy (coord.). **Comunicação vigiada: documentos do SNI e SSI (1964-1999)**. João Pessoa: Editora Xeroxa, 2015. Disponível em: <<http://www.coronelismoeletronico.com.br/comunicacao-vigiada-2/>> Acesso em 31 abr. 2016.

STREET, John. Celebrity politicians: popular culture and political representation. **The British journal of politics and international relations**, v. 6, n. 4, p. 435-452, 2004.

VIDAL NUNES, Márcia. **Rádio e Política: do microfone ao palanque – os radialistas políticos em Fortaleza (1982-1996)**. São Paulo: Annablume, 2000.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.