

Mídia e Religião: Das peregrinações ao universo das telecomunicações

Por Sidnei Budke*

Introdução

O presente artigo é resultado de algumas reflexões feitas acerca do campo *mídia e religião*. O objetivo central em tematizar esta área, ainda pouco explorada, é contribuir para novas perspectivas e esclarecimentos referentes à atuação do catolicismo, protestantismo, pentecostalismo e neopentecostalismo nos sistemas de telecomunicação, principalmente em termos do rádio e televisão. Saliento que em nenhum momento utilizarei uma análise teológica ou conclusões sobre os programas religiosos, em virtude da constatação de que, para entendermos estes antigos e atuais *fenômenos* religiosos da comunicação social, precisamos, antes de tudo, conhecer brevemente a trajetória histórica e o desenvolvimento destes grupos, como também, a *lógica mercado lógica* por eles idealizada e manifestada na sociedade brasileira. Convido você, leitor, a navegar neste *universo* de informações, convidando-lhe, a partir desta leitura, a sentir-se desafiado a se aprofundar, ainda mais, nos conteúdos aqui abordados e refletidos.

Religião e comunicação

As religiões entrando em nossos lares

* Estudante de Teologia, Escola Superior de Teologia, São Leopoldo. Trabalho apresentado no SAT Religião e Mídia.

Quem de nós, ao ligar o televisor ou o rádio, não sintonizou um programa religioso? Estes podem ser católicos, protestantes, pentecostais, neopentecostais, espíritas, umbandistas, entre tantos outros existentes. De fato, as inúmeras expressões de fé atuantes no Brasil transparecem não se contentar mais com suas reuniões, missas e cultos semanais, enfim, encontros restritos aos seus membros. A pós-modernidade, juntamente com o avanço da tecnologia, aponta a mídia como o caminho de sucesso para qualquer mercado, empreendimento e programação.

Outro fator constatado em nossos dias é a necessidade de cada crença religiosa manifestar sua espiritualidade e mensagem numa sociedade com inúmeras dúvidas sobre o *mundo espiritual*¹: espíritas falam de vidas passadas e reencarnações; protestantes da fé centrada em Jesus Cristo; católicos fazem alusão a imagens de santos e romarias; pentecostais enfatizam o poder do Espírito Santo na vida do crente; neopentecostais transmitem um Deus que presenteia o ser humano com bens materiais. Como percebemos, são muitas as informações que a sociedade recebe sobre as *questões espirituais*. Cientistas da Religião destacam que o *trânsito religioso* presente entre as religiões é, em parte, fruto das informações recebidas via meios de comunicação, por exemplo: um cristão buscando *compreensões de fé* na teoria kardecista (espírita)².

Como um comerciante preocupa-se em vender a sua mercadoria, podemos pensar que, da mesma forma, as religiões estão interessadas em divulgar a sua filosofia de vida, a sua maneira de compreender Deus e *teorizar* um sentido de vida a ser seguido.

¹ A racionalidade sobre as questões espirituais oriunda do iluminismo não acertou suas previsões., de que, o mundo espiritual seria com o passar dos anos negligenciado. Em pleno século XXI os filmes, livros, revistas mais comercializadas são os que transmitem estudos sobre a espiritualidade humana. Veja: Segundo o Jornal Folha de São Paulo (Antônio Carlos Moraes. Folha de São Paulo. Ed. 14/07/2004. p. 46.), 80% das pessoas brasileiras possuem anseio para compreender a existência dos *seres sobrenaturais*. sendo que, os livros que abordam Anjos, ocultismo e espiritualismo são os *bestsellers* de muitas editoras e fonte de lucros vultosos para qualquer livraria.

² Oropeza B. Z. 99 perguntas sobre Anjos, Demônios e Batalha Espiritual. p. 17 R. Prandi; A. Pierucci. A realidade das religiões no Brasil. p. 10-50. Fonte indicada: www.pucsp.br/rever/rv-1-2005/p-santana.pdf.

