

# POLÍTICA, CARISMA, PODER E MÍDIA: LÓGICAS INTERPRETATIVAS DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

*Jadir Gonçalves Rodrigues*

**Resumo:** No presente artigo, pretendemos discutir algumas possibilidades e limites das categorias de Política, carisma, poder e mídia no conjunto de lógicas interpretativas da Igreja Universal do Reino de Deus. As leituras acadêmicas já concluídas sobre desenvolvimento histórico dessa Igreja trabalham com a idéia de que foi o contexto de crise política, social e econômica presente nas décadas de 1970 e 1980 que propiciaram as condições adequadas ao surgimento e expansão da IURD no Brasil. Propomos uma análise que enfatize a importância da mídia, no caso o controle de veículos de comunicação de massa pela direção da Igreja Universal, para a sua expansão ao longo das décadas de 1980 e 1990 no Brasil e no mundo. Procuramos centrar nosso esforço reflexivo na instrumentalização interna e externamente, por parte da liderança dessa Igreja, das categorias de carisma e poder no conjunto de suas práticas religiosas, considerando ainda a proximidade que a mesma mantém em relação à política nacional.

**Palavras-chave:** Poder, política, religião, carisma e meios de comunicação de massa.

**Abstract:** In the present article, we intended to discuss some possibilities and limits of the categories of Politics, charisma, to can and media in the group of interpretative logics of the Universal Church of Kingdom of God. The academic readings already ended on historical development of that Church they work with the idea that was the context of crisis political, social and economical present in the decades of 1970 and 1980 that propitiated the appropriate conditions to the appearance and expansion of IURD in Brazil. We propose an analysis that emphasizes the importance of the media, in the in case the control of vehicles of mass communication for the direction of the Universal Church, for your expansion along the decades of 1980 and 1990 in Brazil and in the world. We tried to center our reflexive effort in the instrumentalitation it interns and externally, on the part of the leadership of that Church, of the charisma categories and power in the group of your religious practices, still considering the proximity that the same maintains in relation to the national politics.

**Word-Keys:** To can, politics, religion, charisma and broadcastings.

“Toda dominação simbólica supõe, por parte daqueles que sofrem seu impacto, uma forma de cumplicidade” (Pierre Bourdieu, 1996, p. 37).

“A direção da obra vem do Espírito Santo, não do homem (...) O mundo é um campo de batalha” (Edir Macedo de Bezerra, Folha Universal, 09 de julho de 1995).

O contexto brasileiro da década de 1980, sobretudo as instabilidades sociais e a mudança do regime político do país, beneficiaram a difusão de discursos que preconizavam mudanças no estatuto social das pessoas a partir da possibilidade de inserção através do universo mágico religioso. De forma especial, prosperaram e expandiram-se, em termos de patrimônio, as instituições que enfatizavam a prosperidade, enquanto uma promessa passível de ser confirmada pela “ação divina”, modificando radicalmente a vida sócio-econômica de seus fiéis. Nesse período, aconteceu uma aproximação inédita entre o discurso político e o religioso, constituindo uma nova dimensão para a prática do convencimento e cooptação (sobretudo dos ditos

“excluídos” e “descamisados”) nas duas esferas de interação social, política e religiosa. O viés econômico das tentativas de “convencimento” prevaleceu absoluto no imaginário social brasileiro, tendo por suporte a profusão de decepções que se acumularam durante o processo de mudança política e também em função dos fracassos parciais (em vários casos, totais) do conjunto de reivindicações não atendidas, sobretudo pelo poder estatal, uma espécie de “ranço” autoritário que permaneceu apesar da mudança estrutural da política no plano federal.

A persistência e, corriqueiramente o aprofundamento das crises, em especial no aparato institucional do Brasil, foram canalizadas e maximizadas de acordo com interesses específicos por algumas instituições religiosas, em especial a Igreja Universal do Reino de Deus. Essa procurou romper com a tradição religiosa que caracterizava as pregações e as práticas doutrinárias do período, marcada por uma participação (ou mais corretamente uma não participação) passiva e conformista, tanto no plano religioso, como no âmbito das relações inter-pessoais. Um dos principais instrumentos utilizados para a superação da mentalidade da época (política e religiosa, principalmente) pela IURD foi a potencialização dos meios de comunicação de massa. Segundo o ex-presidente José Sarney, a cultura brasileira apresenta distorções e anacronismos que indicam que estamos na contramão do desenvolvimento sociocultural e político, sendo que os meios de comunicação de massa funcionam como um veículo que impede a constituição de uma consciência intelectual, pois,

“(…) o Brasil representa uma experiência inédita, pois, com o desenvolvimento das comunicações, [com] a sofisticação técnica, passamos de uma cultura oral para uma cultura visual. Não passamos pelo livro. Sobrevive a cultura popular do futebol, do sincretismo religioso, do carnaval, e sabe Deus como. A violência é consumo obrigatório. E, das telas de TV, vai para o triste exercício do cotidiano. Não se sabe o que ocorrerá no espírito das novas gerações” (SARNEY, 1999, P. 16).

As famosas elites do país, por seu lado, não podem ser inseridas nesse quadro elaborado pelo ex-presidente do país. Essas têm plena consciência dos espaços onde o seu controle continua inquestionável, seja em função de sua riqueza, seja porque o “pacto” entre os grupos dominantes mantém-se praticamente inalterado. Essa espécie de solidariedade social, econômica e cultural para conter eventuais “desvios” de conduta ou de possibilidades de mudanças de seu *status quo*, ou seja, quando necessário se unem em defesa de seus interesses (leia-se: garantir que seus privilégios sejam mantidos,

quando não ampliados). As elites continuam desejando fazer política sem políticos, viver em uma democracia sem instituições e participar de um mercado em que não haja livre concorrência. Enquanto isso, o povo apresenta sinais claros de que desistiu de reivindicar o acesso à cidadania, contentando-se, por um lado, com as “doações” feitas pelos governantes (cestas básicas e congêneres) e, por outro, com as promessas dos dirigentes religiosos de que uma obediência sistemática aos princípios doutrinários elaborados por eles seria a garantia de acesso irrestrito à abundância, riqueza e felicidade em todos os aspectos da vida. É nesse último caso que se enquadram todas as instituições neopentecostais, de uma maneira geral, e a Igreja Universal do Reino de Deus, de uma forma bastante particular. Percebe-se que o conservadorismo caracteriza não apenas as instituições e grupos tradicionais, mas constitui-se em uma marca decisiva das “novas” e emergentes instituições religiosas, assim como dos grupos específicos que as controlam.

O controle e a posse de meios de comunicação de massa potencializam a propagação do discurso religioso neopentecostal, garantindo condições adequadas às instituições religiosas para se afirmarem no contexto altamente midiático do mundo atual. Trata-se do exercício de um tipo específico de **Poder**, objetivando convencer, formar opiniões e pontos de vistas, de forma a construir a sua própria identidade, distinta, única e original (FOUCAULT, 1999). Trata-se, portanto, de se considerar a relação entre o **Poder**, o direito e a verdade, ou melhor, a “produção” de discursos de verdade, enquanto uma forma de se inserir nos círculos dominantes, ou pelo menos “formadores de opinião”. Nesse sentido, a direção iurdiana utiliza integralmente todo o potencial de seus meios de comunicação de massa, tanto para realizar a sua pregação doutrinária, quanto para disputar com a concorrência o amplo mercado desse setor. Portanto, adota-se duas posturas específicas, de acordo com os interesses da Igreja, entre as 06:00 e as 24:00 horas a Rede Record, por exemplo, apresenta um conjunto de programas altamente comerciais, visando competir com as outras emissoras de TV. Já entre a meia noite e as 06:00 da manhã, veicula programas de cunho essencialmente religioso, objetivando o doutrinamento e a conversão de novos fiéis, nesse caso, se consideramos o público dessa faixa horária, observamos que se trata de pessoas solitárias por excelência, ou que estejam enfrentando algum tipo de problema, constituindo-se, portanto na assistência adequada para os interesses da direção da IURD.

## **IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS: LIMITES E DILEMAS DA TRANSIÇÃO DO “LOCAL” PARA O “UNIVERSAL”**

A Igreja Universal aproveitou-se de forma brilhante do contexto de crise geral no Brasil no final da década de 1970 e início dos anos 1980. Procurou se posicionar de forma propositiva frente às transformações sociais e políticas em curso, buscando redimensionar a expectativa de vida da massa de excluídos. Pregando a esperança de que dias melhores viriam, procurou lhes fornecer objetivos específicos de riqueza e felicidade, estimulando sonhos de ascensão social e afirmando ter acesso aos “meios” necessários para alcançá-los. As múltiplas relações do ser humano com o universo sagrado, segundo Mircea Eliade, fornecem algumas “pistas” para uma melhor compreensão e, ao mesmo tempo, interpretação das razões subjacentes que explicitam com relativa clareza que o inconsciente conduz, indelevelmente, as pessoas em condições de crises específicas e próprias da contemporaneidade a uma aproximação com a esfera do “divino”. Vejamos alguns de seus argumentos:

“(…) Toda crise existencial põe de novo em questão, ao mesmo tempo, a realidade do mundo e a presença do homem no mundo: em suma, a crise existencial é “religiosa”, visto que, aos níveis arcaicos de cultura, o ser confunde-se com o sagrado. É a experiência do sagrado que funda o mundo, e mesmo a religião mais elementar é, antes de tudo, uma ontologia. Em outras palavras, na medida em que o inconsciente é o resultado de inúmeras experiências existenciais, não pode deixar de assemelhar-se aos diversos universos religiosos. Pois a religião é a solução exemplar de toda crise existencial, não apenas porque é indefinidamente repetível, mas também porque é considerada de origem transcendental e, portanto, valorizada como revelação recebida de um outro mundo, trans-humano. A solução religiosa não somente resolve a crise, mas, ao mesmo tempo, torna a existência “aberta” a valores que já não são contingentes nem particulares, permitindo assim ao homem ultrapassar as situações pessoais e, no fim das contas, alcançar o mundo do espírito” (ELIADE, 1992. p. 171).

