

**Os novos meios da Universal:
o *blog* do bispo e a doutrinação pelo discurso religioso¹**

Sarita dos Santos CARVALHO²

Breno Martins CAMPOS³

Resumo

Esta comunicação dirige o olhar para diferentes mídias utilizadas cada vez mais pelas religiões, dentre as quais, detivemo-nos no universo cristão neopentecostal, conforme os conceitos de Paul Freston e Ricardo Mariano, em virtude de sua ênfase no uso dos meios de comunicação – que chamamos de sacralização do profano pelo uso dos meios públicos para difusão religiosa. Dentro do neopentecostalismo evangélico, a IURD se mostra como igreja empreendedora e especialista em ações de marketing, com destaque, aqui, para o *blog* do bispo Edir Macedo, meio de comunicação que promove a doutrinação dos internautas. Oferecemos uma análise do conteúdo do *blog*, considerando os efeitos que o texto e a forma podem causar; perpassamos conceitos weberianos de carisma e nos apoiamos em Eni Orlandi, nos conceitos sobre o discurso, a fim de compreender a formação da comunidade discursiva que envolve o público iurdiano e que acessa o *blog* do bispo.

Palavras-chave: Neopentecostalismo; Igreja Universal do Reino de Deus; redes sociais; discurso.

Introdução

As religiosidades de nossa era têm se utilizado da mídia nas suas diversas formas. Da produção de jornais católicos e protestantes do século XIX, houve um salto no século XX, quando se viu uma grande evolução tecnológica também na informação eclesiástica, pois,

¹ Trabalho apresentado na XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada na Pontifícia Universidade Católica de Campinas – Campinas, 17/8/2017.

² Discente do Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Ciências da Religião da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas) com bolsa de fomento da CAPES. E-mail: sarita.scarvalho@gmail.com.

³ Doutor em Ciências Sociais. Membro do Corpo Docente Permanente do PPG em Ciências da Religião e professor da Faculdade de Ciências Sociais da PUC-Campinas. E-mail: brenomartinscampos@gmail.com.

além da continuidade dos jornais impressos, difundiu-se a publicação de livros, surgiu o grande movimento do uso do rádio que, especificamente na América Latina, foi o meio de comunicação de uso mais intenso da década de 1950 em diante (CUNHA, 2009); e, no transcorrer da segunda metade do século XX, o uso da TV e da mídia eletrônica em geral. No Brasil, “o fato é que, a partir dos anos 90, há um amplo empreendimento da presença cristã na mídia eletrônica. Pode-se constatar o avanço da presença católico-romana na TV e dos evangélicos, e mais intensamente pentecostais, nas diferentes mídias” (CUNHA, 2009).

Hoje, vemos uma ampla gama de canais de TV com programação religiosa em rede aberta ou paga – TVCI, Ideal TV, RIT, CNT, RBI, Rede Vida, Aparecida, Canção Nova, Rede TV, Boa Vontade TV, Novo Tempo –, pelos quais é possível observar os mais diversos conteúdos programáticos: missas e cultos, palestras sobre crescimento espiritual e motivacionais, música sacra ou *gospel*, entrevistas, aconselhamento familiar, documentários, programas jovens, culinária e artesanato, moda etc. No meio virtual, há uma ampla gama de *sites*, páginas do *Facebook*, *tweets*, *blogs*, com mensagens religiosas as mais diversificadas, de igrejas instituídas ou grupos independentes. Essa versatilidade em adequar espaços e meios para atingir objetivos religiosos, primeiramente, é característica neopentecostal; contudo, ela é observada também em outros segmentos religiosos, tais como a Igreja Católica, presbiterianos, batistas, adventistas, só para citar alguns.