Protestantismo em Revista

Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia
Volume 08, set.-dez. de 2005 – ISSN 1678 6408

Alguns especialistas em comunicação social afirmam que as religiões iniciaram sua participação na televisão e no rádio com o propósito específico de passar ao povo brasileiro a sua espiritualidade. Entretanto, com o passar do tempo *encantados* com o *mundo* da comunicação e seus benefícios, concentraram suas preocupações na audiência e no número de adeptos cativados através das *ondas sonoras* de emissoras radiofônicas e audiovisuais. Missão, proselitismo, lógica mercado lógica? Diante de nós está uma grande discussão!



Culto da Igreja Universal do Reino de Deus transmitido pela Rede Record de Televisão, com 85% de cobertura no país, atingindo praticamente todos os estados brasileiros.



Imagens transmitidas para a capital paulista dos Cultos a Iemanjá, rainha das águas, por seus seguidores na praia Grande, litoral sul de São Paulo

Pesquisas recentes na América Latina apontam que os telespectadores dos programas da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e da Umbanda geralmente são pessoas ligadas a outras denominações religiosas³. A Umbanda conquista sua audiência em torno dos orixás e ritos para diferentes situações de vida: casamento, emprego, negócios... Já a IURD, pela ênfase no exorcismo, na cosmovisão do combate contra as *forças malignas* que prejudicam as diferentes dimensões holísticas do ser: espiritual, físico, corporal, econômico. Reparem que ambas possuem uma ênfase distinta; porém, de um outro lado, identificam-se totalmente na associação com fatores do dia-a-dia do ser humano, como a situação econômica⁴.

A lógica mercadológica e a reação Católica

Muitas pessoas acreditam que a Igreja Católica é a maior referência em termos de comunicação religiosa por manter 24 horas no ar três emissoras de televisão: Canção Nova, Rede Vida, Século XXI. Além disso, conta com centenas de rádios espalhadas pelo país. Considera-se, atualmente, tal pensamento como correto, pois sem dúvida o catolicismo nos últimos anos conquistou definitivamente seu espaço na mídia brasileira, demonstrando seu poder de ação como Igreja majoritária. No entanto, este fator não surge especificadamente como uma iniciativa da Igreja Católica em criar novas frentes de comunicação, mas, principalmente, como reação frente ao pluralismo religioso que se utilizou da mídia para cativar muitos fiéis católicos aos seus templos, diminuindo a presença católica em solo brasileiro.

Lemuel Guerra destaca:

Entendemos a adoção desse modelo e a posterior restauração conservadora e, no âmbito desta, a força do Movimento Carismático, como o resultado dos esforços que a Igreja faz para adaptar sua

³ As fotografias acima são tiradas de <http://www.pime.org.br/pimenetlmundoemissao/religpentecostalismomodados.htm>.

⁴ L. M. Martino. Mídia e poder simbólico. p. 10 - 33. G. Vattimo. O fim da modernidade. p. 12-55. Fonte adicional: www.arcauniversal.com.br/iurd.

proposta de religiosidade às novas condições de mercado e de competição, que exigiam uma atenção crescente à demanda dos consumidores reais e potenciais de religião. As transformações na configuração do mercado religioso nacional podem ser observadas nos dados dos Censos Eacionais referentes ao crescimento dos evangélicos no Brasil, que apontam para a década de 50 como o início de um processo mais acentuado de *descatolicização* do país. Esse processo pode ser entendido menos como um sinal de decadência institucional católica do que como o resultado do aumento na ofensiva dos evangélicos no país, que produz um gradual crescimento do número de adeptos das igrejas dos "crentes", colocando sob questionamento o monopólio do mercado religioso exercido pela Igreja Católica no campo religioso desde os tempos do Brasil - Colônia. Portanto, esse processo de apropriação de algumas das principais características do modelo pentecostal evangélico pelo Movimento de Renovação Carismática (católico) não significa, de maneira alguma, o resultado de uma ação planejada por uma cúpula maquiavélica de padres que, na calada da noite, teria resolvido os detalhes da estratégia a ser operacionalizada como reação às novas condições do mercado religioso. O que aconteceu foi, por um lado, a criação de uma série de mecanismos estruturais e organizacionais que dão apoio ao desenvolvimento desse estilo de ser católico - o carismático - e, por outro, a tomada de um conjunto de medidas que resultariam, na prática, em maiores dificuldades para a continuidade e desenvolvimento do projeto da Igreja Popular. Nesse sentido, essa conjuntura favorável à identidade católico-carismática é amplamente determinada pelo fato de que a Igreja tem que enfrentar níveis cada vez mais altos de concorrência no mercado religioso, bem como uma crescente perda de fiéis justamente para os pentecostais tradicionais e para os neopentecostais.⁵