Nos termos dos pressupostos de Eliade, é possível uma maior aproximação da IURD, entendida como objeto de estudo e percebida em sua historicidade. Nesse sentido, a racionalidade (suas ações específicas) inerente aos seguidores dessa instituição não pode ser considerada a partir da perspectiva da alienação ou da ideologia simplesmente, pois as referências do sagrado, assim como a sua atuação efetiva, são imanentes aos seres humanos, mesmo operando no plano do inconsciente. Portanto, o discurso dos pastores da Igreja Universal, assim como suas práticas ritualísticas,

representações e simbolismos são dotados de coerência e lógica racional, perceptível apenas no nível de uma “cultura religiosa”. A propósito do simbolismo imanente ao sagrado e ao profano, o mesmo autor esclarece que o valor “simbólico” de um objeto ou de uma ação evidencia aspectos que, embora permaneçam implícitos, podem revelar a um observador mais atento as relações elementares que “ligam” o plano concreto ao abstrato. Sobre as potencialidades e a instrumentalização do conceito de simbolismo, Mircea Eliade observa que:

“(..) o simbolismo acrescenta um novo valor a um objeto ou a uma ação, sem por isso prejudicar seus valores próprios e imediatos. Aplicado a um objeto ou a uma ação, o simbolismo os torna “abertos”. O pensamento simbólico faz “explodir” a realidade imediata (visível, justamente por ser material, concreta. Grifo nosso), mas sem diminuí-la ou desvalorizá-la; na sua perspectiva, o universo não é fechado, nenhum objeto é isolado em sua própria existencialidade: tudo permanece junto, através de um sistema preciso de correspondências e assimilações. O homem das sociedades arcaicas tomou consciência de si mesmo em um “mundo aberto” e rico de significados. Resta saber se essas “aberturas” são meios de fuga ou se, ao contrário, constituem a única possibilidade de alcançar a verdadeira realidade do mundo (ELIADE, 1991, p. 178).

As reflexões de Eliade são essenciais para a aproximação e interpretação mais rigorosa do universo mágico-religioso da Igreja Universal do Reino de Deus, apreendida em sua historicidade global, levando-se em consideração suas dimensões concretas e abstratas. As configurações mais evidentes do objeto, quando observadas à luz do pensamento simbólico, evidenciam sua complexidade de sentido e as relações entre as duas dimensões, revelando as suas lógicas mais ocultas, que possibilitam uma compreensão mais global de seus múltiplos “valores”. Estes são percebidos em seus significados, assim como em suas representações significantes, circunstância que faculta a ressignificação histórica de seus processos determinantes e elementares.

A Igreja Universal do Reino de Deus organizou-se estruturalmente visando enquadrar-se na ordem estabelecida pelo regime militar, defendendo a obediência ao regime social, político e econômico vigente. Evitou, a princípio, entrar em polêmicas com outras instituições religiosas. Também não emitia opiniões sobre a política, posicionando-se de maneira favorável à ordem civil diferentemente do que fazia a Igreja Católica nesse mesmo período, embora seja importante destacar que durante o processo de instalação da Ditadura Militar no Brasil a Igreja Católica apoiou o projeto político das Forças Armadas (NAPOLITANO, 1998. pp. 64 e 65). A Universal procurou, desde

o início de seu processo de estruturação e expansão, enfatizar os fatores de ordem econômica de forma articulada com a sua interpretação da Bíblia, enquanto um recurso para converter novos membros.

Em situações de instabilidade profunda, segundo Leonildo S. Campos, o ser humano tende a buscar a solução para seus problemas no sagrado, isto é, quando todas as vias humanas (materiais) se mostram ineficientes, recorre-se ao milagre. Suas observações são muito próximas dos argumentos de Eliade, corroborando, suas afirmações acerca da dimensão do sagrado e de suas estruturas simbólicas.<sup>1</sup> Decorre daí o sucesso imediato da Universal, que propunha em sua pregação um “negócio” altamente vantajoso para os seus prováveis “futuros” membros, no qual a Igreja se posicionava como intermediária entre o indivíduo e Deus. A princípio, a intermediação com Deus se dava de forma individual para, posteriormente, tornar-se coletiva. O Deus apresentado por essa Igreja é extremamente exigente e sistemático na concessão de milagres, em troca de sacrifícios materiais exorbitantes. Mais do que a crise, a mentalidade contemporânea forneceu as condições adequadas para que o discurso iurdiano frutificasse no âmbito da pessoalidade. O tratamento reservado e individual dispensado aos fiéis busca a elaboração de soluções para os problemas de cada um, atendendo, ainda, ao individualismo crescente das pessoas na atualidade. Essa revolução no tratamento dos fiéis possibilita o seu controle e confere ao pregador condições mais eficientes e seguras de como dirigi-lo para a “mesa de ofertas”.<sup>2</sup>

A Igreja Universal elaborou o seu conjunto doutrinário simultaneamente à suas práticas ritualísticas e representações religiosas, ou seja, através do empiricismo e da experimentação, sempre sob a orientação e a direção do “Bispo” Edir Macedo de Bezerra. O poder decisório tem sido totalmente subordinado à sua pessoa, sendo que a unidade que existe na Igreja foi construída e consolidada em torno dele. Ele representa o modelo a ser seguido por todos os Pastores e Bispos. Esta circunstância pôde ser verificada e comprovada através da ampla divulgação da imagem do Bispo Macedo por Jornais, Revistas, televisão e rádios que não possuíam nenhum vínculo com os “Universais”. Obviamente que os meios de comunicação da IURD se esforçaram na divulgação sistemática e de caráter positivo da figura de seu líder fundador, sobretudo através do jornal a Folha Universal que circula semanalmente e é distribuído gratuitamente, tanto aos membros da Igreja, como à população em geral.

O “Bispo” Edir Macedo demonstra muita habilidade para aproveitar as crises econômicas, sociais e políticas, assim como qualquer oportunidade que venha a ser útil no processo de expansão da Igreja, pois, com efeito, os anos que vão de 1977 a 1985 foram efetivamente marcados por uma intensa expectativa política e uma grande turbulência econômica e social em todo o país. Foi um período caracterizado por acontecimentos marcantes que envolveram toda a sociedade brasileira, seja no movimento pelas diretas, seja no advento da morte de Tancredo Neves. A efervescência da atividade política provocava um frenesi nas massas e introduzia na mentalidade da população em geral, o desejo de transformação em todos os níveis da vida, sempre dentro da perspectiva de superação dos problemas sociais e econômicos que afetavam todo o país de uma maneira mais ou menos uniforme.

A mudança do regime político provocou desdobramentos em vários setores da vida em sociedade e seus impactos foram ampliados no sentido de se elaborar um projeto novo para o país. Este passava a pensar a si mesmo através dos movimentos populares e da formulação de uma nova Constituição em 1987 e 1988. Esse foi um tempo de esperança e de breves certezas de que a autonomia e a liberdade seria um sonho possível. Mesmo que por um breve período, a democracia pareceu possível, apesar da existência de numerosos conchavos políticos entre as classes que conduziam o processo de redemocratização no Brasil. Esse processo foi conduzido pelas mesmas elites conservadoras que se encontravam alojado no poder desde o Regime Militar, sendo que essa circunstância, de acordo com Poulantzas, reforça a idéia de um pacto entre as elites, entendida aqui como burguesias (POULANTZAS, 2000. pp. 60 e 61). O objetivo básico seria manter o controle geral dos processos sociais, políticos, econômicos e culturais sendo que novos grupos deveriam ser inseridos no conjunto dessas elites, entre esses, destacamos a Igreja Universal do Reino de Deus.

A morte do presidente Tancredo Neves fez com que milhões de brasileiros se sentissem órfãos e despertassem para a dura realidade do Brasil e de seu povo. A inflação e as constantes crises que se seguiram forneceram as condições ideais para a expansão definitiva da IURD. A pequena Igreja surgida em um salão comercial onde anteriormente funcionava uma funerária no Rio de Janeiro, em razão de sua expansão ao longo da década de 1980, começava a incomodar as instituições congêneres no início da década de 1990, especialmente a Igreja Católica e o monopólio dos meios de comunicação no Brasil, que era controlado pela Rede Globo de Televisão. Nunca é demais lembrar que foi a partir de uma origem modesta, ocorrida no final da Ditadura

Militar, que a Igreja Universal, beneficiada pela conjuntura social, econômica e política brasileira, bem como pelos conflitos próprios da modernidade e da modernização tecnológica de um capitalismo neoliberal, alcançou o status de uma instituição religiosa organizada, próspera e em franca expansão, tanto em número de fiéis, como no que se refere ao volume de seu patrimônio, com capacidade para competir com a Igreja Católica, pelo número de fiéis, e com a Rede Globo de televisão, pelo controle, utilização e domínio de meios de comunicação de massa.

