



VALDEMIRO SANTIAGO PARTE PARA O ABRAÇO: ESTRATÉGIAS MIDIÁTICAS E INTERACIONAIS ENVOLVIDAS NA MUNDIAL IGREJA DO PODER DE DEUS

Alexandre Dresch Bandeira¹

Resumo

Numa sociedade cada vez mais midiaticizada, surgem igrejas com inúmeras denominações usando o espaço midiático para enviar suas mensagens, tornando-se parte de um novo contexto social, cada vez mais disputado dentro dos meios de comunicação. Algumas dessas igrejas já contam com um *know-how* evoluído, que vai do campo religioso ao midiático, dominando suas gramáticas e sobressaindo-se entre as demais em relação aos atuais meios de comunicação. Este estudo de caso sobre a Mundial Igreja do Poder de Deus e seu fundador, o Apóstolo Valdemiro Santiago, possuiu como objetivo investigar quais são as estratégias midiáticas e interacionais utilizadas por Valdemiro Santiago no culto da sua igreja, e se essas estratégias classificam a Mundial como uma igreja midiática ou como uma igreja que se utiliza desses meios para somente passar a sua mensagem. Num ambiente em que não há lugar para amadorismos, vimos que a Mundial se torna igreja diferenciada por meio da performance de seu fundador e que o momento atual da midiaticização da sociedade permite que suas propostas e investidas transformem a Mundial na segunda maior igreja neopentecostal brasileira e ele no segundo pastor mais rico do Brasil. Um mundo de possibilidades onde o individualismo é um vento favorável para este tipo de proposta, e que a religião se torna um empreendimento particular, um discurso e propriedade de uma só pessoa, e que por estar inserido nas práticas das mídias transita por elas com a maior naturalidade nos dois campos. Concluímos, então, que Valdemiro parte para o abraço e inaugura uma nova forma de fazer televisão e religião.

Palavras-chave: Mundial Igreja do Poder de Deus. Valdemiro Santiago. Mídia. Religião. Midiaticização.

Abstract

In an increasingly mediatized society, new churches arise with countless denominations using the media space to send their messages, thus becoming part of a new social context that is more and more disputed within communication means. Some of these churches already have an evolved expertise, ranging from the religious to the media realm, who have dominated their grammars and stand out from the others in relation to the current media. This case study on the World Church of God's Power and its founder, Apostle Valdemiro Santiago, aimed at investigating the media and interactional strategies used by Valdemiro Santiago in the worship service of his church, and if these strategies classify the it as a media church, or as a church that uses these means to get its message across. In an environment where there is no place for amateurism, we have seen that the World Church differentiates itself through the performance of its founder and that the current moment of mediatization of society allows its proposals and movements to transform the World Church in the second largest Brazilian neo-Pentecostal Church, and Santiago in the second richest preacher in Brazil. A world of possibilities emerges, in which individualism is favorable for this type of proposal, and in which religion becomes a private enterprise, discourse and

¹ Doutor em Ciências da Comunicação. Alexandre.dresch.bandeira@gmail.com - Unisinos. São Leopoldo-RS.

property of a single person, and where, due to the insertion in the practices of the media, enables a swift transition through them more naturally in both fields. We concluded, then, that Santiago embraces these possibilities and inaugurates a new way of doing television and religion.

Keywords: World Church of God's Power. Valdemiro Santiago. Media. Religion. Mediatization.

1 O caso

Perguntar ao objeto é o que trará as respostas. Ao longo da nossa pesquisa, apareceram muitas outras indagações ao sistema de comunicação empregado por Valdemiro, fundador e dono da Mundial Igreja do Poder de Deus. Através deste tipo de fusão, encontramos igualmente outras denominações neopentecostais, sob as quais impérios midiáticos religiosos foram e continuam sendo erguidos.

Diante de nossos questionamentos e proposições, para a investigação propriamente dita, optamos por um referencial teórico principal, usando conceitos pertinentes ao objeto, tais como os de mediação, interação, ambiência, dispositivos midiáticos, processo interacional de referência e sociedade em vias de mediação. Também foram abordados conceitos de mediação da religião, grotesco e espetáculo, imprescindíveis para trabalharmos nossos pressupostos. Explanada a história das pesquisas em mídia e religião no Brasil, adentramos no próximo assunto, sobre pentecostalismo e neopentecostalismo, os quais geram muita confusão, por isso sendo necessário desvendar suas diferenças.

