



## **Patrocinando a Graça: uma análise sobre as estratégias de comunicação da Igreja Internacional da Graça de Deus no programa Show da Fé<sup>1</sup>**

Sara Sterfany de Oliveira VASCONCELOS<sup>2</sup>

José Guibson DANTAS<sup>3</sup>

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

### **Resumo**

O presente artigo busca discorrer sobre a atuação da Igreja Internacional da Graça de Deus na programação televisiva brasileira, e como esta se organiza e modifica sua estrutura para adequar-se ao processo de midiaticização da sociedade. Para tanto foi realizado uma análise do seu programa de maior notoriedade: o Show da Fé, além de um levantamento histórico desta instituição, com o intuito de montar um quadro para estabelecer relações entre o seu contexto de nascimento e o seu método de trabalho atual.

**Palavras-chave:** Igreja da Graça; Igrejas Eletrônicas; Estratégias; Comunicação.

### **Um breve vislumbre da história do Pentecostalismo no Brasil**

O Pentecostalismo chegou ao Brasil no início do Século XX, completando em 2011, o centenário. Ele foi trazido por missionários dos Estados Unidos, país onde este movimento teve início, um dos primeiros a implantá-lo em terras brasileiras foi Louis Francescon, italiano que residia nos EUA, onde junto com seu líder William Durhanm e companheiros Daniel Berger e A. Gunnar Vingren fundaram a *North Avenue Mission*, e em meados da década de 1910, migraram para o país, visando à propagação de sua doutrina (CAMPOS, 2005, p. 112).

O pentecostalismo Brasileiro passou por diversas transformações, adaptando-se à realidade e cultura do país. Buscando uma melhor compreensão e categorização, Mariano (2005) dividiu o movimento em três “ondas”: Pentecostalismo Clássico, Deuteropentecostalismo e Neopentecostalismo. Na primeira fase, que durou de 1910 a 1950, segundo o autor, predominou a tipologia norte-americana, representado pela Congregação Cristã no Brasil e a Igreja Assembléia de Deus, duas igrejas que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no II 4 – Comunicação Audiovisual do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 6º período de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, e-mail: saraa\_v@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de Málaga e professor do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas, email: jgdantas@ig.com.br



apesar de princípios semelhantes, como o anticatolicismo, ênfase na crença no Espírito Santo, sectarismo radical e ascetismo que rejeitava os valores mundanos e defendia a plenitude da vida moral, apresentavam diferenças eclesiais e doutrinárias (MARIANO, 2005 p, 23), ou seja, este movimento, desde sua fundação é heterogêneo, apresentando características distintas em cada segmento, mesmo que da mesma onda.

No Brasil, a fragmentação do pentecostalismo teve início a partir de 1950, quando iniciou a segunda onda, o Deuteropentecostalismo, tendo como maiores representantes as igrejas Quadrangular - iniciada com a Cruzada Nacional de Evangelização<sup>4</sup>-, O Brasil para Cristo, Nova Vida, Casa da Bênção e a Deus é Amor. Enquanto a primeira onda tem ênfase o dom de línguas, esta segunda tem como principal característica a cura divina, e, em menor medida, os exorcismos. Foi a partir desta fase que as igrejas começaram a utilizar-se dos meios de comunicação de massa, como o rádio e de grandes ajuntamentos em teatros, tendas e estádios, para difundir sua fé (CÉSAR, p. 129 e 130).

O Neopentecostalismo, terceira onda, surgiu na segunda metade da década de 1970, com a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), fundada por Edir Macedo em parceria com Roberto Augusto Lopes, Romildo Ribeiro Soares e os irmãos Samuel e Fidelis Coutinho. Devido ao estilo centralizador de Macedo, ocorreram desentendimentos entre ele e os demais criadores da instituição, e, após apenas três anos de criada a igreja, sua liderança se dissolveu, levando Romildo Ribeiro Soares, em 1980, a fundar a Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD). Estas duas igrejas deram início a esta onda, mas existem outras igrejas que contribuíram na expansão e fazem parte desta vertente, como a Cristo Vive, Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, Comunidade da Graça, Renascer em Cristo e Igreja Nacional do Senhor Jesus Cristo. Este movimento tem como aspectos fundamentais o foco na Guerra Santa – maior predominância na IURD –, liberação dos usos e costumes, e, sua maior característica e diferenciação das outras correntes, que é a pregação enfática da Teologia da prosperidade.