### **MÍDIA E PODER NA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS**

A acumulação de riquezas, expressada em um amplo patrimônio pela Universal, segue um esquema racional, rígido e utilitarista, sob a orientação do “Bispo” Edir Macedo, em um padrão semelhante ao que era utilizado pelas mais eficientes empresas privadas que se encontravam plenamente inseridas no mercado. A aquisição de imóveis localizados em áreas centrais ou nobres e a compra de veículos de comunicações atenderam sempre a uma dupla finalidade: inicialmente tratava-se de um investimento financeiro que visava, em última instância, a possibilidade de um lucro certo, tanto no caso dos imóveis, como no caso das emissoras de rádio e televisão. Contudo, objetivava, também, maximizar e legitimar a Igreja no universo religioso brasileiro, sobretudo construindo uma imagem de riqueza e prosperidade de si mesma. Essa riqueza, expressa na ampliação crescente de seu patrimônio, consubstanciava-se, cada vez mais, em elementos concretos que alimentavam o seu discurso de prosperidade, de uma Igreja “forte”, constituindo uma auto-imagem bastante positiva.

Observamos, ainda que os investimentos na aquisição de gráficas e jornais atendiam as necessidades prementes de se defender das acusações feitas à Igreja Universal, pois com o seu crescimento acelerado passou a ser o alvo central de denúncias de toda natureza. Em alguns casos tratavam-se, simplesmente, de respostas de outras instituições, geralmente os “inimigos” reais e imaginários que a Igreja Universal tinha, ou desejava ter, pois isso lhe conferia visibilidade. No entanto, essas menções esporádicas nos meios de comunicação concorrentes tinham por origem (constantemente) um ataque anterior da própria Igreja Universal aos seus “adversários” preferenciais (Catolicismo, cultos afros e Rede Globo). Obviamente que a propriedade de gráficas e de jornais servia, também, para difundir a doutrina e os “êxitos” da Igreja, através de um marketing que enfatizava a sua eficácia, enquanto uma instituição



religiosa de “resultados”. Quanto aos imóveis, era em sua maioria utilizada como templos ou como residência temporária de lideranças. Enfim, cabe destacar que a posse de variados meios de comunicação de massa pela Universal constituía, a um só tempo, uma imagem de riqueza e de poder, tanto para se defender das acusações que lhe eram dirigidas, quanto para construir uma imagem positiva de seus candidatos aos cargos públicos.

Existe, porém, um detalhe muito importante a ser observado no que se refere ao conjunto das Igrejas: as instituições religiosas no Brasil são isentas do pagamento de muitos impostos, entre eles o Imposto Predial Territorial Urbano (IPTU). Em função dessa circunstância, a Universal privilegiava a aquisição de espaços valorizados pelo mercado imobiliário, uma vez que a não incidência de impostos imediatos ou futuros reduzia consideravelmente os custos da transação, possibilitando obter um lucro imediato substancial sobre o valor de mercado do imóvel.<sup>3</sup> Para ilustrar os cuidados e a ênfase dada pela Igreja à constituição de um patrimônio que expressasse a “idéia” de poder econômico e força política, além da noção de status social, realizamos um pequeno histórico de algumas de suas aquisições mais importantes, tanto no que se refere a emissoras de rádio e televisão, como de imóveis e jornais. O objetivo da Igreja Universal, vai além da posse efetiva de meios de comunicação de massa para a pregação e difusão de seu discurso religioso, o interesse aqui era, também, competir com as outras empresas de telecomunicações em seu próprio terreno, ou seja, no plano comercial de sua programação. O aspecto meramente comercial da rede de televisão da Universal passa a prevalecer sobre os interesses pregacionais, estabelecendo uma divisão do uso que se faria da televisão. Dessa forma, os programas religiosos passaram a ser apresentados durante a madrugada, buscando assim, alcançar de uma maneira mais direta o seu público alvo, ou seja, aquelas pessoas que sofrem de insônia, ou que estejam enfrentando sérios problemas pessoais.

#### **IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS: A CENTRALIDADE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO**

O primeiro veículo de comunicação adquirido pela IURD foi a rádio Copacabana em 1984, ponto de partida para a formação de um grande império de comunicação que passou a incluir redes de rádio, televisão e jornais. São trinta emissoras de rádio espalhadas pelo Brasil, inclusive FMs.<sup>4</sup> Em 1990, foi adquirida a

Rádio São Paulo; em 1995, ocorreu a compra mais controversa e polêmica em termos de emissoras de rádio – a aquisição da Rádio FM Scala, no Estado de São Paulo, depois de uma acirrada disputa que envolvia a Rede Globo, foram pagos 8,5 milhões de dólares em cinco parcelas. Quanto aos investimentos na aquisição de emissoras de Televisão, o ponto de partida foi a compra da TV Record pela soma de quarenta e cinco milhões de dólares em 1989, sendo que até 1996, Edir Macedo investiu, segundo o jornal da IURD (“Folha Universal de 07 de julho de 1996), cerca de 200 milhões de dólares, visando a sua modernização, transformando a Rede Record na terceira empresa do setor no Brasil em quantidade de emissoras e em uma das primeiras em termos de qualidade de equipamentos. Em 1995 a IURD adquiriu a TV Jovem Pan e suas oito emissoras filiadas pela módica quantia de quinze milhões de dólares, investindo outros trinta milhões de dólares na sua modernização. Também em 1995, adquiriu a TV Rio por vinte milhões de dólares. Para efeito de administração e competitividade, tanto a TV Jovem Pan, como a TV Rio foram incorporadas pela Rede Record. A partir desse ponto a TV Record passou a ser o terceiro conglomerado em termos de alcance, lucratividade e representatividade no Brasil.<sup>5</sup> Nesse, sentido, de acordo com a Folha de São Paulo de 10 de janeiro de 1996, no início de 1996 a IURD havia adquirido o restante das ações da TV Rio. É interessante observar que o ano de 1995 significou a expansão definitiva da Igreja Universal do Reino de Deus quanto à posse de veículos de comunicação, assim como se definiu que a sua utilização atenderia tanto às necessidades da Igreja, como aos interesses empresariais, concorrência com suas rivais (Globo e SBT).

A Igreja Universal comprou uma pequena gráfica e a estruturou para a edição de um jornal semanário, a “Folha Universal” que tinha, em 1999 uma tiragem de aproximadamente um milhão de exemplares a cada semana. Adquiriu, também, um jornal diário no Estado de Minas Gerais, várias gráficas, a gravadora Record Lines e um pequeno banco (Banco de Crédito Metropolitano - BCM) e várias empresas que trabalham na produção de móveis e equipamentos para os seus templos (Folha Universal de 07 de julho de 1996). Como se depreende dos dados listados acima, a IURD constituiu, em curto espaço de tempo, um império diversificado, onde todas as empresas tinham por prioridade maximizar a eficácia da Igreja, tanto no que diz respeito à difundir a sua imagem, como no que se refere à busca de lucratividade e a garantia de condições efetivas de rivalizar com seus “inimigos”. A Folha Universal é distribuída em todos os templos da Universal e tem como único patrocinador e mantenedor, a própria

Igreja. Os outros investimentos, inclusive o banco, têm como alvo a sua membresia, mercado certo para os bens materiais, o que corrobora a sua lógica administrativa de caráter monopolista, assim como demonstra uma visão de mercado bastante agressiva. As suspeitas quanto à origem dos recursos para compra de semelhante estrutura de comunicação aumentavam proporcionalmente ao crescimento do patrimônio sob o seu controle. Essa situação estimulou o surgimento de um número crescente de denúncias e de processos na justiça contra a IURD, provocando o recrudescimento (e mesmo a intensificação) dos antagonismos e conflitos entre a mídia em geral e a Igreja Universal do Reino de Deus.

Segundo fontes da própria Igreja, existia um planejamento arrojado para os anos fiscais da década de 1990, assim como vários projetos para aquisição de novos retransmissores de rádio e TVs e, também, de outras gráficas e jornais. Obviamente que a justificativa para a aquisição de mais meios de comunicação de massa passava pela “necessidade” de se ter acesso a instrumentos “altamente eficientes” para a difusão da “palavra” de Deus. O enorme esforço empreendido pela direção da Igreja para comprar e aparelhar as emissoras de rádio, TV e outros meios de comunicação, gerou suspeita quanto às fontes de captação dos recursos utilizados para cumprir com tantos compromissos de ordem financeira, uma vez que a sua receita seria, majoritariamente, oriunda de seus templos (doações e dízimos). Em um artigo publicado na “Folha Universal” de 09 de junho de 1996, o Bispo Edir Macedo de Bezerra afirma que a maior parte dos processos contra a IURD havia sido arquivada, e isto, segundo Macedo, seria uma “prova” definitiva da ação divina graças às vigílias e orações dos membros da Igreja. Tudo isso, é claro, comprovava, mais uma vez na ótica do pregador, que a Universal era efetivamente uma Igreja de “resultados”, onde Deus realmente se fazia presente o “tempo todo”. Essa situação culminou com uma série interminável de denúncias e processos na justiça, embora após 1995 haja um consenso de que as fontes de receita da Igreja Universal tenham aumentado significativamente em função (também) dos lucros oriundos das empresas que haviam sido adquiridas anteriormente, assim como dos diversos investimentos que foram realizados nesse período pela Igreja Universal. Destacamos que em função de a sociedade atual ser fortemente influenciada (dependente) pela mídia, mesmo em face das várias denúncias contra o Bispo Edir Macedo, a sua imagem permaneceu em evidência e, mais do que isso, adquiriu um destaque ainda maior. Essa circunstância confirma mais um aspecto da liderança carismática de Edir Macedo.