Pensando na história do pentecostalismo no Brasil, já na formação das igrejas de segunda onda⁴, A igreja O Brasil para Cristo, fundada por Manoel de Mello, em 1950, foi

⁴ Paul Freston (1993) foi o primeiro a dividir o pentecostalismo em ondas, segundo um recorte histórico-institucional e com base na dinâmica interna das igrejas. Quanto às características que pautam essa classificação (MARIANO, 1999), as igrejas da primeira onda são aquelas que, em sua formação inicial, eram muito discriminadas tanto por protestantes históricos quanto por católicos; eram também portadoras de um extremo anticatolicismo, dando ênfase ao dom de línguas, ao radical sectarismo e ascetismo, com rejeição do mundo (Assembleias de Deus e Congregação Cristã no Brasil). As igrejas da segunda onda iniciaram o processo de evangelização em massa, com utilização do rádio, da imprensa, do evangelismo itinerante (tendas, praças públicas, estádios etc.), representando, assim, certo descarte do sectarismo no que diz respeito às relações de utilização do profano pelo sagrado; a ênfase no dom de cura é o que as diferencia teologicamente das igrejas de primeira onda (focadas no dom de línguas). As igrejas da terceira onda se apresentaram a partir da segunda metade dos anos 1970 (e podem ser designadas pelo termo neopentecostal, *neo* para designar a formação recente e o caráter inovador constante); pouco legalistas (abandono do

precursora no uso do rádio e dos espaços públicos para divulgação da mensagem e das atividades que a própria igreja promovia. A partir de Mello, e com o surgimento das igrejas de terceira onda, da qual a Igreja Universal do Reino de Deus (doravante IURD) faz parte, a utilização dos meios midiáticos só cresceu e expandiu. Se antes se lia sobre religiosidade em jornais de circulação interna às denominações, hoje, simplesmente por acessar uma rede social, pode-se ser impactado por mensagens religiosas. A preferência dos crentes não está sob sigilo na *internet*, mas ela é também conteúdo de bancos de dados fornecidos a quem deseja explorar os entremeios do mercado *gospel*.

Neste texto, pretendemos explorar a questão da utilização de mídias diversificadas, mais especificamente, explorar e tornar conhecido o *blog* do bispo da IURD e sua ação efetiva na relação com o fiel internauta.

1. A IURD e a mídia

No que diz respeito às características do neopentecostalismo, de acordo com a classificação de Ricardo Mariano (1999), a diferenciação entre as igrejas da terceira onda e as anteriores revela uma grande diversificação teológica e comportamental. Daí o termo *neopentecostalismo* ter surgido para nomear um grupo que se destaca dentro do pentecostalismo pela inovação constante de propostas e adequação aos sistemas econômicos vigentes, constatando uma dinamicidade inigualável, pois a igreja neopentecostal “adapta-se às mudanças” (FRESTON, 1993, p. 95).

Dentre as neopentecostais, a IURD é o modelo principal, autenticado por pesquisadores, porque carrega em si todas as características da designação, desde sua fundação e a cada dia, inovando e acompanhando as evoluções do mercado religioso com excelência não verificada ainda em outras igrejas. Além da dinamicidade e amplo leque no que se refere aos bens religiosos oferecidos, a mensagem missionária é simples e facilmente assimilável, na qual se observam traços históricos da Igreja cristã, elementos do

ascetismo intramundano), mais liberais em áreas como vestuário e cuidados pessoais; enfatizam a libertação dos demônios, procurando em todas as oportunidades libertar seus fiéis e clientes.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