Possuindo todo o material coletado, organizado e ainda rudimentar, chegamos ao nosso problema de pesquisa, cuja pergunta-chave foi assim formulada: quais são as estratégias midiáticas e interacionais utilizadas por Valdemiro Santiago no culto da sua igreja que transformaram este empreendimento religioso na segunda maior igreja neopentecostal do Brasil, tornando-se o principal concorrente da IURD de Edir Macedo?

No entanto, para que nossa investigação fosse exitosa, consideramos o método de Peirce (ECO; SEBEOK, 2004), o qual apresenta três tipos de raciocínio que nos serviu de base para construir nosso caso. Assumimos nossa maneira abdução de pesquisar, pois foi por meio dela que os materiais foram classificados para posterior análise. Assim, nosso percurso passou pela abdução, dedução e indução que, conforme Peirce (1929 apud ECO; SEBEOK, 2004, p. 23) se dão da seguinte forma:

Em resumo, o procedimento de adotar uma hipótese ou uma proposição que conduziria a uma predição daquilo que pareceriam ser fatos surpreendentes é chamado abdução. Ao procedimento pelo qual as consequências experienciais, prováveis e necessárias de nossa hipótese são investigadas chama-se dedução. Indução é o nome que Peirce atribui ao procedimento de testar experimentalmente a hipótese.

Estruturamos a tese e sua teoria sem filiação nenhuma, deixando que o seu próprio desenvolvimento solicitasse os diversos conceitos, fossem eles “canônicos” ou

contemporâneos. Estes últimos eram, na sua maioria, provenientes da nossa linha de pesquisa da Unisinos: Mídia e Processos Sociais.

Nesse ínterim entre os evangélicos estadunidenses e o surgimento dos brasileiros, despontaram vários meios de comunicação, os quais, paralelamente ao avivamento pentecostal norte-americano, vêm evoluindo juntos desde então. Em nossa tese escolhemos para análise na pesquisa quatro pastores: Aimee Semple McPherson, Granville Oral Roberts, Rex Rumbard e Billy Graham. Todos pentecostais, destacaram-se por converter milhões de pessoas por meio do uso do rádio, do cinema, da televisão e da pregação em grandes estádios. Com referência aos pastores neopentecostais brasileiros optamos por Edir Bispo Macedo da IURD, observamos somente as estratégias comunicacionais praticadas por ele no Templo de Salomão, bem como suas interações com os fiéis. Em relação ao missionário R. R. Soares (Romildo Ribeiro Soares) fizemos nossas inferências sobre como é feita a produção do seu programa religioso que é colocado no ar diariamente nas TVs abertas brasileiras, o Show da Fé.

1 Valdemiro Santiago e a Mundial Igreja do Poder de Deus: a dissidência neopentecostal que deu certo

A Mundial Igreja do Poder de Deus de Valdemiro Santiago de Oliveira, que deixou a Igreja Universal do Reino de Deus, funda sua própria instituição religiosa na cidade de Sorocaba, interior de São Paulo, no dia 9 de março de 1998. Em 2000, a sede foi transferida para Pernambuco, retornando, em 2002, para São Paulo, no bairro Tatuapé. Em 2006, instalou-se no Brás, no Templo dos Milagres. Atualmente, a sede da Mundial Igreja do Poder de Deus encontra-se na Rua Carneiro Leão, nº 439, Brás, conhecida como Cidade Mundial dos Sonhos de Deus. Inaugurado em 2011, este templo religioso possui capacidade para 150 mil pessoas, e é considerado um dos cinco maiores do mundo. Hoje, a Mundial possui templos em todos os estados do Brasil, contando com igrejas em mais 27 países (IMPD, 2017).

Em 2008, a Mundial colocou-se no mercado televisivo evangélico. A TV Mundial é uma emissora de televisão instalada na cidade de São Paulo, onde são produzidos os cultos, principalmente no Templo Cidade do Sonho de Deus. Sua programação é formada quase totalmente por cultos evangélicos realizados pela Mundial Igreja do Poder de Deus. A maioria dos cultos televisionados é ministrada por Valdemiro Santiago e mais uma quantidade de bispos que vão se revezando. A Mundial também é ativa na Internet, por meio das redes

sociais Facebook e Twitter e do seu site. No rádio, transmite pela Nova Mundial ,durante 24 horas. Para os celulares e mídias móveis, ela disponibiliza o aplicativo da Igreja, no qual compartilha conteúdos presentes nas mais diversas fontes e mídias já apresentadas.