Sobre esse assunto, observamos que o esforço empreendido pela Igreja Universal para a aquisição do patrimônio acima listado, apresenta uma peculiaridade: o controle absoluto de todas as empresas, inclusive os templos, encontrava-se nas mãos do “Bispo” Edir Macedo de Bezerra. Para Campos, essa circunstância evidencia a existência de um círculo vicioso na esfera decisória sob a liderança carismática de Macedo, pois:

“(…) os sucessos do líder estariam associados à sua capacidade de arregimentar seguidores, mas, ele os reúne somente à medida que consegue demonstrar o seu carisma. Em nossa sociedade atual isso não pode ser feito sem uma presença constante na Mídia”. (CAMPOS, 1997, P. 289).

Obviamente que a direção da Igreja Universal do Reino de Deus tinha plena consciência da importância da posse de meios de comunicação de massa para a consolidação dessas “lideranças”, essas representariam um tipo “novo” de políticos, totalmente envolvidos com os princípios cristãos, logo impermeáveis à corrupção que caracterizava (e ainda caracteriza) a classe dos dirigentes públicos do país. Portanto, para além dos pressupostos de Campos, ressaltamos que o dirigente máximo da Igreja Universal tinha plena consciência de seus objetivos, ou seja, inserir-se na esfera decisória em escala local, regional e nacional, via mandatos políticos alcançados nas eleições municipais, estaduais e federais a partir de 1982. Nesse sentido, o projeto político da IURD já se encontrava delineado e sendo desenvolvido com bastante empenho, embora os trabalhos consultados que tratam dessa fase de sua expansão não tratem dessa pretensão dos dirigentes iurdianos de participar incisivamente da esfera de poder político no Brasil. A instrumentalização do poder, enquanto um mecanismo de convencimento e de participação efetiva nos círculos decisórios, foi pensada desde o princípio pela direção da Igreja. Buscava-se segurança, possibilidade de defesa em escala nacional e destaque social, político e econômico que lhe conferisse uma visibilidade cada vez maior.

#### **IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS: LIDERANÇA E CARISMA**

Um conjunto importante de elementos observados na estrutura organizativa da IURD tem como referência as exigências cotidianas e a necessidade contínua de expansão que, ao longo dos anos, tem desencadeado o processo definido por Weber

como “rotinização” do carisma. Esse processo, de fundamental importância para a análise que se apresenta, exige uma reflexão mais objetiva do que seria o “carisma” na (e da) Igreja. Em “Economia e sociedade”, Max Weber (1991) definiu o carisma como sendo uma das qualidades extraordinárias de uma pessoa, cuja virtude é considerada pela posse de forças sobrenaturais ou sobre-humanas – ou pelo menos extra-cotidianas – na medida em que são inacessíveis a todas as pessoas. Para ser validado, o carisma deve ser reconhecido através da reverência e confiança naquele que o possui. Este reconhecimento se mantém por comprovação das supostas qualidades carismáticas, que são demonstradas através de prodígios. Nesse sentido, o registro de uma das observações de Weber sobre o assunto:

“(…) No caso de faltar, de modo permanente, a comprovação, e o líder carismático parecer abandonado por seu Deus, ou pelas forças mágicas ou heróicas, e principalmente, se sua chefia não produzir nenhum bem-estar aos dominados, então, muito provavelmente sua autoridade carismática será dissipada” (WEBER, 1991, p. 161).

Supondo uma comunicação de caráter emotivo, a dominação carismática não possui um quadro administrativo burocrático, nem tampouco uma burocracia profissional. Nesta categoria de dominação, não há “colocação”, “destituição”, “carreira” ou “acesso”. Ocorreria apenas um “chamado” do senhor, inspirado e fundamentado na qualificação carismática do vocacionado. A questão da legitimação, circunstância evidente nesse caso pode ser considerada nos seguintes termos:

“(…) Legitimidade neste caso nada tem a ver com escolha. O líder é chamado por uma força superior e não pode recusar, e os seus seguidores têm o dever de obedecer ao líder possuidor da qualificação carismática” (BENDIX, 1986, p. 239).

Por ser extraordinária e extra-cotidiana, a dominação carismática se opõe igualmente às dominações racional e tradicional. A dominação burocrática é especificamente racional, pois se vincula diretamente a regras discursivamente analisáveis; já a dominação carismática é especificamente irracional, desconhecendo qualquer tipo de regra. A dominação tradicional, por estar ligada a precedentes do passado, orienta-se por normas; a carismática, em sua esfera de ação, justamente por ter o poder de subverter o passado, torna-se revolucionária.

A dominação carismática pode ser entendida como uma relação social rigorosamente pessoal, sendo mantida pela validade carismática das qualidades pessoais e pela corroboração, mostrando-se efêmera. Diante das exigências do cotidiano, isto é, do “interesse ideal ou material dos adeptos na persistência e reanimação da comunidade” (Weber, 1991, p. 162) e do problema elementar da sucessão, a dominação carismática altera seu caráter, podendo se tornar tradicional ou racional, ou ambas simultaneamente. Acontecendo mais frequentemente quando o problema da sucessão precisa ser solucionado, a transformação da dominação carismática constitui o processo definido por Weber (1991) como “rotinização” do carisma.

A rotinação, entretanto, não se reduz ao problema (sempre complexo) de quem será o sucessor. Na sucessão, a questão principal é a transição dos princípios e quadros administrativos carismáticos necessários à vida cotidiana da comunidade. Na verdade, o processo da sucessão afeta a rotinação do núcleo carismático, sendo que entre as principais conseqüências estão a designação do sucessor e o estabelecimento (em muitos casos a transferência) do carisma “hereditário”, ou seja, a qualificação segundo a descendência. Consideramos que o caso do governo “perpétuo” dos “Castros” em Cuba ilustra perfeitamente essa passagem, pois a partir do momento em que Fidel Castro ficou doente foi substituído imediatamente por seu irmão, Raúl Castro, embora seja pertinente registrar que essa sucessão estava “prevista” na constituição cubana, por vontade de Fidel Castro, é claro. Nesses termos,

“(…) Paralelamente à rotinação do carisma por motivo da nomeação de um sucessor manifestam-se os interesses na rotinação por parte do quadro administrativo” (WEBER, 1991, p. 163).

Com a adaptação do carisma ao cotidiano, surge o tipo particular de “carisma do cargo”, onde a crença na legitimidade não se dá em relação à pessoa, mas às qualidades e à eficácia dos seus atos, enquanto integrante ou funcionário de uma hierarquia, havendo neste caso, a transformação da dominação carismática em dominação racional. Chamamos a esse processo de “des-personificação”, sendo que Bendix (1986) observa que, nesse caso, ocorre uma transformação de sentido: de dom pessoal, extraordinário, capaz de ser testado e provado, o carisma se torna uma qualidade impessoal capaz de ser transmitida pelos laços sanguíneos (carisma familiar, como acontece atualmente em Cuba), ou de ser, em princípio, ensinada e aprendida (carisma institucional).

Para exemplificar a “des-personificação” do carisma através da institucionalização, Bendix recorre à idéia presente na Igreja Católica de “sucessão apostólica”, onde:

“(…) O sacerdote adquire a indelével qualificação carismática através da cerimônia de consagração do Bispo. Por esse ato simbólico o carisma é transmitido ao novo sacerdote, não como pessoa, mas como o novo encarregado de um cargo estabelecido. Configurando um exemplo do carisma como atributo de uma instituição” (BENDIX, 1986, p. 245).

É possível perceber que na Igreja Universal ocorre um processo semelhante, pois a partir de sua expansão e da formação de seu quadro administrativo e da sistematização de sua doutrina, tornou-se fundamental aprofundar o processo de institucionalização da Igreja. A liderança de Edir Macedo de Bezerra foi aos poucos se adaptando a estas exigências, na mesma medida em que o carisma foi sendo progressivamente “despersonalizado”, para que pudesse ser transmitido a outros membros ou tornar-se um atributo de um cargo da instituição. Nestas condições, Edir Macedo de Bezerra não exerce mais a função de “líder carismático” (no modelo weberiano), como “líder mundial”, tornou-se responsável pela expansão da IURD no exterior. Através de seus livros (obviamente que a sua conduta continua norteando o perfil de todos os que exercem algum tipo de função na administração da Igreja), fornece elementos básicos para a sistematização da doutrina “universal”. Desde o seu afastamento do controle da Igreja no Brasil, as questões administrativas e pastorais ficaram a cargo, exclusivamente, do “Presbitério Geral”<sup>6</sup>, cabendo aos obreiros e pastores os encaminhamentos das questões a serem discutidas e/ou resolvidas, realizando desse modo, a última fase do processo de “rotinização” do carisma.

Como expressões da institucionalização do carisma na Igreja Universal, temos as estruturas organizativas, formadas por um “corpo de funcionários” com salários, promoções e um estilo de vida regulamentado na perspectiva transcendental, como também a ênfase na formação e qualificação das pessoas que exercem cargos hierárquicos (pastores e Bispos). Acrescente-se a isto, as afirmações (por parte de seus dirigentes) de que a IURD é a única igreja capaz de “combater e vencer o demônio”, o que na linguagem “universal”, significa dizer que somente nesta igreja o poder do Espírito Santo (de curar e operar milagres) manifesta-se plenamente. Assim como a Igreja Católica, que durante séculos reivindicou a exclusividade na concessão das graças

de Deus, a Igreja Universal atribui, a si mesma, a exclusividade de manter uma relação bastante próxima com o Espírito Santo.