“Enquanto as duas primeiras ondas pentecostais não apresentam diferenças teológicas significativas entre si, verifica-se o oposto quando se compara e as vertentes precedentes. E é com base nas distinções apontadas que o neopentecostalismo está sendo caracterizado como tal.” (MARIANO, 2005, p 36)

---

<sup>4</sup> Movimento fundado pelo missionário Harold Edwin Willians e auxiliado pelo Pastor Jesus Hermirio Vasquez Ramos. O primeiro natural de Los Angeles- EUA e o segundo natural do Peru. Sua característica principal eram reuniões em tendas em várias partes do Brasil.



A Teologia da Prosperidade surgiu nos Estados Unidos, e prega que “o cristão possui o direito de obter felicidade integral e de exigí-la enquanto estiver vivo” (XAVIER, 2009, p 123), ou seja, diferentemente das demais ondas que pregavam a “renúncia” aos bens materiais, o neopentecostalismo vem dizer que os praticantes desta fé, que a demonstram contribuindo com ofertas em dinheiro (sacrifício), Deus o abençoará financeiramente. O co-criador da Igreja Universal do Reino de Deus e fundador da Igreja Internacional da Graça, Romildo Ribeiro Soares, sempre utiliza seu exemplo como prova da Teologia da Prosperidade.

Nascido em 6 de Dezembro de 1947 em uma cidade do interior do Espírito Santo, filho de uma dona de casa católica e de um pedreiro “desviado” da igreja Presbiteriana, trabalhou desde a infância para ajudar a família, converteu-se aos seis anos de idade na igreja Presbiteriana, mas logo começou a frequentar a Igreja Batista, permanecendo por 16 anos antes de mudar-se para o Rio de Janeiro, onde ficou quatro anos sem igreja. Converteu-se novamente na Igreja Nova Vida, onde conheceu sua esposa. Foi consagrado pastor na igreja Casa da Bênção, além de participar da fundação da Cruzada do Caminho Eterno. Dois anos após fundou a IURD juntamente com seu cunhado Edir Macedo, onde três anos após saiu e criou a Igreja Internacional da Graça de Deus. O Missionário R.R. Soares – como se autointitula – diz que “venceu na vida” por ter escolhido Jesus. Abrindo mão do trabalho secular – antes de ser líder denominacional ele trabalhou como sapateiro, engraxate e operador de cinema (MARIANO, 2005, p 99) – R. R. Soares dedicou-se inteiramente à sua igreja.

### **Igreja Internacional da Graça de Deus: uma igreja midiática**

Uma das principais características das igrejas neopentecostais, é a utilização dos meios de comunicação para cooptar seus públicos. Elas adotaram uma liturgia diferenciada, adaptando-se à realidade e cultura brasileira, tornando sua linguagem mais acessível à popular, resultando em uma maior aceitação da sociedade. Esta é uma característica herdada dos pentecostais norte-americanos, que já se utilizavam da TV como canal de evangelização em meados de 1950 e 1960 (SCHMIDT, 2008 p 54), este fenômeno ficou conhecido como Televangelismo ou Igrejas Eletrônicas.

“Se a imagem pictórica era instrumento e via de evangelização, a imagem televisiva agora ocupará o seu espaço como veículo da religiosidade. E surge então a Igreja Eletrônica com os seus variados profetas e visionários. É a



religião não só da palavra falada, mas na palavra feita imagem. A TV, nessa onda de movimentos religiosos pluralistas, aparece como impulso para o crescimento e a aparição dos evangelistas eletrônicos” (Ibid., p. 8).