Valdemiro Santiago de Oliveira nasceu no dia 2 de novembro de 1963, em Cisneiros, Zona da Mata do Estado de Minas Gerais. É o sétimo filho de Sebastião Gonçalves de Oliveira e Rosalina Santiago, que se casaram e estabeleceram residência na Fazenda Braúna, próxima a Cisneiros. Valdemiro foi um adolescente revoltado, quando tinha nove anos, sua mãe morreu de infarto. Aos 16 anos, Santiago converteu-se ao protestantismo neopentecostal. Foi obreiro, pastor, bispo e membro da cúpula da Igreja Universal do Reino de Deus. Conheceu sua mulher Franciléia Oliveira em Juiz de Fora. Obreira da IURD durante 18 anos, foi consagrada bispa pelo seu marido mesmo sem ter cursado teologia ou qualquer outro tipo de formação.

Valdemiro Santiago era apontado pelos fiéis como um dos pastores mais carismáticos da Igreja Universal do Reino de Deus. Porém, quando ele começou a “crescer” entre os demais bispos, gerou um desconforto entre seus pares da cúpula da igreja. Diante desta “briga de egos”, faltou ao Bispo Macedo certa sensibilidade administrativa para arranjar as personalidades dos seus comandados e administrar seus méritos. Estava destinada para Valdemiro uma promoção, mas esta foi postergada em razão de desentendimentos, causados por outros bispos iurdianos. Ele é encaminhado para pregar na África. Naquele Continente, Valdemiro sofreu atentados e desgostou-se com a igreja-mãe. Revoltado, insurgiu-se, desertou e retornou ao Brasil com planos de fundar sua própria instituição religiosa, intenção que pôs em prática imediatamente à sua volta.

Uma espécie de Armageddon midiático instalou-se entre as igrejas neopentecostais que disputam os fiéis entre si. O caso analisado aqui é entre a Mundial, a IURD e a Graça. Esta briga se estende para a televisão (principalmente na Rede Record) que, por meio de reportagens, acusa Valdemiro de enriquecimento ilícito, sonegação de impostos, etc. Todo este material foi disponibilizado no YouTube e pode ser acessado a qualquer momento e por qualquer pessoa. Este canal serve como um depósito de fofocas, um arquivo que não “é morto”, parecendo sempre atualizado.

Edir Macedo, com maior poder de fogo, ataca por sua rede de televisão e pelos púlpitos. Usa, na linha de frente, jornalistas e bispos. Dessa forma, percebemos a influência dos meios de comunicação como propulsores das alterações religiosas, específicas aqui no Brasil, sob nossa cultura midiática local. Sobre a situação, Hjarvard (2014, p. 132) afirma:

Pelo processo de midiaticização, os meios de comunicação influenciam e transformam diversos elementos da religião, incluindo sua autoridade como instituição, o conteúdo simbólico de suas narrativas, bem como a fé e as práticas religiosas. Uma teoria que se proponha a explicar a interação entre religião e mídia deverá considerá-las em seus devidos contextos culturais e históricos, visto que a midiaticização da religião não constitui um fenômeno histórico, cultural ou geograficamente universal.

Neste uso de campos (o das mídias e o religioso), ambos servem para disputas e novos protocolos que vão surgindo à medida que novos dispositivos estão sendo disponibilizados. Valdemiro revida com ataques e defende-se como pode dos seus inimigos. Uma de suas táticas é aderir ao papel de vítima, alegando perseguição. Nesta situação, fica claro que o espaço destinado à pregação religiosa, ao invés de manter uma linguagem bíblica e formal, desloca-se para um linguajar raso, com ataques pessoais, expondo os “podres” do adversário, baixando o nível do debate. Aqui, o espaço religioso é transformado em direito de resposta, acareação e ameaças.

As duas igrejas, Mundial e IURD, usam as mídias na sua plenitude, exaurindo todas as possibilidades que o próprio campo midiático permite. Diante da dúvida se elas são ou não igrejas eletrônicas, ou midiaticizadas, defendemos a ideia de que não são eletrônicas, pois sua base é templária. Defendemos esta posição pois é nos cultos que as interações se dão, deixando para a mídia um lugar para “existir”, publicitar, divulgar e ampliar o investimento. Como qualquer outro campo, as igrejas neopentecostais precisam do espaço midiático, é um requisito *sine qua non* para prosperar, medir poder e duelar.