catolicismo popular e dos cultos afro-brasileiros. A IURD é uma organização religiosa-empresarial, “cuja especialidade consiste na ‘marketização’ do sagrado” (MARIANO, 2003, p. 240) – o que a coloca, de certa forma, em vantagem sobre outras denominações. Fundada em 1977, já em 1980 a IURD comprou sua primeira rádio (a Copacabana), uma das emissoras AM mais populares do Rio de Janeiro àquela época (MACEDO, 2013, p. 33). Desde então, os investimentos em patrimônios midiáticos só vêm aumentando. Além da Rede Record de TV, a IURD é proprietária também da *Line Records*, gravadora especializada no estilo gospel, da *Central Record de Comunicação*, responsável pela programação e divulgação de todo este aparato informativo, da *Unipro*, sua editora responsável pela publicação dos impressos e livros da igreja, cujos autores, na maioria, são seus pastores e bispos. Somando-se as concessionárias de rádio e TV em nome da IURD e da Record por todo o país, o número ultrapassa a Rede Globo em concessionárias próprias. Na internet, a IURD mantém o canal da igreja (www.universal.org) e um canal de programas por assinatura (www.univervideo.com), pelo qual o assinante pode acessar diversos filmes e parte da programação ao vivo que acontece diariamente no Templo de Salomão. O campo de divulgação e a abrangência são enormes, o que garante a possibilidade de atingir o maior público possível da massa que consome grande parte das programações da categoria do entretenimento e da religião.

Quanto à sua atuação nos canais de TV abertos, segundo a coluna de Ricardo Feltrin⁵, do site UOL, recentemente, a IURD passou a ocupar o canal 14 da operadora Sky, antes concedido à TV Novo Tempo, da Igreja Adventista do Sétimo Dia, que foi realocado para o número 165. Importa compreender que o número do canal (14) é considerado uma excelente localização no *line-up* da operadora (resumidamente, mais próximo a outros canais mais acessados e de fácil memorização), em comparação com aqueles de numerações mais elevadas. Além disso, desde 2013, a IURD comprou o horário noturno (madrugada) da Band e do Canal 21, retirando do ar o programa da Igreja Mundial do

⁵ Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2017/07/21/igreja-universal-ocupa-espaco-de-adventistas-na-operadora-sky.htm>. Acesso em: 25 jul. 2017.

Poder de Deus. Trata-se, portanto, de uma disputa acirrada pelo público e pelo espaço, que não tem relação necessária com convicções religiosas.

2. O *blog* do bispo e o discurso religioso

No site da IURD, além das diversas mensagens, vídeos e propagandas sobre a igreja, há um *link* de acesso⁶ aos *blogs* de seus principais ícones, ou seja, Edir Macedo, sua esposa, filhas e genros. Cada um, respectivamente, tem seu *blog* individual. Segundo consta no site comemorativo dos 40 anos da IURD⁷, no campo “A história”, a IURD considera o ano de 2009 como o de sua inserção nas redes sociais, mas o ano de 2007 como o de lançamento do *Blog do bispo Edir Macedo*.

O *blog* é uma ferramenta pessoal, ou “uma evolução dos diários online, onde as pessoas mantinham informações constantes sobre suas vidas pessoais” (QUEIROZ, 2009). Podemos inferir que há uma interpretação conceitual de que o *blog* seja um espaço de divulgação de opinião mais personificada, com uma suposta relação de intimidade com o leitor. Aquilo que é, supostamente, escrito pelo bispo Macedo, por exemplo, instiga a noção de um caráter íntimo e pessoal de quem escreve para quem lê. Vamos explorar, portanto, algumas características do *blog* do bispo Edir Macedo e as implicações que suas postagens podem ter ao atingir seus leitores, bem como os efeitos que podem produzir como divulgadores da própria igreja.

Quanto a Edir Macedo, sua identificação como fundador da IURD, líder maior e secretário-geral, não se desvincula dos meios midiáticos. A imagem do fundador e sua história de vida próspera estão intimamente ligadas à história da IURD. Apesar dos muitos pastores e bispos que a IURD comporta, que pregam, escrevem e discursam amplamente nos diversos meios, a palavra do bispo Macedo carrega um peso superior de autoridade. Não desejamos adentrar numa discussão sobre um possível carisma de Edir Macedo em relação aos seguidores iurdianos, mas entendemos que há um público que o

⁶ Disponível em: <http://www.universal.org/blogs>. Acesso em: 9 jun. 2017.