Em outros termos – e ainda que não se possa falar em “carisma familiar”, conforme propõe Bendix (1986) – encontramos sinais de que o processo de “rotinização” do carisma na IURD supõe, também, a descentralização de poderes a partir de grupos familiares. Um exemplo consistente dessa situação é fornecido por Barros, constatando em sua pesquisa que em 1995,

“(…) Um membro da família do Bispo Renato Suhett estava na direção da gravadora “Line Records”; o pastor Marcelo Pires, quando esteve à frente da Igreja Universal do Reino de Deus em Belo Horizonte (BH), foi auxiliado por seu cunhado, pastor Júlio César (irmão de sua esposa); e entre os principais auxiliares de Edir Macedo de Bezerra no exterior, estão seu genro (pastor Renato) e seu sobrinho (pastor Marcelo Crivella). Além disso, tem se tornado cada vez mais freqüente famílias inteiras atuando como obreiros na igreja – na sede de BH, por exemplo, é possível encontrar entre os obreiros irmãos, mãe, avó e/ou cunhadas (os) dos pastores” (BARROS, 1995, p. 72-3).

O envolvimento da família no processo de pregação da “palavra de Deus” permite que a IURD potencialize o seu interesse de continuar expandindo-se continuamente ou pelo menos possibilita que as suas celebrações sejam assistidas por um número maior de pessoas, visto que os “pedidos” de um parente muito próximo (mãe, irmã, tia ou avó) possivelmente serão atendidos, pelo menos uma vez. Embora não se pode descartar a possibilidade de que a pessoa venha a voltar outras vezes ou mesmo se torne um membro efetivo (fervoroso) dessa Igreja.

Contudo, o **Carisma**, em seu sentido sagrado é definido por Leonardo Boff como:

“O carisma é uma manifestação da presença do Espírito nos membros da comunidade, fazendo com que tudo o que são e fazem seja feito e ordenado em benefício de todos, servindo-se das virtudes necessárias para o cotidiano da convivência fraterna: paciência, benevolência, superação da inveja, da soberba, da ambição, da irritação, da suspeita malévol, da busca de si mesmo e de seus interesses” (BOFF, 2005, p. 319).

Nessa obra Boff refletiu longamente sobre a importância do carisma e do poder na Igreja Católica, apresentando dois tipos elementares de carisma:



“..o rotineiro [ordinário] definido por uma hierarquia rigorosa e um forte espírito capitalístico que dá origem ao medo e à multidão de medíocres de espírito subservientes prontos a atender qualquer aceno de seu patrão eclesiástico; e o extraordinário onde aflora a criatividade e as pessoas sentem efetivamente membros e não meros fregueses de suas comunidades, propiciando espaço para a realização religiosa de todos com suas várias capacidades (carismas) postas a serviço de todos e do evangelho” (BOFF, 2005, p. 318).

Como se observa, tanto o rotineiro (ordinário) quanto o extraordinário insere-se na categoria de carisma, contudo segundo Boff, para permanecerem carismas devem,

“...ser sempre referidos ao Espírito e não simplesmente à vontade de auto-afirmação e devem se ordenar não ao próprio interesse, mas ao interesse comunitário. Carisma é serviço. É função, o carisma não está preso a uma institucionalização de ordem sacramental”(Op.Cit. 2005, p. 320).

A partir dessa conceituação de **Carisma** elaborada por Leonardo Boff, postulamos que as práticas doutrinárias da Igreja Universal do Reino de Deus atendem, essencialmente, ao tipo de ordinário de carisma. Diferentemente dos pressupostos dos autores que se ocuparam do tema defendemos a tese de que o discurso mágico-religioso da IURD reveste-se de princípios que se localizam fora da esfera religiosa, atendendo prioritariamente aos interesses de caráter capitalista, onde os “fiéis” são tratados, efetivamente, como “fregueses” da Igreja Universal do Reino de Deus. Essa condição pode ser amplamente percebida através das variadas “campanhas” promovidas pela Igreja, onde o dinheiro se consubstancia no elemento central tanto do discurso, como de sua prática. Nesse sentido, o que se observa na Igreja Universal é um exercício mercadológico dos “bens” divinos a partir do “pagamento” efetivo e integral dos valores estipulados pelos seus pastores, nesse caso vale observar o que diz Leonardo Boff,

“Se houver repressão de um sobre o outro, vontade de poder, então passa a funcionar o espírito ‘humano’ em vez do Espírito de Cristo. Recaímos no regime do legalismo, do farisaísmo e do judaísmo decadente. Nesse caso, haverá ordem, disciplina e obediência. Mas, podemos encontrar isso também, e muito melhor, num exército. E a Igreja não é um exército, nem se reúne para estudar e aprender a matar no ataque e na defesa” (Op. Cit. 2005, p. 322).

O ritual praticado na Igreja Universal se enquadra à perfeição no modelo apresentado acima, de forma que prevalece o “espírito” mundano na maioria de suas ações. Os exorcismos praticados na Igreja Universal é um bom exemplo de seu caráter

profano, na medida em que estabelece uma relação de poder baseado na mistificação, auto-ilusão inconsciente, pietismo e sobrenaturalismo. A “cura” estará sempre associada a uma “troca” com Deus, melhor dizendo, com a IURD, seja em doações, seja em “campanhas” para garantir que o “demônio” não irá retornar. A maioria absoluta das “entidades” que se manifestam nesses rituais de exorcismos são definidas como espíritos da “pobreza” e da “miséria”, sendo, pelos pastores, integralmente responsabilizados por todos os problemas e dificuldades que o “possuído” estiver enfrentando. A legitimação da auto-suficiência espiritual dos pastores e bispos nesses assuntos nos remete a questão da autoridade e do poder na estrutura da Igreja Universal do Reino de Deus, sendo mais uma vez valiosa as observações de Leonardo Boff sobre o tema:

“Podemos observar que a rígida estruturação hierárquica de uma Igreja dá [confere] proveito e vantagens de toda ordem (religiosa, meritocrática, financeira, social, tráfico de influências, privilégios públicos) a seus portadores. Afloram o carreirismo, as subserviências que ele implica, as declarações diplomáticas, o não-comprometimento, a ocultação da verdade, a renúncia e a morte de todo espírito profético. Arquétipos do poder, da ascensão social via caminho religioso, ganham livre curso. Então, em vez de termos na Igreja pastores que edificam sua comunidade, temos medíocres espíritos desfibrados, preocupados mais com a própria imagem do que com a verdade do Evangelho, faltos de amor aos homens e aos pobres, pelos quais Cristo tudo arriscou” (Op. Cit. 2005, p. 326).

Nessas condições, o discurso mágico-religioso da IURD propaga, em vários momentos, ódios, discórdias, rixas, dissensões, divisões e invejas, como pode ser observado em diversas passagens que foram sendo registradas ao longo de nossa pesquisa. Portanto, a instrumentalização do **Carisma** na Igreja Universal do Reino de Deus segue princípios específicos da esfera do profano, sendo o aspecto sagrado apenas uma força de sua retórica. Se considerarmos que as pregações dos pastores iurdianos têm por base os escritos bíblicos e conhecemos minimamente esses escritos, então é possível constatar as inversões de sentido dos princípios da Bíblia, sobretudo no que se refere à sua orientação central: a função religiosa é servir à comunidade gratuitamente e não comercializar os bens divinos, estabelecendo regras e valores para se ter acesso a uma “benção”, até porque a benção é uma doação exclusiva de Deus, não estando subordinada aos interesses de líderes religiosos. A conclusão então é simples: em nossa atualidade a maioria das pessoas não tem o hábito de ler a Bíblia, confiando totalmente

nas interpretações que os pastores fazem das mesmas. Nesse caso, temos a ingenuidade e a negligência de um lado, e a concupiscência de outro, baseada na má-fé e na busca apaixonada por vantagens econômicas, sociais e políticas dos dirigentes religiosos, em especial os da Igreja Universal do Reino de Deus.

#### **A CENTRALIDADE DA PROPAGANDA NA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS**

A Igreja Universal logo que efetivou a compra das emissoras de rádio e televisão, através dos registros próprios, elevou de forma substancial o preço para utilização de seus veículos, tornando inviável o seu uso pelos concorrentes (CAMPOS, 1997, p. 290). De qualquer forma, os veículos de comunicação que foram adquiridos deveriam servir, predominantemente, para fins religiosos que seriam definidos por sua direção. Na medida em que foram incorporados à Igreja passaram a ser utilizados no sentido de incrementar a sua atuação, seja como marketing, seja facultando a sua inserção em novos meios sociais, o que ampliava as suas possibilidades de expansão. Em última instância, a posse de emissoras de rádio e de televisão facultava uma visibilidade cada vez maior, tanto entre os seus fiéis, como, de forma muito especial, para a sociedade em geral, isso até aproximadamente 1996.

É relevante destacar, também, a importância da propriedade de meios de comunicação pela Igreja Universal do Reino de Deus, enquanto um eficiente instrumento de defesa (rádios, TVs e jornais) para enfrentar os constantes ataques da mídia em geral. Isso ocorria em razão da Igreja estar incomodando (em certa medida, contrariando certos interesses) alguns setores específicos do empresariado brasileiro. Assim, era necessário manter a posse e o controle de meios eficientes para responder às denúncias que eram levadas a público. A utilidade dos meios de comunicação transcende os limites acima apontados e se tornam um eficiente instrumento de marketing, através de variados programas promocionais e da divulgação de seus variados produtos religiosos, realizando a promoção da “marca” IURD. Trata-se de uma situação típica de tentativa de inserção em um mercado onde a concorrência é bastante acirrada, aproveitando-se do fato de que a maioria absoluta do povo brasileiro possui aparelho de TV em suas casas, embora faltem outros itens elementares ao bem-estar de seus moradores, conforme observa Hobsbawm em seu livro “Era dos extremos: o breve século XX 1914-1991” (HOBSBAWM, 1995, p. 484).