Esse novo contexto de ir para a mídia resolver as contendas nós chamamos de instância² midiática, transformando numa alçada³ que se configura como um tipo de fórum aberto, no qual as pessoas e instituições usam as mídias para expor seus conflitos, tentando resolver seus problemas, que incluem a ordem afetiva, judiciária, institucional e religiosa, etc. É um espaço onde todos os outros campos recorrem à mídia, deixando de buscar os lugares próprios, os campos legítimos para apelar e existir e quando o fazem, fazem paralelamente. Entram na justiça comum e nas redes sociais numa espécie de permeabilização. Exemplo: Valdemiro, que ameaça fazer denúncias na Polícia Federal e Justiça, decide apelar para a alçada midiática ao invés das instituições jurídicas.

² Instância: Que pode ser categorizado; categoria: a instância social. [jurídico] Ação caracterizada pelo desenvolvimento e/ou prática dos procedimentos necessários para que uma causa seja iniciada até sua conclusão (julgamento). [jurídico] O local em que uma autoridade pode exercer seu poder judiciário; jurisdição ou foro. [Por Extensão] aquilo que detém o poder para decidir; autoridade. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/instancia/>> Acesso em: 19 set. 20017.

³ “Alçada: [Antigo] Tribunal que se deslocava pelos povoados com o propósito de administrar justiça” Fonte: (DICIO, 2016).

A guerra midiática religiosa é estimulada por adeptos e opositores de ambas as Igrejas. Ela é encorajada por meio das montagens de fotos realizadas por amadores, que as postam e as fazem circular na internet. Muitas usam o contexto do *Ultimate Fighting Championship* (UFC)⁴ para fazer referência à luta, mostrando imagens dos “inimigos pastores” duelando. Nas demais postagens, os inimigos sempre aparecem nas imagens acompanhados com um “X” indicando “*versus*” ou rivalidade. Com humor, os internautas zombam das disputas evangélicas. É a participação do censo comum que, devido à possibilidade de interação com os dispositivos midiáticos, emitem suas opiniões.

2 A TV Mundial: um mimetismo das TVs abertas comerciais

A TV Mundial, de propriedade da Igreja Mundial do Poder de Deus, possui uma grade de programas inspirados nas grades de TVs comerciais, porém totalmente relacionada a assuntos religiosos evangélicos. Além das inúmeras possibilidades de acesso à programação pela TV, a Igreja oferece o acesso pelo telefone celular. Este dispositivo permite ainda a pessoa retornar com seu testemunho em vídeo, gravado por ela mesma em seu aparelho.

Valdemiro transita com muita segurança nas TVs abertas, elas não ficam no prejuízo, pois segundo os apresentadores, o ibope sobe vertiginosamente quando ele aparece. São programas populares, em que a emoção e a descontração dividem espaço com o grotesco e o espetáculo. Outro tipo de participação importante para analisarmos é quando visitas ilustres vão à sua igreja, geralmente celebridades do mundo artístico ou do futebol. Estas visitas são muito interessantes, pois Valdemiro transforma o palco de sua igreja num *talk show* evangélico, no qual, dependendo da fama do visitante, ele deixa até pregar, como foi a visita do apresentador Raul Gil, junto com o seu filho. Raul Gil, acometido por uma doença, foi buscar a cura na Mundial Igreja do Poder de Deus. Valdemiro aproveita esta visita ao máximo para promover-se a si e à sua igreja, obtendo depoimentos da celebridade, elogiando-a e tietando-a, sem perder a chance de afirmar que também o assiste pela TV e é fã. O vídeo da visita é depois divulgado pela igreja e pelos fiéis pela internet como forma de prestígio à igreja e ao apresentador.

Neste encontro, observamos uma troca de papéis. O ator religioso transforma-se em apresentador, ao passo que o apresentador se converte em religioso, resultando numa permeabilização do campo midiático e do religioso, como será mostrado adiante.

⁴ “UFC é a sigla de *Ultimate Fighting Championship*, uma organização americana de artes marciais mistas”. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/ufc/>>. Acesso em: 24 nov. 2016.

Valdemiro não perde a oportunidade de usar qualquer expediente midiático que resulte em comentários a seu favor. Após suas participações em programas, coopta o humorista Pedro Manso, o qual nominou de genérico, aquele que não é verdadeiro, e está sempre pedindo para imitá-lo. Identificamos aqui outro procedimento que ocorre na Mundial, no qual atores midiáticos, como o humorista e o repórter Hebert de Souza, convertem-se e transformam-se em pregadores.