⁷ Disponível em: <http://sites.universal.org/universal40anos/>. Acesso em: 25 jul. 2017.

considera líder, seja por suas pregações, por seus atos ou por sua história ligada à instituição; há um sentimento de eleição e respeito que não foi abalado nem mesmo quando do episódio da prisão de Macedo, em 1992. Segundo Max Weber (1999), a rotinização do carisma é inevitável na medida em que há sempre o desejo do líder carismático, dos seus seguidores e também dos dominados de transformar o carisma em uma propriedade permanente da vida cotidiana (MAURÍCIO JR., 2011). Assim, também, a dominação carismática se dá na medida em que os liderados reconhecem a missão do líder e este se sente enviado para uma missão. Podemos supor que, se entre Edir Macedo e os fiéis iurdianos não há uma relação carismática direta no que se refere ao contato presencial, há virtualmente uma relação de dominação e obediência que se autentica nas postagens e nos comentários dos seguidores.

O *blog* de Edir Macedo é atualizado diariamente com postagens de mensagens de reflexão, escritas ou em vídeos, ou de divulgação dos trabalhos da igreja. Qualquer pessoa com endereço de e-mail pode se cadastrar em <http://blogs.universal.org/bispomacedo> (acesso em: 5 jun. 2017) e passar a receber diariamente as mensagens postadas, que, segundo informa o site, são escritas e preparadas pelo próprio bispo Macedo. Acessando o *blog*, tem-se acesso a todas as mensagens do dia e anteriores, conteúdos e comentários de leitores.

De forma muito facilitada, a pessoa cadastrada pode receber um e-mail que a lembra da importância da reflexão diária sobre a Palavra, ênfase própria do protestantismo, em tempo curto, sem interferir nas demais atividades cotidianas. Entre a apresentação das mensagens, há aquelas com textos e imagens (sempre há imagens) ou vídeos, seja de testemunhos de convertidos, restaurados, curados etc., ou de programas sociais da IURD no Brasil e em outros países. A mensagem é diversificada e acompanha os acontecimentos do momento. Para exemplificar alguns conteúdos: considerando-se a proximidade do Dia dos Namorados (12 de junho), a mensagem do dia 3 de junho foi sobre relacionamento e fidelidade, com o título “Eu te amo! (ama mesmo?)”⁸; em 27 de maio, um vídeo sobre o

⁸ Disponível em: <http://blogs.universal.org/bispomacedo/2017/06/03/eu-te-amo-ama-mesmo/>. Acesso em: 5 jun. 2017.

trabalho social e evangelístico da IURD numa comunidade indígena mexicana, com o título “Universal promove ação social em comunidade indígena no México”⁹; em 17 de maio, um trecho do documentário de Eduardo Coutinho, no qual uma senhora dá testemunho do problema de posse de sua irmã, com o título “Tocou na cachaça do santo...”¹⁰.

As mensagens diárias são basicamente textos sobre comportamento, libertação, conversão, cura ou divulgação da própria atividade da IGREJA; a maioria com ênfase escatológica, reforçando a mensagem sobre o fim dos tempos e a necessidade de remissão da pessoa, de conversão e de filiação à IURD. Entre os diversos assuntos, observa-se a presença marcante da Teologia da Prosperidade em todas as postagens, seja na proclamação da cura e libertação seja na eficiência da atuação da igreja, ou, mais especificamente, nas mensagens que acentuam a importância do sacrifício da oferta. Como exemplo destacamos o texto publicado em 5 de junho de 2017, intitulado “O tesouro da fé”¹¹.

Apesar de ser abstrata, a Fé é uma arma de ataque e defesa. Tudo neste mundo depende dessa ferramenta.

Para ser materializada em benefícios, a Fé depende de atitude ou coragem para sacrificar pelo que se crê.

Um mínimo de dúvida já é suficiente para travar a coragem e desistir do objetivo.

Um mínimo de dúvida no mercado financeiro já é suficiente para derrubar a Bolsa de Valores de qualquer país. O mesmo se dá em relação aos demais negócios.

Um rumor de dúvida num determinado produto é suficiente para despencar seu comércio e fabricação. Todo mundo sabe disso.