São anunciados desde os endereços dos templos e seus respectivos horários de funcionamento até programas específicos de testemunhos de fé e partes de seus “cultos” (celebrações), onde são praticados exorcismos, algumas vezes com cenas impressionantes de “possessão demoníaca”. Obviamente, os pastores da Igreja demonstram todo o seu “conhecimento” e “domínio” sobre os assuntos relativos ao espiritismo e os seus desdobramentos e conseqüências para a “vida” religiosa dos fiéis. Além disso, são anunciadas as campanhas da “Vitória” e são realizados convites, verdadeiros apelos para que os telespectadores ou ouvintes participem e possam ter a sua vida “transformada”, em termos de riqueza, abundância e felicidade, sempre em função de ter a certeza de ser um dos “eleitos”. As chamadas “Campanha da vitória”, “Histórias de vida” e “Testemunhos de fé” são instrumentos eficientes e bastante explorados pela propaganda e pelo marketing da Igreja Universal em seus horários dedicados à pregação. Assim, as emissoras de rádio e TV têm um papel relevante como veículo do discurso da Igreja. Ao observar atentamente as atitudes que são adotadas pela Igreja Universal, é possível analisá-la a partir de conceitos específicos da administração e das orientações próprias do mercado. Sua orientação é marcada pela perspectiva mercadológica, demonstrando profundo conhecimento e domínio das regras que regem o mercado, assim como da importância da propaganda para se ter um excelente desempenho nos “negócios”.

A IURD se especializou no uso dos meios de comunicação de massa, combinando sua pregação agressiva com imagens próprias para a ocasião, conforme definição de seus apresentadores, “Imagens Fortes que ilustram a vitória da Igreja sobre o Demônio”. Procuram efetuar um contato direto com o seu público alvo através de participações ao vivo pelo telefone ou por meio de debates entre profissionais liberais e membros da Igreja sobre os mais variados assuntos. Os debates promovidos com o envolvimento de profissionais liberais atendem à necessidade de se desmistificar a instituição, dando demonstrações explícitas de sua postura “democrática” e de que a mesma se encontra preocupada com questões mais gerais que se referem à vida da sociedade. Neste contexto, busca-se envolver o público, impressionando-o com uma retórica às vezes contundente e às vezes amena, procurando sempre (que for possível) difundir os princípios que norteiam a Igreja. Esta é sempre apresentada como o local privilegiado de atuação do Espírito Santo, onde ocorrem “milagres, curas e vitórias” a todo instante com os seus fiéis e, ao mesmo tempo, deixa claro que seus meios de

comunicação estão à disposição da comunidade em geral, pelo menos nos momentos em que se promovem tais debates.

Percebe-se nos discursos e nas práticas de seus pregadores, que essa Igreja não mede esforços para passar a imagem de que é, efetivamente, uma “Igreja de resultados”. O seu próprio histórico, tendo em vista o crescimento impressionante da instituição nas últimas três décadas, tanto no que diz respeito ao número de fiéis, como no que se refere ao seu patrimônio em termos financeiros, funciona como um fator de convencimento eficiente. É importante reconhecer que a Igreja Universal teve sucesso em seus empreendimentos e conseguiu uma visibilidade impressionante, tanto no Brasil, como no exterior. Essa condição torna-se mais evidente na medida em que ela é comparada a outras instituições religiosas no mesmo período. A tríade representada pelo exorcismo, a cura e a prosperidade são, de certo modo, o “carro chefe” da propagação da Igreja. Esta procura demonstrar de forma evidente a sua força através de testemunhos que explicitem a idéia de poder e, ao mesmo tempo, apresentem um espetáculo a quem assiste suas celebrações, tudo isso é aproveitado em suas propagandas cotidianas.

A imagem configura-se em um poderoso instrumento de convencimento para a IURD, pois, apesar da distância, têm o poder de fazer o telespectador refletir sobre os benefícios que podem ser alcançados, mexendo com a imaginação das pessoas. Em uma época onde o ser humano torna-se cada vez mais individualista e isolado, sendo gradualmente engolido pela tecnologia e pela fugacidade voraz do mercado, qualquer proposta de integração que aponte para o fim do sentimento de exclusão ou do sofrimento solitário e sem saída, apresenta boas possibilidades de obter sucesso. Esse aspecto da retórica iurdiana, assim como a capacidade de penetração de seu discurso no contexto brasileiro foi discutido por Jung Mo Sung no livro “Misticismo e novas religiões”. (SUNG, 1994). As categorias do repertório mágico-religioso proposto são expressas pelo discurso dos seus pastores e, em sua linguagem ritual, estas categorias modelam a visão de mundo que os dirigentes apresentam aos seus fiéis. Nesse sentido, evidencia-se sua preocupação (e visão empresarial) com as dificuldades inerentes às pessoas comuns, fornecendo-lhe uma possibilidade de inserção, compartilhamento e participação em um grupo que privilegia a fraternidade e a solidariedade. Isso ocorre contraditoriamente no interior do individualismo fundado nos interesses de ascensão social e econômica de caráter pessoal, circunstância típica do capitalismo atual.

A Igreja Universal do Reino de Deus prioriza a utilização de seus meios de comunicação (rádio, jornais e TVs) com o fim específico de veicular informação e

imagens que promovam seus “produtos” e divulguem as suas campanhas, levando a sua mensagem até a comunidade, com o objetivo específico de atrair mais fiéis. A diferença essencial, em relação a outras empresas, reside no fato de que possui uma especificidade única, pois representa um conglomerado de empresas que atuam nos mais diversos setores da economia de mercado, não se restringindo à sua função religiosa. O que poderia ser uma dificuldade representa, ao contrário, uma vantagem, pois a igreja tem o seu próprio público cativo, ou seja, o seu mercado exclusivo, sendo que a sua inserção no mercado formal dar-se-ia com o tempo (é o que realmente está acontecendo, basta observar que a TV Record, na atualidade, diversificou bastante a sua programação, produzindo novelas, transmitindo filmes variados e vendendo seus espaços publicitários como qualquer outra rede de TV).

No mundo atual, a pessoa ou instituição que tem um poder real de convencimento (manipulação) das opiniões e também das escolhas de um grupo de pessoas, possui, na verdade, um poder muito maior, não somente para vender os seus próprios produtos, como também para participar do “jogo” político em condições altamente vantajosas. Portanto, a IURD tem o controle das duas dimensões imanentes ao “poder”: possui por definição um “mercado cativo” e têm reais condições de influenciar no jogo político, aliás, sua liderança já deu várias provas de que sabe muito bem como tirar proveito dessas “formas de poder”.

São amplamente divulgados, pelos meios de comunicação da Igreja, as histórias de vida e os testemunhos de fé que, em síntese, relatam a ocorrência de algum milagre na vida dos fiéis, ressaltando que esses milagres tiveram por local privilegiado a IURD. É fácil perceber que esses programas funcionam como uma propaganda poderosa, pois ao ressaltar a idéia de “eficácia” da Igreja, reafirma que o “poder divino” está sempre presente e atuante no interior de um de seus templos.

A hipótese acima foi confirmada por Leonildo Silveira Campos:

“(…) A manutenção das emissoras da IURD, boicotadas pelas empresas de publicidade {**de 1990 à 1996, aproximadamente**}, se dá por meio de transferência de recursos da Igreja para as emissoras, quase que exclusivamente [grifo nosso]” (CAMPOS, 1997, p. 276).

Em conseqüência disso, observa-se que ocorria, até a década de 1990, uma troca de favores: os meios de comunicação de massa servem incondicionalmente à Igreja e esta por sua vez garantia parte dos recursos para a manutenção desse enorme império

rádio-televisivo e também de seus jornais. Fica evidente o custo milionário para se manter tais empresas e, mesmo em uma análise superficial, é instigante considerar que essa soma formidável tivesse (indefinidamente) por fonte, quase que exclusiva, as doações das campanhas levadas a efeito nos templos e os recursos advindos do dinheiro recolhido, na maioria das vezes, da periferia da sociedade e transformado em patrimônio da Universal. No entanto, conforme já referido acima, é preciso reconhecer que as empresas da Igreja (sobretudo as componentes do conjunto rádio-televisivo), progressivamente, estão sendo absorvidas pelo mercado formal, atuando para além da esfera exclusivamente religiosa. A questão que se coloca para ser averiguada na atualidade é se isso ocorre graças a uma administração eficiente, ou se os recursos para sua manutenção e crescimento continuam vindo quase que unicamente, da Igreja Universal do Reino de Deus.

A aquisição progressiva de veículos de comunicação apresenta uma lógica contundente: visibilidade, investimentos seguros à médio prazo, condições otimizadas de promover os seus produtos (marketing e propaganda) e o acesso a mecanismos de defesa eficientes e expressivos em termos de alcance e possibilidade de penetração na sociedade. Essa constatação é bastante pertinente para as décadas de 1980 e 1990 e encontra respaldo na instabilidade reinante no período tratado, onde se verificava a ocorrência de ascensões meteóricas, seguidas de quedas fulminantes de lideranças, como foi o caso do ex-presidente Fernando Collor de Mello (fase de riscos altos, mas também de grandes oportunidades para aqueles que tivessem visão de futuro e disposição de investir). A ascensão geralmente se dá através de uma maior visibilidade na mídia, porém, a capacidade de se manter no ápice (topo) reside na constante realização de atos significativos em nível nacional e, mais do que isso, na competência em garantir a integridade moral do líder frente às denúncias que possam surgir.