Valdemiro difere-se dos demais pregadores, entre outros aspectos, pela proximidade física com seus fiéis. O tocar é uma marca bem particular que ele explora ao máximo. Antes do início da reunião, Valdemiro e Franciléia realizam bênçãos impondo as mãos sobre a cabeça dos fiéis, os quais formam duas fileiras.

Pregador ou apresentador de programa de auditório? Valdemiro interage com seus fiéis, ele vai desenvolvendo sua atuação numa performance inspirada nos programas de auditório, trazendo para sua pregação o domínio de palco, com diversas gramáticas típicas da televisão, usando seu carisma para “animar” o culto. Observando suas inúmeras pregações, percebemos sua aproximação, afinidade e intimidade com o meio televisivo.

3 O uso do grotesco para causar impacto

A Mundial Igreja do Poder de Deus não perde a oportunidade de, valendo-se das lógicas do espetáculo, apelar para todas as oportunidades de expor os estigmas das pessoas. Como Debord (2015, p. 14) afirma: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas e imagens”. Muito antes de iniciar o culto, é realizada uma pré-seleção dos casos mais bizarros para serem apresentados e entrevistados pelo Apóstolo. Estas pessoas deformadas são apresentadas no palco e acabam quebrando a estética televisiva convencional do belo e corretamente perfeito para chocar, causar emoção e prender a audiência. Valdemiro com estas aparições junto aos deficientes procura colher os méritos de milagreiro com uma postura de quem resolveu o caso, uma velha prática. Sobre religião e grotesco, Bakhtin (1999, p. 4) nos relata o seguinte:

Além disso, quase todas as festas religiosas possuíam um aspecto cômico popular e público, consagrado também pela tradição. Era o caso, por exemplo, das “festas do templo”, habitualmente acompanhadas de feiras com seu rico cortejo de festejos públicos (durante os quais se exibiam gigantes, anões, monstros, e animais “sábios”).

Como já mencionado, esta aproximação corporal é uma estratégia perspicaz de Valdemiro. Além do grotesco a Igreja em questão tem uma espécie de amuleto sagrado que é distribuída gratuitamente em todas as reuniões da Mundial: a toalhinha “Sê tu uma bênção”⁵. É um dispositivo abençoado pela Igreja, o qual presumivelmente possui poderes para curar, livrar do mal, etc., bastando, para tanto, usá-la no momento certo. A toalha serve como elemento para indicar a Mundial como a autora de algum milagre. É comum as câmeras captarem as pessoas usando ela ou captarem sobre doentes nos leitos de recuperação.

Valdemiro usa o suor do seu rosto, das mãos e as suas lágrimas como um meio de fazer milagres. É a disposição do próprio corpo e de suas excreções como formas sagradas de cura (neste caso específico, o uso do suor). Ele usa outra toalha na qual seca o cabo do microfone, limpa o suor do seu rosto, enxuga as lágrimas e depois repassa às pessoas que sobem ao palco. A exsudação de Valdemiro torna-se sagrada. É um vínculo muito forte de interação entre ele e seus fiéis; uma espécie de prolongação do milagre, de mediação entre ele, Deus e os necessitados. O suor e a lágrima surgem como relíquias e demonstram uma afirmação da relação do corpo na Mundial, tanto na parte religiosa como midiática.

4 Valdemiro parte para o abraço

O Apóstolo vai ao encontro da pessoa leprosa, cheia de feridas com sangue e pus, e diz: “*Vem cá, me dá uma abraço!*”. Além do abraço, emociona-se junto com o doente, impressionando com lágrimas. Tudo isso é transmitido diante das câmeras. São os atos físicos corporais atuando para uma exposição midiática. Nenhum detalhe da cena é perdido, todos são direcionados para suscitar a comoção em quem assiste.

Sempre com uma câmera observando o gesto interacional, Valdemiro sabe para quem está se dirigindo: aos outros que estão observando e às lentes das câmeras. Esses gestos espetaculares de humanidade impactam, gerando simpatia e identificação com os demais. O Apóstolo fala como os seus fiéis valendo-se de suas origens humildes, da desgraça pessoal, do português incorreto, da comida sem luxo, dos provérbios populares, conectores interacionais muito fortes de identificação. Trata-se de um líder religioso que se envolve com o corpo e os problemas dos que não possuem nenhum acesso à sociedade, os totalmente excluídos.