	1940	1950	1960	1970	1980	1990
População	41.236.315	61.944.397	70.191.370	94.139.037	119.002.706	146.825.475
Católicos	95.0	93.4	93.0	91.7	89.0	80.0
Evangélicos	2.6	3.3	4.0	5.2	6.6	9.0 a 15.0
Espíritas	1.1	1.6	1.4	1.3	1.2	1.0
Outras	0.8	0.8	1.0	1.0	1.2	1.0
Sem religião	0.5	0.8	0.5	0.8	1.8	5.1

Fonte: Censo/IBGE. Estima-se que para o próximo censo os evangélicos corresponderão a 25% da população brasileira.⁶

⁵ Texto recebido via e-mail. Endereço eletrônico do autor lenksguerra@yahoo.com.

⁶ Armando ORO. Avanço Pentecostal e Reação Católica. p 10-40.

Protestantismo em Revista

Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia
Volume 08, set.-dez. de 2005 – ISSN 1678 6408

Líderes de audiência

O Ibope, interessado no *fenômeno religioso*, divulgou uma pesquisa na capital paulista referente à audiência dos programas religiosos⁷:

Os mais assistidos no estado do Rio de Janeiro e São Paulo

 4 pontos no Ibope - O Show da fé é um programa vinculado à Igreja Internacional da Graça de Deus. Transmido em horário nobre na TV Bandeirantes (BAND). É considerado, segundo as pesquisas de público, o atual líder de audiência no meio religioso.

 3 pontos no Ibope - Igreja Universal do Reino de Deus. Transmido todos os dias pela Rede Record de Televisão.

 2.0 pontos no Ibope - O programa da TV Canção Nova vinculada a Igreja Católica Apostólica Romana já chegou a liderança no segmento religioso. No entanto, ultimamente está na terceira posição. Vale ressaltar que a TV Canção Nova é a emissora com maior número de programas religiosos no país. "vencendo" inclusive as emissoras da Igreja Universal do Reino de Deus.

 2.0 pontos no Ibope - Programa da Casa publicadora das Assembleias de Deus. Transmido em todo país nos sábados de manhã pela RedeTV (antiga Manchete).

 1.5 pontos no Ibope - Transmido pelo Sistema Adventista de Comunicação. Conhecido mundialmente pelo nome: Está Escrito.

 1.5 pontos no Ibope - Todos os sábados de manhã o programa vitória em Cristo é transmitido para os estados brasileiros através da RedeTV. O apresentador é o Pastor Silas Malafaia, representante de um segmento "renovado" da Assembleia de Deus no Rio de Janeiro.

⁷ Os dados e as imagens a seguir foram extraídos das seguintes fontes: Programa Show da Fé - Imagem extraída do site: www.ongrace.com/schowdafé. Programa Casos reais - Imagem extraída do site: <http://www.igrejauniversal.org.br>. Programa da TV Canção Nova - Imagem extraída do site: www.rcc.org.br. Programa Movimento Pentecostal - Imagem extraída do site: <http://www.cpad.com.br/cpad/movimento/principal.htm>. Programa Está Escrito - Imagem extraída do site: <http://www.novotempo.org.br/index.asp?Conteudo=sisac.htm>. Programa Vitória em Cristo - Imagem extraída do site: <http://www.prsilasmalafaia.com.br>.

Protestantismo em Revista

Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia
Volume 08, set.-dez. de 2005 – ISSN 1678 6408

A audiência conquistada pelos *tele-evangelistas*, comparada ao percentual obtido pela novela das 21 horas da Rede Globo (47 pontos no Ibope diariamente), é legitimamente pequena em termos de proporção de telespectadores, também, pouco significativa em relação aos programas tradicionais, como Jornal Nacional (35 pontos), Fantástico (26 pontos) e Domingo Legal (16 pontos)⁸.