Para isso a posse de meios de comunicação representa um mecanismo excepcional de defesa especialmente quando levamos em conta que os meios de comunicação de massa são, por excelência instrumentos de formação de opinião pública. Nesse caso, pelo menos no que diz respeito a uma parcela específica da população, aquela que é afeccionada por programações televisivas, a imagem da Igreja será preservada das denúncias de seus inimigos e/ou concorrentes. Além disso, os recursos financeiros podem viabilizar acordos e negociações, ou mesmo fornecer a possibilidade de ampla defesa em nível da justiça, uma vez que os interesses se cruzam em algum momento devido a sua própria expressão financeira e ao peso representado

pelo número de adeptos, seja no plano econômico, seja no plano político. A “imagem” de uma “Igreja forte e de Resultados” se expressa, também, e, sobretudo, pela propriedade de bens materiais luxuosos e requintados, como é o caso das “Catedrais da fé”, assim como sua rede de televisão, rádios e gráficas (jornais).

### **REPRESENTAÇÕES DA IDÉIA DE “CENTRO” NA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS**

Quanto à questão dos imóveis adquiridos pela IURD, resta discutir a sua aplicação própria para a pregação, suas representações e o universo simbólico dos seus fiéis. Em geral, os templos se localizam em bairros centrais ou em áreas privilegiadas e de passagem obrigatória: nas proximidades de escolas, shopping centers, delegacias, terminais de ônibus, entre outros locais de grande movimento de pessoas. Esta opção resulta de uma estratégia para se diferenciar de outras igrejas (Católica e protestante, sobretudo pentecostais) de maior penetração nas classes populares. Esse fator é parte integrante de uma estratégia que tem por objetivo consolidar a imagem da Igreja na mente das pessoas.

A partir da localização de seus templos, os dirigentes iurdianos estabelecem o fluxo migratório entre os fiéis da periferia, em direção ao centro. Em razão do deslocamento geográfico, os fiéis começam a vislumbrar a possibilidade de ultrapassar alguns de seus limites estruturais, como a melhoria de suas condições concretas de sobrevivência, por exemplo. Inicialmente a Igreja Universal não estava presente nas favelas e nos bairros populares, seus templos localizavam-se preferencialmente em ruas muito movimentadas ou avenidas comerciais. O deslocamento dos fiéis de suas residências, situadas nas periferias, para o templo localizado no “centro”, possui, a nosso ver, um significado simbólico que remete a pessoa à “idéia” de uma possibilidade bastante concreta de superação da pobreza e, ao mesmo tempo, de ascensão social. Conforme a pregação da Igreja todos os fiéis estão destinados a experimentarem o crescimento econômico e a ascensão social em suas vidas.

A tendência de abrir templos nos bairros mais centrais produz efeitos na organização interna da Igreja, pois favorece a rotatividade dos pastores e a permanência dos fiéis. Os horários das reuniões e a localização dos templos favorecem a frequência dos fiéis, uma vez que são realizadas várias reuniões todos os dias com horários seguidos que vão das sete às vinte e duas horas. Ressaltamos aqui que a maioria dos fiéis mora na periferia dos grandes centros urbanos e fica difícil chegar a sua casa a



tempo de ir assistir à reunião, assim, geralmente, as pessoas participam do culto e depois vão para casa. No mesmo sentido, cabe destacar que o ministério da Igreja Universal é itinerante, com transferências constantes de pastores. Essa medida reflete a preocupação de seus dirigentes em evitar que os pastores criem laços de solidariedade com os membros do templo em que estiverem atuando, pois em caso de dissidência poderia ocorrer uma evasão de fiéis. Da mesma forma, a arrecadação de dízimos e ofertas poderia diminuir em função do “apego” do pastor como os seus fiéis.

A ampliação do patrimônio da Igreja funciona como elemento catalisador de sua “membresia” (conjunto de fiéis que freqüentam assiduamente a IURD), justamente devido a sua ênfase econômica e a sua autodenominação de “Igreja de Resultados”. Nesse sentido, a propriedade de veículos de comunicação de massa apresenta várias vantagens, com destaque para a propaganda visando à expansão de sua mensagem e, conseqüentemente, de seus membros. No limite, pode fornecer a possibilidade e as condições para que a Igreja apresente, de forma eficiente, a sua defesa ante a avalanche de denúncias que enfrentou, a partir de 1989. Enfim, o seu patrimônio serve como referencial de riqueza e poder para a sociedade em geral, na medida em que consolida a imagem de uma denominação em franco crescimento, isso em um período de fortes crises econômicas e sociais.

Constatamos ainda que a Igreja Universal adquiriu uma maior visibilidade a partir da aquisição e do uso sistemático e irrestrito dos meios de comunicação de sua propriedade. A questão relativa à constituição de uma base “teológica” que conferisse certa sustentação para a Igreja, sobretudo, no que se refere ao seu relacionamento com outras instituições religiosas, avançou relativamente (era necessário à Igreja Universal se legitimar ante o Conselho Nacional de Pastores do Brasil - CNPB). De qualquer forma, a fundamentação teológica elaborada apresentava elementos que mais se aproximavam de uma ideologia representativa de superação da crise interna da Igreja naquele momento e da condição de exclusão dos “prováveis” futuros fiéis. Essa fundamentação teológica somente experimentou um impulso definitivo a partir de 1992, quando se iniciou o processo de institucionalização definitivo da Igreja.

Destacamos que uma das primeiras tentativas da IURD de agir institucionalmente aconteceu em 1993, quando empreendeu um grande esforço para consolidar o “Conselho Nacional de Pastores do Brasil” (CNPB) junto ao Governo Federal. Este conselho buscava adesões nas principais igrejas evangélicas do país, tendo a Igreja Universal do Reino de Deus como a principal incentivadora (Folha Universal,

29 de agosto de 1993). Formado, principalmente por lideranças pentecostais, esse conselho teve sua origem marcada pela prisão de Edir Macedo de Bezerra, em 1992. Naquele momento, vários líderes religiosos protestaram contra a forma pela qual a prisão foi efetuada, hipotecando sua solidariedade ao “Bispo” Macedo. A partir de então, as lideranças foram mobilizadas em torno da necessidade de “defender todos os pastores do Brasil que precisassem de apoio, quando fossem injustiçados e quando alguém se levantasse contra eles, por razão de perseguição” (Folha Universal, 29 de agosto de 1993).

No ano de 1992, em função dos vários processos enfrentados pela Igreja Universal e da ampliação de denúncias que envolviam os seus dirigentes (entre eles a prisão do “Bispo” Macedo sob a acusação de charlatanismo, sonegação de impostos e lavagem de dinheiro), iniciou-se o processo de descentralização gradual das decisões referentes aos assuntos internos. Entre essas decisões Edir Macedo de Bezerra resolveu instituir o “bispado”, ou seja, foram “consagrados” vários Bispos, sendo que Edir Macedo de Bezerra passou a ser o “Bispo Primaz”. Essas medidas visavam desviar a atenção da opinião pública e da justiça da figura do líder da Igreja. O pastor José Cabral afirma que, a propósito do processo de institucionalização da IURD, o “Bispo Primaz”, Edir Macedo de Bezerra havia “ordenado” a consagração de novos Bispos e dividido o Brasil em regiões episcopais em meados de 1993. Portanto, nessas circunstâncias, considerava-se que a Igreja estava avançando formalmente em seu processo de institucionalização. Graças ao poder econômico da Igreja, de suas articulações políticas, de uma defesa vigorosa e amplamente difundida pelos meios de comunicação e da “falta” de provas conclusivas, todos os processos ou foram arquivados ou encontram-se em moroso processo de tramitação na justiça.

A dimensão que a Igreja havia alcançado, em termos de crescimento patrimonial e expansão territorial, com a implantação de templos em várias regiões do mundo, assim como do aumento significativo de sua membresia, tornou impraticável a sua administração de forma centralizada na pessoa de Edir Macedo de Bezerra. A estrutura havia se tornado excessivamente grande para que uma única pessoa tivesse condições de tomar todas as decisões que se fizessem necessárias, dentro de um espaço de tempo racional, sem que nada viesse a passar da hora. Visto que a IURD continuava apresentando um crescimento constante nas mais variadas regiões do planeta, de forma que as demandas de rapidez nas decisões a serem tomadas exigiam a existência de

pessoas especializadas, por isso o processo de descentralização se tornou uma necessidade imperativa e inadiável.

Nas condições atuais qualquer empresa precisa maximizar a comercialização de seus produtos para se auto-sustentar. No caso da Universal, contrariando todas as lógicas, continua crescendo em nível de patrimônio e membresia, sendo que suas empresas produzem um lucro apenas razoável, conforme o exposto acima e sempre de acordo com as fontes oficiais pesquisadas. Mesmo considerando, segundo Leonildo Silveira Campos (1997), a demanda de seus “produtos” religiosos, portanto, de caráter abstrato, é difícil acreditar na captação mensal do montante necessário para, mais do que manter também expandir o seu patrimônio, porém dados recentes indicam que várias empresas do grupo “Universal” tornaram-se, ou estão se tornando auto-suficientes. No que diz respeito aos produtos ofertados pela IURD, destacamos a cura, a libertação através do exorcismo e a prosperidade financeira que poderia ser alcançada através de uma variedade de subprodutos, como campanhas e desafios de fé.