⁵ “O manto, a exemplo das toalhinhas, foi consagrado a Deus, pelo Bispo Antônio Pereira, em Israel. ‘Nós subimos ao monte para consagrar cada uma das toalhinhas Sê Tu Uma Bênção’, explica o Bispo Jorge Pinheiro, ‘e, como elas, essa imensa manta foi levada ao monte, consagrada, para que Deus tenha piedade de nós e derrame sua unção sobre nossas vidas, a partir de quem for tocado por essa manta. Durante todas as reuniões de terças-feiras, será como uma imposição de mãos’, explica” (IMPD, 2016).

Dessa forma, a Mundial dispara à frente em relação às estratégias comunicacionais simples. A ousadia desse ato cria um conceito comunicacional de reconhecimento e vínculo, que gera comentários e identificações. Neste contexto midiático, Valdemiro tem autoridade para fazer isso. Esta prática do toque seria impensada em uma igreja católica, por exemplo. Seria muito espantoso assistir a um padre tocando um fiel sem camisa durante uma missa.

Por intermédio do abraço o Apóstolo desenvolve uma performance de apresentador, fazendo contratos midiáticos com seu auditório pelas vias do grotesco e do espetáculo.

O abraço é praticado por todos os pastores, bispos e obreiros da Mundial. Institucionalizou-se e faz parte dos usos e costumes da igreja. Não importa o estado em que o fiel se encontra, se ele chegar arrasado na reunião, será recebido dessa forma. O próprio fiel, quando se dirige ao Apóstolo, no palco, para dar algum testemunho, já diz logo: “*Apóstolo, me dá um abraço?*”.

5 O templo e suas fachadas

Em nossa caminhada, observamos casos em que somente as placas identificam que ali existe um local religioso devido à palavra igreja estar grafada. São prédios depredados, abandonados, pequenos sobrados, garagens e pavilhões de fábricas desativadas.

Trabalhamos com o conceito de *kitsch* para tentarmos explicar alguns funcionamentos da Mundial Igreja do Poder de Deus em relação à sua estética.

Admitimos o modo ascético de Moles (1986) e acrescentamos uma ressalva: a falta de objetos na parede serve para aumentar a concentração na mensagem e no seu conteúdo, no momento da pregação do pastor. Não há lugar para se direcionar, nem desviar a atenção. Para Moles (1986, p. 48), tudo pode ser portador do *kitsch*, ele cita inclusive o *kitsch* religioso:

O *kitsch* religioso é um dos grandes aspectos do *Kitsch*. Na medida em que a religião secular faz uso, segundo uma tradição corrente, da emoção estética que ela recupera a seu favor, está espontaneamente propensa, por razões de eficácia, a fazer um apelo à maioria, e por esta via, a adaptar as normas da arte aos desejos latentes da maioria na medida em que a religião é capaz de captar essa emoção. Portanto, a arte religiosa encontra-se perpetuamente ameaçada pelo *Kitsch* por onde sempre resvala.

Frequentamos a sede Estadual da Mundial Igreja do Poder de Deus, na Rua Voluntários da Pátria, nº 1089, no Centro Histórico de Porto Alegre. O prédio atual é um pavilhão de fábrica desativada, um espaço enorme que a Mundial alugava, até o dia 01/3/2014, pelo valor de R\$ 30.071,63. O pagamento do aluguel é cobrado dos fiéis.

A Mundial está inserida no Parque Evangélico⁶ da capital. Preferimos chamar assim devido à alta concentração de igrejas concorrentes num só lugar. Sua estratégia de localização abrange várias demandas, a começar pela disputa pelos mesmos fiéis que as demais igrejas do local. Outra prática que nos chamou a atenção é a do fiel falar consigo mesmo e se tocar. O bispo incentiva as pessoas a falarem, gritarem e gesticularem consigo mesmas. Uns gritam mais alto, outros gesticulam mais, mas todos o fazem, ninguém ri ou fica observando o outro. É um grande êxtase. Cada um fala consigo mesmo sobre os seus problemas, faz pedidos, agradece e, de acordo com sua fala, gesticula e leva as mãos para o alto, colocando-as sobre o órgão doente, sobre o coração, etc.