Um ponto no Ibope corresponde aproximadamente a 80 mil televisores sintonizados em determinada emissora. Referindo-se ao programa Show da fé, que em horário nobre já emplacou 4 pontos de audiência, resulta em um número de 320 mil aparelhos eletrônicos recebendo a sua transmissão. É interessante observar que as pesquisas do Ibope concentram-se geralmente nas capitais dos estados brasileiros, e, principalmente, no estado de São Paulo. Sendo assim, a nível de Brasil, considera-se um número de receptores ainda maior dos programas religiosos. A Igreja Internacional da Graça de Deus atinge na América Latina, através dos veículos de comunicação que transmitem seus cultos, cerca de 20 vezes mais público comparando ao número de membros freqüentadores de seus templos. Já a Igreja Universal do Reino de Deus, possui um dos maiores *impérios* de comunicação, como a Rede Record de Televisão, que atinge facilmente milhões de pessoas no Brasil e no exterior⁹.



Sistema de comunicação da IURD. Gravações ao vivo dos seus cultos com aproximadamente pessoas

⁸ Os números de audiência informados, relativamente, variam conforme o dia e a programação. Obs.: Pesquisas Ibope: www.ibope.com.br.

⁹ As imagens a seguir foram extraídas, subseqüentemente, dos sites: <http://www.igrejauniversal.org.br>; <http://www.sisac.org.br> e <http://estaescrito.novotempo.org.br>; <http://www.ongrace.com/schowdafa>.

Protestantismo em Revista

Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia
Volume 08, set.-dez. de 2005 – ISSN 1678 6408



Sistema Adventista de Comunicação pioneiro na sociedade brasileira e um dos mais atuantes no mu



Missionário R.R. Soares: entrevistado pelo apresentador Jô Soares como um dos rostos mais freqüentes na televisão brasileira. Diretor e fundador da Rede Internacional de Televisão (RIT). As principais emissoras que transmitem seus programas são BAND, Gazeta e Redetv.¹

Conhecendo a história da comunicação religiosa

Clareando alguns aspectos entre a mídia e os evangélicos

A origem histórica de algumas denominações protestantes no Brasil está relacionada com o evangelicalismo norte-americano, que procurou um relacionamento do evangelismo com a TV aberta. Nos EUA, os primeiros programas evangélicos estavam vinculados ao protestantismo, e o catolicismo, por sua vez,

Protestantismo em Revista

Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia
Volume 08, set.-dez. de 2005 – ISSN 1678 6408

concentrava poucas atenções para os campos *mercadológico* e religioso. Desde então, o protestantismo é mundialmente considerado o pioneiro nesse segmento. Porém, com a chegada do pentecostalismo que, ao invés de *alugar* espaços em emissoras de comunicação existentes como o protestantismo vinha fazendo, interessou-se rapidamente em conquistar seus próprios veículos de informação, tomando assim, os maiores utilizadores da telecomunicação religiosa¹⁰.

Outro fator resulta da tendência do pentecostalismo em demonstrar maior *agressividade* na área da comunicação, pois seu interesse nem sempre esteve vinculado com a qualidade dos programas apresentados como no protestantismo, mas na quantidade divulgada e na audiência adquirida.

No Brasil, atualmente, existem várias denominações cristãs mantendo parcerias com organizações religiosas internacionais, estabelecendo o conceito americano de tele-evangelismo, como exemplo o ministério de Joyce Meyer.



MINISTÉRIOS
JOYCE MEYER
Todas as noções. Todas as idades. Todos os dias.

Programa de TV

Confira os horários do programa Joyce Meyer
Desfrutando a Vida Diária!

Confira abaixo onde e quando você pode assistir nosso programa

EMISSORA	DIAS	HORÁRIOS
REDE TV	SEG. À SEX.	05:30 - 06:00
REDE SUPER	SEG. À SEX.	14:30 - 15:00
TV GÊNESIS	SEG. À SEX.	22:00 - 22:30
TV PRESENÇA	SEG. À SEX.	12:00 - 12:30
TV AMAZONIA	SEG. À SEX.	18:40 - 19:10

Você também pode assistir OnLine

- > Rede Super
- > Lagonha.com

Desfrutando
a Vida
Diária

¹⁰ H. Assmann. A Igreja Eletrônica. p. 14-33. A. P. ORO. Religiões pentecostais. In: Revista Eclesiástica Brasileira. p.304-334. A. B. Fonseca. Evangélicos e Mídia. p. 14-44.