O missionário R.R. Soares investiu bastante nos produtos midiáticos. Criou, em 1999, a RIT que é um canal voltado inteiramente para o público evangélico, com programação que abrange cultos, programas de shows e videoclipes, debates sobre temas pertinentes a situação cristã brasileira e telejornal. No Brasil a RIT conta com oito emissoras, mais de 170 retransmissoras e mais de 120 milhões de telespectadores em todos os estados brasileiros. Alcança o país através de sistemas de UHF e VHF (canal aberto), cabo e satélite, com uma programação de 24 horas por dia. A RIT também tem cobertura internacional onde opera por canais de televisão por satélite, inclusive nas Américas, Europa, Oriente Médio e África<sup>5</sup>. Além de atuar na mídia televisiva, a Igreja trabalha por diversos meios como a "Graça Editorial", editora adquirida em 1984, onde a igreja tem autonomia em difundir seus livros e também títulos internacionais, além de cerca 18 títulos do próprio RR. Soares (MARIANO, 2005, p 99). A "Nossa Rádio" surgiu em 2002, e tem cobertura nacional via satélite e internet, a ela leva uma programação cristã com músicas de artistas da própria gravadora, a Graça Music, artistas de outras gravadoras nacionais e internacionais. Além da transmissão de Cultos da Graça e de hora em hora uma mensagem do líder da igreja. Não obstante, a Graça fundou em 2007 a "Nossa TV", primeira TV por assinatura evangélica do Brasil e recentemente em 2010 a "Graça Filmes", uma produtora e distribuidora de filmes cristãos. Podemos afirmar que a Igreja da Graça, dentre as igrejas neopentecostais, é a igreja que mais investiu em meios eletrônicos diversos para propagar sua fé. Diferentemente da IURD que investiu amplamente na televisão, procurando até, em sua programação, desassociar a imagem da igreja com a da TV, a Graça faz questão de que seus produtos tenham seu nome e sua marca, pois seu principal público são os cristãos.

Analisaremos o produto de maior visibilidade da IIGD, o programa Show da Fé, exibido diariamente em horário nobre pela Rede Bandeirantes e Rede TV!, além de ter cobertura na RIT e em seu canal pago IIGD – canal dedicado inteiramente para a programação da igreja. Ele já chegou a emplacar quatro pontos de audiência, fato que aos olhos leigos parece pouco, se comparado às pontuações de novelas e programas famosos, mas, um ponto no Iprobe corresponde aproximadamente 80 mil televisores, ou

---

<sup>5</sup> Informação disponível em “<http://www.rittv.com.br/>”



seja, resulta em um número de 320 mil aparelhos eletrônicos recebendo a transmissão da igreja (SCHMIDT, 2008 p 103).

### **Show da Fé: a televisão como uma nova plataforma religiosa**

Este artigo é resultado de uma pesquisa realizada durante um projeto de Iniciação Científica, onde consiste em analisar a imagem institucional da Igreja da Graça perante os telespectadores maceioenses. Para este trabalho foi selecionado alguns recortes da investigação. Durante uma semana – 16/01/2012 à 22/01/2012 – foi assistida a programação da Igreja da Graça, intercalados por visitas à sede em Maceió (Tabela 1), situada no bairro do Farol, bairro de classe média e de fácil acesso tanto das áreas carentes como da parte nobre da cidade.

Tabela 1

Acompanhamento da Programação		
Data	Programas/Cultos	
Segunda-feira 16/01	Culto da Prosperidade	
Terça-feira 17/01		Show da fé
Quarta-feira 18/01	Culto da Família	
Quinta-feira 19/01		Show da fé
Sexta-feira 20/01	Culto de Libertação	
Sábado 21/01		Show da fé
Domingo 22/01	Culto de Louvor&Adoração	

O programa Show da Fé tem uma temática bastante parecida com os cultos da Igreja, além de também ser exibido no mesmo horário, assemelhando-se e nos dando a sensação de estarmos com uma “igreja em casa”, idéia reforçada pelas diversas ocasiões em que Soares diz que o programa é uma extensão da igreja, e que ele quer levá-la para os lares brasileiros, principalmente para aquelas pessoas que não podem frequentar uma igreja regularmente.