6 Comparativos econômicos entre os neopentecostais brasileiros

Quanto à economia, segue também o modelo de arrecadar praticado nas outras igrejas neopentecostais: oferta, dízimo, campanhas, doações e vendas de produtos midiáticos, como livros, DVDs com as histórias de vida do Apóstolo, CDs de música. Segundo a Revista Época⁷, baseada em pesquisa da Revista Forbes, Valdemiro Santiago é o segundo pastor mais rico do Brasil, com um patrimônio acumulado em U\$\$ 220 milhões.

Mesmo que, nos estatutos de fundação, existam sócios com cargos, o controle de gestão acaba sempre na mão do líder, que torna a igreja um empreendimento religioso particular. Além disso, devemos considerar a proteção da lei da liberdade religiosa e as benesses contábeis na Receita Federal. Servem, estes privilégios, como artifícios e “nuvem de fumaça” para camuflar fortunas sem grande esforço. As Igrejas possuem mão de obra gratuita por meio dos obreiros e patrocinadores; os templos e suas despesas correm por conta dos fiéis; os bispos e pastores ganham sobre comissões; assim, o custo social das igrejas é zero, favorecendo o acúmulo de capital em pouco tempo. O recolhimento é diário, as igrejas estão abertas o ano todo, sem fechar um dia sequer, com várias sessões coletando ofertas, dízimos e contribuições por uma linha de produtos ordenados dentro de um marketing planejado. Fica evidente, em nossa percepção, que uma pessoa que saiba um pouco de assuntos religiosos, que seja empreendedora e consiga usar as potencialidades das mídias, pode enriquecer rapidamente, assim como os pastores até aqui citados.

⁶ “Parque industrial, complexo das indústrias de uma cidade, Estado ou país”. Disponível em: <<http://www.dicio.com.br/parque/>>. Acesso em: 18 Out. 2012.

⁷ Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Vida/noticia/2013/01/forbes-lista-pastores-milionarios-no-brasil.html>>. Acesso em: 17 out. 2016.

Conclusões

A Mundial Igreja do Poder de Deus é uma igreja construída em espelhamento à personalidade particular do seu fundador, nascendo sob a égide da individualidade, com pertença reconhecida pela sociedade de seus fiéis que se reportam a ela como “a Igreja do Valdemiro Santiago”. Porém, a Mundial surge com uma inovação: a família toda está envolvida no negócio. Com essa formação nepotista, os cargos mais importantes de controle e visibilidade são destinados à esposa e bispa Franciléia, a qual, ao que tudo indica, será a herdeira “espiritual” e administrativa do espólio religioso e patrimonial da Mundial. Nesse contexto, foi eliminada a preocupação futura quanto à sucessão do legado religioso. Quanto aos seus concorrentes da Mundial, ainda não se percebeu a mesma intenção.

A igreja também não se constrange em copiar táticas de vendas usadas amplamente pelas TVs abertas brasileiras. As gramáticas televisivas dão o tom de normalidade a essas práticas de ofertas de produtos, não causando estranhamento aos fiéis. Para eles, é normal consumir “evangelicamente” o que já estão acostumados a ver na TV aberta, eles já estão “evangelizados” quanto a essa prática pelo marketing.

Valdemiro possui autoridade e liberdade total para exprimir e inventar situações comunicacionais, ao contrário de seus concorrentes, que já estão com suas práticas estabilizadas e firmadas. O Apóstolo cria marcas por seus gestos corporais simples, os quais ficam com sua autoria. Caso fosse imitado por um antigo ou novo pastor, ficaria sob suspeita de plágio. Por exemplo, se Edir Macedo recebesse alguém com um abraço, seria possível pensar que ele está imitando o seu concorrente. O show é o local onde mais a religião se identifica com o espetáculo e o pastor assume o desempenho de ídolo rock *star*. Ali acontece a aglomeração, juntam-se multidões que demonstram aprovação àquele que se apresenta no palco. O show é a oportunidade de mostrar os milagres que a Igreja realiza, atuando como uma forma de divulgação que poderá captar muitos fiéis novos. A relação de fã/fiel funde-se, bem como a do pregador religioso, cujas gramáticas misturam-se através do comportamento e do gestual; sua performance está muito ligada à dos atores de shows profanos.

Conforme Stewart Hoover (apud GOMES, 2010, p. 21), é preciso analisar o tipo de religião que está emergindo da mídia. Quanto à religião em si, não nos aprofundamos, pois, nossa tese não tem por meta o aspecto teológico. Podemos afirmar, entretanto, que um novo modo de fazer religião, por meio das mídias, vai se constituindo. “Foi percebendo a realidade da midiatização desde dentro, como um ambiente que tudo engloba, inclusive religião”

(GOMES, 2010, p. 20), que pudemos investigar a Mundial e afirmar que ela é uma igreja altamente midiaticizada.