Alcance através da mídia: A nossa visão, que foi inspirada por Deus, é alcançar o mundo com a verdade que é encontrada apenas na Sua Palavra. Diariamente, milhões de pessoas recebem ensinamentos bíblicos transformadores através do Ministério da Joyce Meyer, na televisão e programas de rádio, fitas de ensino, vídeos, livros, e conferências. Através de nosso programa de televisão, nós temos uma audiência potencial de 2.1 bilhões de pessoas ao redor do mundo, alcançando aproximadamente dois terços do globo - e a nossa visão é expandir nosso alcance na televisão ainda mais. Através de nossos programas internacionais de missões, somos capazes de penetrar em áreas remotas do globo não tocadas pelo Evangelho. Nosso alvo: Todas as nações, todas as cidades, todos os dias O Ministério Joyce Meyer é transmitido em mais de 370 estações de rádio e 350 canais de televisão ao redor do mundo. Sem dúvida, estes são os mais efetivos meios de comunicação do Evangelho que nós temos à nossa disposição.¹¹

Segundo alguns estudiosos, a principal relação entre os evangélicos e a mídia consiste em quatro fatores principais: 1) o surgimento da IURD na década de 1980 e posteriormente sua compra da Rede Record de Televisão, a terceira maior emissora de canal aberto no Brasil, doravante liderada por um segmento neopentecostal; 2) A presença da bancada evangélica na constituinte de 1988 e o crescimento de políticos evangélicos no país, tomando o mundo evangélico mais forte e atuante no sistema governante do país; 4) O declínio numérico do catolicismo na sociedade brasileira, como também, a pouca relação comercial com as emissoras *não religiosas* na concessão de programas televisivos; 5) Muitas emissoras de televisão abrem espaço em horários nobres aos tele-evangelistas, devido ao fato de seus telespectadores serem extremamente *fiéis*, resultando em um considerável índice de audiência, que proporciona bons lucros através dos comerciais divulgados, por exemplo: a TV Bandeirantes tirou Gilberto Barros que apresenta o “Boa Noite Brasil” do horário nobre, colocando o programa da Igreja Internacional da Graça de Deus denominado “Show da Fé”. Na época, muitos críticos da comunicação social questionaram a mudança na grade da Band, em função do programa Boa Noite Brasil ser diversificado, atrativo e de qualidade comprovada. No entanto, economicamente o Missionário R.R Soares emplacou maiores resultados e lucros para a emissora

¹¹ http://www.joycemeyer.com.br/index_dinamico.php?pagina=noticia&ref=101.

paulista, sendo convidado a assumir definitivamente o horário por alguns anos (contrato)¹².

Pioneirismo em comunicação religiosa

Pesquisas históricas levantam os seguintes dados dentro do referencial campo religioso e sua relação com a mídia:

- 1940: surgiram no Brasil os primeiros programas evangélicos no rádio, sendo a Igreja Adventista do Sétimo Dia a pioneira neste trabalho a nível nacional, através da implantação do Sistema Adventista de Comunicação (SISAC) transmitindo o programa *A Voz da Profecia* com direção do Pr. Roberto Rabello¹³.
- As Igrejas Luteranas foram mais tímidas nesta área, não organizando (1940 - 1950) nenhum órgão nacional de comunicação social na época, principalmente no que se refere à evangelização via rádio. Algumas iniciativas vinham surgindo nas próprias comunidades que transmitiram os programas *A hora luterana* ou *A hora evangélica* como parte da programação das rádios comunitárias (geralmente nas cidades de colonização alemã). Já entre os Presbiterianos, Metodistas e Batistas ocorreu algo semelhante ao Luteranismo, porém, possuíam vínculos com entidades americanas, as quais impulsionaram estas denominações religiosas a organizarem mais rapidamente um departamento de comunicação social. Percebe-se que o conceito

¹² www.pucsp.br/rever/rvl2005/p_santana.pdf. Longuni Neto. O novo rosto da missão, p. 17-30. P. Frestons. Protestantes e política no Brasil. p. 27-68. Andrade Luther King. Religião e mercado: a mídia empresarial-religiosa. Revista de estudos da Religião PUC-SP. p. 54-60.