⁹ Disponível em: <http://blogs.universal.org/bispomacedo/2017/05/27/universal-promove-acao-social-em-comunidade-indigena-no-mexico/>. Acesso em: 5 jun. 2017.

¹⁰ Disponível em: <http://blogs.universal.org/bispomacedo/2017/05/17/tocou-na-cachaca-santo/>. Acesso em: 5 jun. 2017.

¹¹ Disponível em: <http://blogs.universal.org/bispomacedo/2017/06/05/o-tesouro-da-fe/>. Acesso em: 7 jun. 2017.

Qual médico ou profissional qualquer dispensa a fé na sua capacidade intelectual para ter sucesso? Qual o governo democrático que ignora sua aprovação popular? Qual o agricultor que dispensa a fé na terra e nas condições climáticas para semear?

Tudo depende da Fé, seja ela natural ou sobrenatural; quer se creia ou não em Deus, a Fé está presente na vida da raça humana.

A vida envolve a Fé. A Fé envolve o amor, a saúde, a família, os negócios, a carreira profissional, os estudos, a ciência, enfim, a Fé faz parte de TUDO NA VIDA.

A única coisa com que a Fé não tem parte é a religião. Pelo menos a Fé sobrenatural. Quando erroneamente se liga a fé à religião, certamente esse tipo de fé é fé natural e envolve sentimentos; nada tem a ver com a Fé Bíblica, a Fé que envolve o intelecto, a razão.

A fé religiosa diz respeito à fé emocional, é fruto do que é **natural ao ser humano**. As pessoas creem porque veem, tocam e, sobretudo, sentem...

O Autor da Fé inteligente disse: *o Meu justo viverá pela fé*. (Hebreus 10.38).

Isto é, a justiça provém da Fé; a vida provém da Fé. Não há justiça sem o envolvimento da Fé.

Segundo o texto, que inserem palavras relacionadas ao sucesso na vida financeira, pessoal e familiar, *fé não tem parte na religião*. Na interpretação do bispo da palavra *fé* como sinônimo de confiança em coisas palpáveis, como um esforço do ser humano em acreditar que tudo lhe é possível, encontra-se o discurso da Confissão Positiva. Para compreender a mensagem do texto, quando afirma que *para ser materializada em benefícios, a Fé depende de atitude ou coragem para sacrificar pelo que se crê*, é necessário compreender que, segundo a doutrina iurdiana, o sacrifício moderno é a doação em espécie (em dinheiro); portanto, são necessárias atitude e coragem para doar, acreditando que Deus proverá o sustento das necessidades e além delas.

Para a compreensão total do texto é necessário que o leitor tenha um conhecimento prévio, uma memória discursiva que precede a leitura, o que nos faz supor que a mensagem do *blog* é direcionada ao público que frequenta as reuniões da igreja, já acostumado com certas expressões específicas da comunidade de fala iurdiana. Expressões como “arma de ataque e defesa”, fé “materializada em benefícios”, “fé inteligente” são peculiares ao vocabulário iurdiano, difundido nas pregações e palestras de seus pastores e bispos. Segundo as regras de enunciação das comunidades de fala, Michel Foucault (2014, p. 41) explica que a inculcação de uma doutrina vem moldar os enunciados:

A doutrina liga os indivíduos a certos tipos de enunciação e lhes proíbe, conseqüentemente, todos os outros; mas ela serve, em contrapartida, de certos tipos de enunciação para ligar indivíduos entre si e diferenciá-los, por isso mesmo, de todos os outros.

3. O leitor do *blog* do bispo

Percebe-se que o *blog* de mensagens é mais uma forma de doutrinação e mais um braço de contato com o membro iurdiano por meio da palavra do próprio bispo fundador. É a palavra do bispo, não de um dos pastores, não de qualquer um dos bispos, não de um dos funcionários iurdianos, mas de Edir Macedo, diretamente para o fiel.