O programa se inicia com vinhetas de propagandas sobre as campanhas da igreja e a agenda do Missionário. Logo após surge a igreja cantando o refrão “*Estou seguindo a Jesus Cristo, desse caminho eu não desisto, estou seguindo a Jesus Cristo, atrás não volto, não volto não. Atrás o mundo, Jesus na frente, Jesus é o guia onipotente. Atrás o mundo, Jesus na frente, atrás não volto, não volto não*”, sob o comando de Romildo Soares, enquanto a música está passando as câmeras passam pela igreja captando vários ângulos, que “parecem evidenciar ainda mais que se trata de um verdadeiro “show religioso”, assim como outro qualquer, apresentando enfoques diferentes, atraindo o



telespectador e fiel (SCHMIDT, 2008, p 121). Terminada a música o missionário inicia o sermão, onde no decorrer, além de pausas para cantores e bandas famosas do meio gospel se apresentarem, ele

“[...] anuncia livros e vídeos, pede no ar a colaboração dos fiéis da platéia para entregar o dinheiro aos “assistentes que estão circulando” e, entre uma oração e outra, informa o banco, agência e número de conta corrente para as “colaborações”” (REFKALEFSKY, 2005, p 13)

Após o sermão, inicia-se a segunda parte do programa, que são os quadros – principal diferença entre culto e programa. O quadro *“Novela da Vida Real”* mostra testemunhos de famílias ou pessoas que foram “abençoadas” por terem permanecido “fiéis” a Deus e terem continuado a pagar os boletos do patrocinador<sup>6</sup>, mesmo com privação financeira, como na IURD, a IIGD explora o sentido de “antes da Igreja” e “depois da Igreja”. Importante ressaltar que tanto no programa Show da Fé – onde os testemunhos têm mais atenção devido à dramatização – como nos cultos, os testemunhos são uma parte essencial da liturgia desta igreja. Pois mostram a mudança na vida dos entrevistados e como a igreja teve um papel importante para que isto se concretizasse. Eles são a prova de que o que é pregado “surte efeito”, e que caso os fiéis façam o mesmo a “benção” poderá ser alcançada. Após a *Novela da Vida Real*, o missionário faz comentários sobre a cura e a conversão acontecida, falando sobre o melodrama da pessoa retratada, acentuando ainda mais os motivos da conversão.

No quadro seguinte, *“O missionário responde”*, é o momento do programa onde RR Soares pode interagir com os fiéis de outras localidades ou que não estão presentes na igreja, reiterando a sensação de proximidade entre apresentador-pastor e telespectador-fiel. Sempre com alusões bíblicas, Soares aproveita este momento para promover sua doutrina, incentivando os fiéis a serem “patrocinadores da obra” e a comprarem os produtos da igreja. Interessante ressaltar que durante os programas Soares mantém a fala “mansa” - diferente de outros pastores -, se utiliza de brincadeiras e tom calmo e paciente em seus sermões, característica comum nos demais pastores desta instituição, de acordo com Schmidt

---

<sup>6</sup> São intitulados “patrocinadores” os fiéis que colaboram com uma quantia mensal – independente de dízimos ou outras ofertas – para a permanência dos programas da Igreja da Graça na televisão aberta como a manutenção de sua rede de televisão, a RIT. Estes, de acordo com o missionário, precisam ser “chamados” por Deus para contribuir, como ele repetidamente fala, se o fiel não sentir em seu coração a vontade de doar, ele não deve fazê-lo. (SCHMIDT, 2008 p 114).



“Esse tom jocoso utilizado nos assuntos sérios da fé e moral agrada o ouvinte e o telespectador que tem vivido um dia estressante e violento. O espectador não esperaria receber, onde procura esperança e paz, palavras pesadas, agressivas e repressoras que já encontra durante as demais horas do dia.” (2008, p. 101)

A igreja Internacional da Graça de Deus, no tocante ao Show da Fé, ao mesmo tempo em que se inseriu na mídia, acrescentando apenas alguns dispositivos como os “quadros” e a interação com o público através das perguntas, para dar um caráter de “programa”, também sofreu influência deste meio em suas reuniões “fora da mídia”, a exemplo das constantes propagandas dos produtos da igreja durante o culto – mesmo nas reuniões de menor porte como o “culto da família”. Percebemos então, que as Igrejas têm mudado cada vez mais os seus “púlpitos”, abandonando métodos tradicionais e redefinindo seu campo de atuação, onde antes era limitada a apenas abordagem pessoal e aos templos. Nesse novo estilo de igreja “sempre cabe mais um fiel, pois não há limites de bancos e de espaço físico.” (Ibid., p 56).