¹³ <http://www.sisac.org.br> / <http://www.novotempo.org.br/index.asp?Conteudo=sisac.htm>. H. Assmann. A Igreja Eletrônica. p. 14-33.

americano de comunicação religiosa sempre conduziu algumas denominações protestantes a *trilharem* nos caminhos da mídia¹⁴.

- No pentecostalismo, o interesse pela mídia partiu da Igreja Evangélica Assembléia de Deus com o programa *Minutos com Jesus*, entre outros. Em seguida, surgiu a Igreja do Evangelho Quadrangular, O Brasil para Cristo e a Igreja Deus é Amor, veiculando programas de rádio em todo território nacional¹⁵.
- Algumas organizações evangélicas internacionais fundaram comunidades evangélicas no Brasil através da difusão de programas de rádio. Na década de 50, o missionário canadense Robert McAlister transmitia o programa *A voz da Nova Vida*, que na década de 1960 originou a Igreja Nova Vida. Conseqüentemente, evangelistas brasileiros interessados e cativados pela eficácia da comunicação religiosa norte-americana no país, iniciaram campanhas para introduzir novos meios evangelísticos de comunicação social.
- Na década de 60, os primeiros programas religiosos começaram a invadir a televisão, sendo o SISAC novamente pioneiro, cobrindo algumas cidades dos estados paulista e carioca. Não ficando para trás dos Adventistas, o missionário McAlister da Igreja Nova Vida iniciou o primeiro programa pentecostal na TV Tupi do Rio de Janeiro. Posteriormente, explodiu a nível nacional o marco fundamental da

¹⁴ <http://www.juratel.com.br/Lsomos.html>. <http://www.cepa.org.br/programas1.php>.
http://www.saranossaterra.com.br/obj/Portal_Nacional/a_igreja.asp?id=532.
http://www.rpc.org.br/quem_somos. http://www.puc.br/rever/rv1_2005/p_santana.pdf.
<http://www.ieclb.org.br/comunicacaomultimedia.htm>. <http://www.rcc.org.br/telecomunicação>.
Linguini Neto. O novo rosto da missão: os movimentos ecumênicos e evangelical no protestantismo latino-americano, p.30-60. Ari Pedro Oro. Religiões pentecostais e meios de comunicação de massa no Sul do Brasil. Revista Eclesiástica. p. 304-334. Ari Pedro Oro; André Corten; Jean Pierre Dozon. Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé. p. 57-179. Andrade Luther King. Religião e mercado: a mídia empresarial-religiosa. Revista de estudos da Religião PUC-SP. p. 54-60.

¹⁵ Id. Ibid.

Protestantismo em Revista

Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia
Volume 08, set.-dez. de 2005 – ISSN 1678 6408

comunicação religiosa: *Alguém ama você*, de Rex Humbard, *Clube 700* de Pat Robertson, e os cultos do Pastor Jimmy Swaggart, transmitidos para todo Brasil com divulgações sobre novas tendências teológicas e ideológicas destes líderes, caracterizados pelo seu carisma frente a multidões e pelas técnicas inéditas de comunicação, como a benção no copo de água via televisão¹⁶.

Contudo, tais programas não surtiram o mesmo efeito que tinham nos Estados Unidos, ou seja, não tiveram aqui o poder de mobilização e pressão que exerciam entre os norte-americanos, porque eram produzidos em outra cultura, com outra perspectiva de vida, totalmente diferente da dos brasileiros. Esses programas duraram até meados da década de 80, quando a produção nacional de televisão cresceu e tomou-se independente da produção estrangeira¹⁷.

Desde 1996 a 2005 surgiu um novo período histórico de entrosamento entre
Religião e Mídia:

Rede Presbiteriana de Comunicação
A Assembleia pela Fielty aos sábados de manhã para todo Brasil. O apresentador é o ex-governador do Rio de Janeiro, Arnon Galvão. O programa possui uma edição para internet e também a família, os livros, de evangelização.

gente que crê

RÁDIO BATISTA
Abrindo seus ouvidos para Deus

CEPA
Comunidade Evangélica de Porto Alegre

Programa Reflexões Programa da CEPA
Domingo às 9h30min
TV Guaíba - Canal 2
Pastor Adilson Stephani

Programa Respostas Para a Vida
Caralê - NET
Quarta às 20h30min
Sexta às 19h30min
Sábados às 15h
Pastor Adilson Stephani

Igreja Evangélica Luterana do Brasil
IELB
A comunicação no TEL

CRISTO PARA TODOS
A RELB manifesta-se favorável a comunicação social dentro dos segmentos Luteranos e sociais que a ela compete. O artigo VIII do seu estatuto declara: "Iniciamos campanhas publicitárias para a divulgação do evangelho, da igreja e de seus programas, dentro e fora da RELB".