Quanto aos aspectos e apelo visuais¹², o *blog* traz na abertura a imagem de Edir Macedo, sorrindo e convidando o internauta a se cadastrar para receber suas mensagens diárias; no menu, na seção *Biografia*, o internauta pode acessar um resumo biográfico da vida de Edir Macedo, por meio de uma *timeline* com algumas datas específicas, como os casamentos das filhas, a inauguração do templo, entre outras. Em *Imagens*, é possível acessar uma série delas com mensagens prontas, próprias para compartilhar em outras redes sociais. No item *Palavra amiga*, há arquivos de áudio com a voz de Edir Macedo, nos quais ele ora e prega, que variam entre 30 e 60 minutos de duração. Na seção *Vídeos*,

¹² <<http://blogs.universal.org/bispomacedo/>>. Acesso em: 8 jun. 2017.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

encontram-se todos os vídeos publicados no *blog*. Como último item no menu, está a seção *Livros*, pela qual é possível consultar a lista de livros escritos por Macedo, bem como por meio de um *link* com a Arca Center (loja virtual oficial da IURD) fazer a compra de qualquer um dos títulos. O internauta tem ainda a opção de acessar os textos em espanhol, inglês, francês, russo e italiano. O *blog* ainda comporta anúncios, como o de assinatura da Univervideo, com imagens de filmes de sucesso disponíveis para assinantes, a página do *Facebook* de Edir Macedo e a divulgação de cursos e palestras especiais que ocorrem no Templo de Salomão.

Quanto à reação dos leitores, o que se observa é uma total cumplicidade com o bispo na aceitação de suas mensagens; muitos dirigem seus comentários ao próprio bispo, evocando elogiosamente sua pessoa e pensamento. Observamos, ainda, o nível de envolvimento a que o leitor internauta se dispõe, colocando publicamente sua opinião, que nada mais é do que a concordância com a opinião do bispo, e que revela a sua intenção de ser conhecido pelo bispo, reconhecido pelo público e de partilhar do carisma do líder. Considerando essa concordância de opinião dos seguidores em relação às postagens do bispo, remetemo-nos à caracterização do discurso religioso elaborada por Eni Orlandi (1987, p. 239-262), segundo a qual o discurso religioso assemelha-se ao discurso autoritário, no qual há a intenção de anular a reversibilidade. Entende-se reversibilidade como a troca de papéis na interação que constitui o discurso e que o discurso possibilita. O discurso é o meio pelo qual um sujeito falante oferece sentidos constituídos por um conjunto sócio-histórico-ideológico, que se transformarão em novos sentidos a partir do sujeito que o interpreta, também permeado por seu construto sócio-histórico-ideológico. Essa possibilidade de inferir novos significados e sentidos a um mesmo discurso é a possibilidade de reversibilidade.

Num discurso autoritário o que ocorre é a ilusão da reversibilidade, já que a intenção é reduzir a equivocidade de interpretação, tendendo a uma interpretação monossêmica, que evite a dispersão de ideias e o “perigo” de ser “mal interpretado”. Sabemos, contudo, que todo discurso é polissêmico, já que é impossível cercear todos os sentidos possíveis porque escapam àquele que enuncia e, se assim não fosse, não seria discurso. O que ocorre

no discurso religioso, no entanto, é uma forma de limitação dos sentidos, sendo reconhecidos apenas o que são permitidos.

Dentro do discurso religioso cristão, existe um sujeito que é nomeado superior por aqueles que a ele se sujeitam (Deus e os fiéis, respectivamente). Intermediando essa relação, há um outro sujeito que é instaurado pelos demais, já que deles conquistou confiança, ocupando a posição de líder (o ministro religioso) ou que assim se intitula por ter sido nomeado pelo próprio sujeito superior (Deus, mediante as normas de alguma instituição). Referimo-nos, portanto, à posição do ministro religioso, considerado hierarquicamente como aquele nomeado por Deus. A partir da sujeição espontânea, fica estabelecida a possibilidade de dominação, pelo fato de o fiel, por seu livre arbítrio, decidir ser submetido: “o conteúdo da ideologia religiosa constitui de uma contradição, uma vez que a noção de livre arbítrio traz, em si, a de coerção” (ORLANDI, 1987, p. 242). Não se trata, por óbvio, de coerção física, mas ideológica, que remete à necessidade de obediência.