Entretanto, questionar esse fato pode revelar desconhecimento quanto ao poder da mídia e, mais ainda, quanto à realidade sócio-econômica da época atual. Um conhecimento superficial do ser humano da pós-modernidade esclarece um pouco a origem de tamanho poder de arrecadação de dinheiro levado a efeito pela Igreja, assim como se faz necessário levar em consideração a racionalidade dos modelos de administração atuais. Especificamente no caso brasileiro, onde temos um sistema estatal de assistência médica falida, uma taxa de desemprego alarmante e uma distribuição de renda que é considerada historicamente uma das mais desiguais do mundo, é fácil, a partir de uma análise mais detalhada desses pressupostos chegar à conclusão de que o indivíduo encontra-se abandonado a sua própria sorte. Assim, os “produtos” ofertados pela IURD prometem integrar os brasileiros excluídos de acordo com as campanhas realizadas em seus templos. A cura, a prosperidade e a libertação são os produtos mais desejados pela maioria dos brasileiros.

Conforme Pierre Bourdieu (1979, p. 102) “....o milagre, a esperança mágica é o objetivo de futuro daqueles que não tem futuro.” Por isso inferimos que a desesperança e a exclusão cristaliza no imaginário das pessoas a fé no sobrenatural. Ao não ter acesso aos meios materiais, a pessoa passa a acreditar no milagre como único ponto de ligação com o mundo à sua volta. Ao canalizar as frustrações e os desejos das pessoas, os pregadores elaboraram a demonização dos males que acometem a pessoa, pode ser um espírito da doença, da miséria, da bebida. O que interessa, nesse caso, é encontrar um

“culpado” para a condição de “derrota” do futuro membro. A partir daí, efetua-se o ritual do exorcismo que “culmina” com a libertação do “possuído”. Paralelamente é realizado um trabalho de apoio, no sentido de introjetar na pessoa a confiança em Deus, não em um “Deus” qualquer, mas naquele que se faz presente “constantemente” nos templos da IURD. A frequência nas reuniões e a participação nas “campanhas”, que sempre envolvem dinheiro, é condição essencial para a “libertação”.

Nesse sentido, Jean Delumeau observa que:

“...Em um período de intenso medo, mesmo as interpretações teatrais estavam impregnadas de satanismo, porque os diretores e artistas sabiam que o elemento diabólico agradava o público formado por pessoas comuns...” (DELUMEAU, 1993, p. 121)

De acordo com Delumeau, em períodos de insegurança as pessoas tendem a apresentar uma atração mórbida pelas tragédias e pelos espetáculos grotescos. Nesses termos, consideramos que os exorcismos praticados na (e pela) Igreja Universal refletem em certa medida essa situação. Da mesma forma, a instabilidade política, social e econômica do Brasil na década de 1980 e princípios dos anos de 1990, produziu um amplo material humano para certas práticas religiosas. Nesse caso, especificamente, temos as práticas que são efetivadas pela IURD. Há um prazer perverso em assistir ou participar de rituais onde o ser humano, geralmente “um igual”, se submete à situações ultrajantes, é como se a pessoa, ao assistir ao “espetáculo” mórbido de exorcismo, estivesse sendo ela própria exorcizada. A constatação de alguém que se encontra em situação difícil, de que existem pessoas em condição pior, fornece de certa forma, um consolo, um alívio e também uma esperança de solução para os seus problemas.

Percebe-se, na prática da demonização, o uso de rituais próprios das religiões afro-brasileiras e do catolicismo popular, conforme sugere Campos (1997)<sup>7</sup> especialmente no que se refere ao exorcismo. Em função da forte influência, tanto do catolicismo, como dos cultos afros na sociedade brasileira, a Universal têm obtido amplas vantagens na elaboração de seu discurso teórico de negação, enquanto que na prática apresenta uma forte assimilação de certos ritos. Assim, o discurso mágico-religioso da IURD penetra profundamente no imaginário simbólico das pessoas, detectando dois inimigos formidáveis para serem combatidos, a saber: o catolicismo e os cultos afro-brasileiros. Essa orientação fornece material amplo para debates, acusações e propostas de solução para a vida daqueles que estão, segundo os pastores,

“no fundo do poço”. Portanto, possuir os seus próprios meios de comunicação é fundamental para a direção da IURD, é isso que lhe dá visibilidade e possibilita estar presente em muitos lugares ao mesmo tempo.

É significativo o fato de, em 1996, a Igreja Universal do Reino de Deus possuir 2.100 templos no Brasil e ainda se dar ao luxo de manter o seu líder máximo, o “Bispo Primaz”, Edir Macedo de Bezerra nos EUA. Esse fato é bastante ilustrativo, pois explicita parte da visão de mundo elaborada pela Igreja, tanto para si mesma, como para seus seguidores e, em certa medida, também para a sociedade em geral. Ela precisa construir uma representação imagética que emane poder, expresse força e se defina pela riqueza manifestada em um patrimônio impressionante, sobretudo, quando se leva em conta o tempo que foi necessário para ser acumulada. Nesse sentido, os EUA, enquanto representante maior do capitalismo mundial torna-se o local apropriado para o desenvolvimento de sua doutrina, ou pelo menos o lugar de onde o líder máximo da IURD intensifica a “aura” mítica que envolve a sua figura emblemática, cômico de que no futuro será visto como um dos mitos do sistema capitalista desse final do século XX e princípios do século XXI.

#### NOTAS

1. CAMPOS, Leonildo S. 1997. Op. cit. 262. de acordo com a tese desse autor, quanto mais acentuada for a crise mais a Igreja Universal do Reino de Deus tende a crescer.
2. O ambiente favorável para a expansão da IURD decorre do aprofundamento das desigualdades entre as pessoas, os povos e as regiões. Dito de outra forma, a busca desesperada das pessoas por satisfação pessoal (e imediata) de seus desejos torna-as vulneráveis à pregação neopentecostal.
3. A isenção de impostos, garantida pela Constituição, para as instituições religiosas é um fator importante para que a expansão da Igreja Universal do Reino de Deus tenha ocorrido de forma acelerada no Brasil.
4. A Folha Universal de 07 de julho de 1996 informa que a Igreja Universal do Reino de Deus havia comprado quatro emissoras de rádio em Portugal. Esse fato evidencia que o interesse da Igreja em adquirir meios de comunicação de massa transcendia as fronteiras nacionais, sobretudo em função da “dupla” utilidade dos mesmos para a IURD (difundir seu discurso religioso e demonstrar de forma inequívoca poder, riqueza e sucesso, corroborando, uma vez mais, o “sentido” de sua pregação).
5. De acordo com o jornal Folha de São Paulo de 10 de novembro de 1996, este fato ocorrido ainda no final de 1995, foi amplamente divulgado pela mídia nacional no período. Nesse momento a

Igreja Universal já monopolizava as atenções da grande mídia, especialmente em razão do crescimento sem precedentes de seu patrimônio.

6. Esse grupo é constituído exclusivamente por membros da diretoria da igreja, secretários, supervisores regionais e secretário geral (esse último preside o grupo). Evidentemente que o Bispo Primaz, Edir Macedo, continuou mantendo o controle efetivo de todas as decisões mais importantes, apenas as questões “menores” eram decididas sem a sua participação direta.
7. De acordo com esse autor, os processos de demonização levados à efeito pela Igreja Universal têm por objetivo situar a origem do “mal”, eliminando-o a seguir. Nesse ritual, a IURD se apropria de práticas de negociação e enfrentamento clássicas da religiosidade popular, especialmente do espiritismo e do catolicismo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Mônica do Nascimento. *A batalha do Armagedon: Uma análise do repertório mágico-religioso proposto pela Igreja Universal do Reino de Deus*. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais. Dissertação de Mestrado (Mimeo), 1995.

BENDIX, Reinhard. *Max Weber: um perfil intelectual*. Brasília: ed. da UNB, 1986.

BOFF, Leonardo. *Igreja: Carisma e Poder*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

BOURDIEU, Pierre. *O desencantamento do mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1979.

\_\_\_\_\_. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus, 1996.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Ed. Vozes. São Paulo: Simpósio Editora e Universidade Metodista de São Paulo, 1997.

DELUMEAU, Jean. *História do medo no ocidente (1500-1800)*. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1993.

ELIADE, Mircea. *Imagens e símbolos: ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso*. – Trad. Sônia Cristina Tamer. – São Paulo: Martins Fontes, 1991.

\_\_\_\_\_. *O sagrado e o profano*. – Trad. Rogério Fernandes – São Paulo: Martins Fontes, 1992.

FOLHA DE SÃO PAULO de 10 de janeiro de 1996.

FOLHA DE SÃO PAULO de 10 de novembro de 1996.

FOLHA UNIVERSAL de 07 de julho de 1996.

FOLHA UNIVERSAL de 18 de fevereiro de 1996.

FOLHA UNIVERSAL de 09 de junho de 1996.

FOLHA UNIVERSAL, 29 de agosto de 1993.

FOLHA UNIVERSAL, 26 de setembro de 1993.

FOLHA UNIVERSAL, 09 de julho de 1995.

FOUCAULT, Michel. *Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976)*. Trad. Maria Ermantina Galvão. – São Paulo: Martins Fontes, 1999.

HOBBSBAWM, Eric J. *Era dos extremos: o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NAPOLITANO, Marcos. *O regime militar brasileiro: 1964-1985*. São Paulo: Ed. Atual, 1998.

POULANTZAS, Nicos. *O Estado, o poder, o socialismo*. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000.

SARNEY, José. *A onda liberal na hora da verdade*. São Paulo: Siciliano, 1999.

SUNG, Jung Mo. *Misticismo e novas religiões*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

WEBER, Max. *Economia e sociedade*. – 4ª ed. – Brasília: Ed. da UNB, 1991.