A Mundial Igreja do Poder de Deus, com seu viés amador⁸, vai inovando com o que está disponível no âmbito comunicacional. É possível afirmarmos que, se ela está subsistindo, é porque está agradando. O apelo popular fez dela um império neopentecostal em curto espaço de tempo. Ao terminarmos a tese, muito já se sucedeu, como a tentativa de homicídio em Valdemiro Santiago durante a pregação de um culto, mais um fato inédito no currículo polêmico das igrejas neopentecostais brasileiras, que estão totalmente inseridas numa sociedade em via de midiaticização.

⁸ BANDEIRA, Alexandre Dresch. **Amadores evangélicos neopentecostais e a alma do negócio**. In: Redes digitais: um mundo para os amadores. Novas relações entre mediadores, mediações e midiaticização [recurso eletrônico]. / Organização de Patrice Flichy, Jairo Ferreira, Adriana Amaral. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016.

Referências

BANDEIRA, Alexandre Dresch. **Valdemiro Santiago parte para o abraço: estratégias midiáticas e interacionais envolvidas na Mundial Igreja do Poder de Deus**. Tese de doutorado – Unisinos – Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação. São Leopoldo, RS, 2017.

BANDEIRA, Alexandre Dresch. **Intersecção dos dispositivos midiáticos e religiosos: a midiáticação como lógica do consumo na Igreja Universal do Reino de Deus**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2006.

BANDEIRA, Alexandre Dresch. **Amadores evangélicos neopentecostais e a alma do negócio**. In: FLICHY, Patrice; FERREIRA, Jairo; AMARAL, Adriana. (Orgs.). *Redes digitais: um mundo para os amadores. Novas relações entre mediadores, mediações e midiáticação*. Santa Maria: Facos-UFSM, 2016.

BANDEIRA, Alexandre Dresch. **Dízimo digital**. In: PROULX, Serge; FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula da. (Orgs.). *Midiáticação e redes digitais: os usos e as apropriações entre a dádiva e os mercados*. Santa Maria: Facos-UFSM, 2016.

BANDEIRA, Alexandre Dresch. **Entre a cruz e a foice**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM MEDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 1., 2016. São Leopoldo. Anais... São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2016.

BAKHTIN, M. **A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais**. 4. ed. São Paulo: Hucitec; Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. Dispositivos sociais de crítica midiática. Porto Alegre: Ed. Paulus, 2006

BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campos sociais**. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JAKS, Nilda (Orgs.). *Compós 2012: Mediação & Midiáticação*. Salvador: EDFBA, 2012

DEBOR, Guy. **A sociedade do espetáculo**. comentários sobre a sociedade do espetáculo. 14ª reimpressão. , Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

ECO, Umberto; SEBEOK, A. Thomas. **O signo de três**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

FAUSTO NETO, Antônio. **A circulação além das bordas**. IN: MEDIATIZACIÓN, SOCIEDADE Y SENTIDO: DIÁLOGOS ENTRE BRASIL Y ARGENTINA. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Escuela de Comunicación Social. 2010. *Anais...* Rosário: Universidade Nacional de Rosário, 2010.

GOFFMAN, Erving. **Comportamento em lugares públicos: notas sobre a organização social dos ajuntamentos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

_____. **A representação do Eu na vida privada**. Petrópolis: Vozes, 2011.

_____. **Estigma:** notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

GOMES, Pedro Gilberto. **Da Igreja Eletrônica à sociedade em midiatização.** São Paulo: Paulinas, 2010.

HJARVARD, S. **A Midiatização da cultura e da sociedade.** São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

MOLES, Abraham. **O Kitsch.** São Paulo: Perspectiva, 1986.

WINKIN, Ives. **A nova comunicação.** Da teoria ao trabalho de campo. Papirus Editora, São Paulo, SP, 1998.

YIN, Roberto K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre. Editora: Bookmam. 2001.

Netnografia

Disponível em: <<https://www.significados.com.br/ufc/>>: Acesso em: 24 nov. 2016.

Disponível em: <<http://www.dicio.com.br/parque/>> Acesso em: 18 out. 2012.

Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Vida/noticia/2013/01/forbes-lista-pastores-milionarios-no-brasil.html>>. Acesso em: 17 out. 2016.