Na hierarquia do discurso religioso, aquele que fala é a voz de Deus (na voz do padre, pastor, bispo ou qualquer outro representante). Entre o locutor, que é do plano espiritual (porque constituído por mandato divino ou pela sacralidade da instituição), e o ouvinte, que é do plano temporal, há um desnivelamento, considerando a ideia de que o plano espiritual domina o plano temporal – posto que Deus é eterno, infalível, todo poderoso; e os ouvintes são humanos, mortais, dotados de poder relativo.

A instauração do representante da voz de Deus se dá na maioria das instituições religiosas que constituem lideranças. Quanto à IURD, pode-se observar o peso dessa hierarquização pelas palavras do próprio Macedo, de acordo com a matéria “Clamor pelas nações no Templo de Salomão”, que comenta a reunião do bispo Macedo com diversos pastores e bispos iurdianos do Brasil e exterior, ocorrida no dia 22 de julho deste ano: “um sacerdote é muito mais do que qualquer autoridade dentro da Igreja, mas, para Deus, o sacerdote é

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

aquele que carrega consigo a divindade, autoridade, o poder para abençoar às demais pessoas que não são sacerdotes, aquelas que não conhecem a Luz”¹³.

Se no discurso religioso a voz de Deus é representada pelo pregador, instaura-se um mecanismo de incorporação de vozes, um processo de mistificação da pessoa (humana) do pregador para a da divindade. Mas o mecanismo é sutil, a ponto de o sujeito ouvinte apagar a ideia de que o pregador é humano em sua enunciação, ou seja, é também constituído de seu construto sócio-histórico-ideológico. Não é apenas voz divina, mas é enunciação construída por um sujeito do discurso. Em contrapartida, a enunciação é regulada pelo texto sagrado, o que lhe confere ainda maior noção de divindade.

Se o pregador se utiliza do texto bíblico, e o ouvinte o identifica como palavra de Deus, instaura-se a aceitação incontestável – novamente a noção de irreversibilidade do discurso. Assim, os textos enunciados no *blog* do bispo tomam a característica da fala divina e assumem a condição de *verdade*. Podemos interpretar que diferentemente de outros *blogs*, nos quais o que surge é a expressão da opinião do autor a seus seguidores, os textos do *blog* do bispo são expressões tornadas divinas, acima do julgamento humano, incontestáveis. Os seguidores, por sua vez, postando comentários que expressam total concordância com os textos, assumem seu papel de sujeito fiel, obediente, sem possibilidade de contestação – confirmam a situação de irreversibilidade, instaurada e sutilmente apagada pelo fato de eles terem a possibilidade de também falar em resposta ao bispo (postar seu comentário).

O *blog* do bispo é, portanto, lugar de sentidos e confirmação de sentidos. Não há contrariedades que levem à possibilidade de sentidos inversos ao desejado pelo pregador, mesmo porque, para o seguidor, contradizer o sujeito religioso expresso no seu líder é adentrar ao conceito de blasfêmia, se considerarmos o que diz Orlandi (1987, p. 254) sobre a teorização de Nancy Huston: “a blasfêmia é a apropriação do inapropriável [...] um seu traço fundamental é a gratuidade [que] reside no exercício de uma liberdade e por isso é um pecado atroz: o blasfemo ultraja Deus gratuitamente”. Expressar-se

¹³ Disponível em: <https://www.universal.org/noticias/clamor-pelas-nacoes-no-templo-de-salomao>. Acesso em: 25 jul. 2017.

contrariamente à Palavra de Deus (que é usada na enunciação do pregador, representante da voz divina) é como blasfemar contra Deus. Ao seguidor do *blog* não interessa se expor como contestador, mas, sim, ganhar a posição de confiança como seguidor fiel e obediente a seu líder e a seu Deus; é o *status* de sujeito falante, mesmo que sem produzir sentidos novos, e cúmplice do bispo que ele deseja.