Programa Respostas Para a Vida
A comunidade Evangélica de Porto Alegre juntamente com a Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil desenvolvem semanalmente programas voltados à família brasileira, em especial, para a região metropolitana de Porto Alegre-RS. Na sua estrutura conta com dois líderes denominados Líderes FIE (Igrejenses SC - Novo Hamburgo-RS) e a rádio web Luteranos Do Sul. Além também, através de vários segmentos de rádio-comunicação vinculados às comunidades Luteranas distribuídas em 10 estados, abrangendo assim, todo o território nacional.

IELB
Atualmente a produção editorial é, principalmente, a ser produzidos que apontam para o maior índice de crescimento na televisão aberta e fechada. São mais de 5.000.000 dólares nos investimentos realizados pelo Brasil. São programas religiosos transmitidos por redes "tradicional" de televisão.

IELB
A Escola Superior de Teologia em 1996, criou o departamento de mídia para a igreja e os seus alunos servem à área da comunicação e mídia. Também, analisa a RELB nos seus diferentes níveis de atuação.

¹⁶ Id. Ibid.

¹⁷ Andrade Luther King. Religião e mercado: a mídia empresarial-religiosa. Revista de estudos da Religião - PUC-SP. p. 54-65. Os dados a seguir foram extraídos dos seguintes sites:
[Http://www.rpc.org.br/quem_somos](http://www.rpc.org.br/quem_somos). [Http://www.puc.br/rever/rv1-2005/p_santana.pdf](http://www.puc.br/rever/rv1-2005/p_santana.pdf).
<http://www.presbiteriana.org.br>. [Http://www.ielb.org.br/comunicacao_multimedia.htm](http://www.ielb.org.br/comunicacao_multimedia.htm).
[Http://www.rcc.org.br/te1comunicacao](http://www.rcc.org.br/te1comunicacao). [Http://www.joicemeyer.com.br](http://www.joicemeyer.com.br).
[Http://www.ielb.org.br/comunicacao](http://www.ielb.org.br/comunicacao).

Protestantismo em Revista

Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia
Volume 08, set.-dez. de 2005 – ISSN 1678 6408

Referências

FRESTON, P. *Protestantismo e política no Brasil*. Tese de doutorado em Ciências Sociais. Campinas: UNICAMP, 1993.

LONGUINI, Neto. *O novo rosto da missão: os movimentos ecumênico e evangelical no protestantismo latino-americano*. Viçosa: Ultimato, 2002.

SANTANA, Luther King de Andrade. *Religião e Mercado: A Mídia Empresarial Religiosa*. *Revista de estudos da Religião (REVER)* N° 1 / p. 54-67. São Paulo: PUC, 2005.

MARTINO@ *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.

ORO, Ari Pedro. *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulus, 2003.

ORO, Ari Pedro. *Religiões Pentecostais e meios de comunicação de massa no Sul do Brasil*. *Revista eclesiástica brasileira*, 50, 198, junho, p. 304-334.

PIERUCCI, A & PRANDI, R. *A realidade social das religiões no Brasil*. São Paulo: HUCITEC, 1996.

GONÇALVES, Antônio. *Comunicação e Religião*. São Paulo: Ultimato, 2002.

Sites:

<http://www.ibope.com.br>

<http://www.novotempo.org.br/index.asp?Conteudo=sisac.htm>

http://www.juratel.com.br/q_somos.html

<http://www.cepa.org.br/programas1.php>

<http://www.universal.org.br>

<http://www.cepa.org.br/programas1.php>

http://www.saranossaterra.com.br/obj/Portal_Nacional/a_igreja.asp?id=532

http://www.joycemeyer.com.br/index_dinamico.php?pagina=noticia&ref=101