### **Considerações Finais**

O modo como as igrejas se apresentam aos fiéis transformou-se ao longo dos anos. A utilização dos meios de comunicação, principalmente a televisão, tornou-se algo comum e necessário em uma sociedade midiaticizada, principalmente no Brasil onde, segundo Dantas, a televisão “se configura num poderoso meio de produção de sentidos religiosos e de mediação cultural” (2006, p 55). No Brasil, as igrejas que mais se utilizam dos meios de comunicação são as neopentecostais, pois elas surgiram dentro de um contexto “midiaticizado e fazem uso desses recursos para divulgação, promoção de suas crenças e também como uma forma estratégia de permanecer no mercado religioso” (DELEVATI, SILVA, 2009 p. 2).

A Igreja Internacional da Graça de Deus e seu líder adaptaram-se liturgicamente para corresponder à realidade da sociedade brasileira, tornando-se uma igreja com características das Igrejas Eletrônicas, sendo ainda mais eficiente devido à sua postura coloquial e simples, diferentes dos televangelistas norte-americanos que “apresentavam-se mirabolantes demais para um povo brasileiro simples e pobre” (SCHMIDT, 2008 p. 102).

Na Igreja da Graça a programação televisiva e culto fundem-se com o objetivo de cooptar seus públicos tanto espaço físico como no espaço midiático. O programa



Show da Fé aborda a fé como “um espetáculo, um show, um grande palco de atrações religiosas” (Ibid., p 119), onde RR Sores

“não tem a missão tão somente de missionário, pregador e profeta, mas de milagreiro, de taumaturgo, tornando-se o animador do sagrado como espetáculo, um verdadeiro *showmen* de entretenimento, de prodigioso operador de milagres. Nessa *indústria cultural religiosa* da Igreja Internacional da Graça, vende-se essencialmente um único produto: a mudança de vida daquele que crê no poder do *nome de Jesus*.” (Ibid., p.108).

## Referências

- ASSMANN, Hugo. **A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina**. Rio de Janeiro:Vozes, 1986.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. **As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada**. REVISTA USP, São Paulo, n.67, p. 100-115, setembro/novembro 2005.
- CÉSAR, Elben M. Lens. **História da Evangelização do Brasil**. Viçosa, MG: Ultimato, 2000.
- DANTAS, José Guibson. **Neopentecostais e as mediações culturais : o comportamento dos telespectadores diante dos programas televisivos das igrejas neopentecostais**. Recife :Ed. do Autor, 2006.
- DELAVATI, Amanda da Silva e SILVA, Carolina Moro da. **Um templo diferente: como a igreja internacional da graça modificou seus cultos com o uso dos dispositivos midiáticos**. Artigo apresentado no XXXII congresso Brasileiro de ciencias da comunicação, Curitiba. São Paulo: Intercom, 2009.
- GOMES, Itânia Maria M. **Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero**. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8801/6165>>. Acesso em Mar/2012.
- MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. 2ª edição. São Paulo: Loyola, 2005.
- REFKALEFSKY, Eduardo. **Estratégias de Comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus, no Brasil, e dos Televangelistas nos EUA: um estudo comparado**. Artigo apresentado no Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação (Pré-Congresso da XXVIII Intercom), 2005, Rio de Janeiro. Anais do XXVIII Intercom 2005 - Ensino e Pesquisa em Comunicação. São Paulo : Intercom, 2005. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/16752/1/R1249-1.pdf>> Acesso em Abr/2012
- REDE INTERNACIONAL DE TELEVISÃO. **Televisão Poliglota**. Disponível em <<http://www.rittv.com.br/news/noticia.php?id=17>> Acesso Abr/2012
- SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. **Crescei e multiplicai-vos: a explosão religiosa na televisão brasileira**. IN Texto (UFRGS). V11, p.1 - 23, 2004.
- SCHMIDT, Gerson. **TV Brasileira: novo púlpito da Igreja Eletrônica: O verbo se faz imagem televisiva**. 135 f. Tese (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade dos Meios de Comunicação Social – Famecos, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.



VALLADARES. Ricardo. **Templo é dinheiro.** Disponível em: <  
[http://veja.abril.com.br/130900/p\\_140.html](http://veja.abril.com.br/130900/p_140.html)> Acesso: Abr/2012.  
XAVIER, Érico Tadeu. **Teologia da Prosperidade: história, análise e implicações.**  
*Kerygma - Revista Eletrônica de Teologia.* São Paulo. v 5. n 2. p. 120-147, 2009.