Considerações finais

Propusemo-nos colocar em questão a amplitude que um meio como o *blog*, primordialmente classificado como de divulgação pessoal, pode ter como meio de divulgação religiosa ou, ainda mais, como meio de doutrinação. O mecanismo do *blog*, que possibilita a postagem de comentários, fornece a ideia de interação do blogueiro com o seguidor, que é nada mais que uma relação unívoca de uma voz autoritária a alguém que aceita a doutrinação e se submete à obediência.

Quanto à amplitude do *blog* como meio de divulgação, no caso do *blog* do bispo Macedo, ao internauta que se cadastra e recebe as mensagens por e-mail é dada a instrução: “Gostou deste post? Deixe um comentário. Você também pode compartilhar no Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn ou enviar por E-mail”, ou seja, o receptor é instruído a replicar a mensagem e ele mesmo ser um porta-voz daquilo que o bispo proferiu, o que torna a amplitude de cobertura do *blog* maior do que apenas a do público que o acessa diretamente. Não há incentivo a tecer uma crítica ou sugestão, mas a orientação: “se gostou”, deixe um comentário. A sutileza do texto revela a escolha de seus seguidores fiéis e são eles que farão a propaganda sem custo, produzida pela persuasão e amparada pelo testemunho do fiel que replica a mensagem e imprime sua dose de cumplicidade com o que é dito. E se o fiel goza da estima dos seus amigos virtuais, eleva as chances de sucesso na aceitação da mensagem.

Como dissemos no início desta comunicação, a religiosidade tem extrapolado seus limites para se fazer presente em todas as mídias. No caso da IURD, pelo projeto de um homem como Edir Macedo, instaurou-se um império religioso e administrativo, com o qual

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

muitas denominações não têm condições de concorrer no mercado religioso. Cabe pensar os resultados dessa intensa exposição midiática, na difusão de ideologias que extrapolam o espiritual, mas que convergem a ideologias de mercado e de adequação política. A mídia não é santa nem pecadora. É apenas um meio. Resta avaliar que águas correm por seus canais.

REFERÊNCIAS

CUNHA, Magali N. Religiosidade midiática em tempos de cultura “gospel”. *Tempo e Presença*, v. 4, n. 15, abr. 2009. Disponível em:
http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod_artigo=303&cod_boletim=16&tipo=Artigo. Acesso em: 7 jun. 2017.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 24 ed. São Paulo: Loyola, 2014.

FRESTON, Paul. *Protestantes e política no Brasil: da constituinte ao impeachment*. Campinas: UNICAMP, 1993. (Tese de Doutorado em Ciências Sociais).

MACEDO, Edir. *Nada a perder: meus desafios diante do impossível*. São Paulo: Planeta, 2013.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999.

MAURICIO JR., Cleonardo. Revisando o conceito de carisma: líderes pentecostais, entre o virtuosismo e o capital religioso, da dominação à performance. *Revista Todavia*, v. 2, n. 2, p. 42-55, jul. 2011. Disponível em:
<http://www.ufrgs.br/revistatodavia/Art%203%20Revista%20Todavia%20ed.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2017.

ORLANDI, Eni P. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. 2 ed. rev. aum. Campinas: Pontes, 1987.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

QUEIROZ, Jaqueline. Como surgiram os blogs. *Linhas digitais, Blog* da turma do 4º ano de Jornalismo matutino da Universidade Estadual de Londrina – UEL, 25 nov. 2009. Disponível em: <https://linhasdigitais.wordpress.com/2009/11/25/como-surgiram-os-blogs/>. Acesso em: 7 jun. 2017.

WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensível*, v. II. Brasília: Ed. UnB, 1999.