

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO

CARLOS RENAN SAMUEL SANCHOTENE

Religi@o 2.0:
interações entre igreja e fiéis no blog do bispo Edir Macedo

São Leopoldo, RS

2011

CARLOS RENAN SAMUEL SANCHOTENE

Religi@o 2.0:
interações entre igreja e fiéis no blog do bispo Edir Macedo

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

Orientador: Dr. Pedro Gilberto Gomes

São Leopoldo, RS

2011

S211r Sanchotene, Carlos Renan Samuel
Religi@o 2.0: interações entre igreja e fiéis no blog do
bispo Edir Macedo / Carlos Renan Samuel Sanchotene. – São
Leopoldo, 2011.
170 f.

Dissertação (mestrado) – Pós-Graduação em Ciências da
Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2011.

1. Religião 2. Internet 3. Mídia 4. blog 5. Edir Macedo,
bispo. I. Título

CDU : 316.77:21

Ficha elaborada por Eunice de Olivera, CRB10-1491

CARLOS RENAN SAMUEL SANCHOTENE

**Religi@o 2.0:
interações entre igreja e fiéis no blog do bispo Edir Macedo**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

BANCA EXAMINADORA

Dr. Pedro Gilberto Gomes - Orientador - UNISINOS

Dr. Antonio Fausto Neto – UNISINOS

Dra. Viviane Borelli - UFSM

Dedico este trabalho à Vera Elaine.

Por ser exemplo na minha vida.

*Por proporcionar-me toda estrutura necessária
facilitando, assim, o conhecimento.*

Pela compreensão.

Pela paciência.

Por ser mãe.

Por amar.

Por acreditar que eu posso mais do que realmente posso.

AGRADECIMENTOS

A Deus.

Aos meus pais e minha irmã, pelo sacrifício enfrentado, por ficarem do meu lado e torcerem a favor da minha vitória.

Ao meu orientador, professor Dr. Pedro Gilberto Gomes, pelo respeito a esta pesquisa e acolhida deste jovem pesquisador.

Ao professor Dr. Antonio Fausto Neto, exemplo de humildade e generosidade. Obrigado pelos sábios ensinamentos e grande gentileza.

Ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, em especial, ao professor Dr. Jairo Ferreira por suas avaliações durante o exame de qualificação.

À professora Dra. Viviane Borelli, pela iniciação no mundo acadêmico e por estimular-me o gosto pela pesquisa.

À professora Ms. Rosana Zucolo, pelo apoio constante, amizade e por acreditar no meu potencial.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela concessão da bolsa que garantiu a realização desta pesquisa.

À colega e amiga Daiana Martins, pelo companheirismo desde o início do curso, por dividir comigo angústias, conquistas e “descobertas” das nossas pesquisas. Obrigado pela nossa amizade.

Aos amigos Jocélia Bortolli, Aline Weschenfelder, Júlio Colbeich, Diego Carvalho, Maria Joana Chaise e Maicon Kroth, pela amizade construída nesse período.

À amiga Adriana Garcia, pela amizade, cumplicidade e pelo exemplo de perseverança.

Aos que dividiram comigo deste sonho e vibraram comigo durante a realização do mestrado.

E, ainda, a todos aqueles que acreditam que eu posso continuar trilhando esta caminhada.

Muito Obrigado!

*Eu já estou com o pé nessa estrada
Qualquer dia a gente se vê
Sei que nada será como antes, amanhã*

(Milton Nascimento)

RESUMO

Este trabalho busca analisar os processos de interação entre igreja e fiéis a partir do blog do bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Hospedado através do portal Arca Universal, o blog é um ambiente potencializador de novas formas de contato entre o mundo religioso e o mundo dos credos. Por meio das possibilidades interacionais da chamada web 2.0, permite aos fiéis internautas coparticiparem desta plataforma digital oferecendo a eles a oportunidade de manifestarem suas religiosidades em caráter multimídia. Nesse sentido, analisamos como o blog de Macedo reconfigura as práticas religiosas com seus fiéis no ambiente interacional da internet. A partir desta questão central, estuda-se o processo de interação estabelecido e os sentidos em circulação por meios das postagens e comentários. O estudo configura-se como uma pesquisa do tipo descritiva de cunho qualitativo em que a metodologia compreende consultas bibliográficas, observação e descrição do objeto empírico. A análise evidencia que o blog fomenta um sentimento de participação criando uma rede de reconhecimento, aproximação, visibilidade e legitimidade.

Palavras-chave: midiatização da religião; internet; interações; blog; Edir Macedo.

ABSTRACT

This research seeks to analyze the processes of interaction between church and faithful from the blog of Bishop Edir Macedo, leader of the Universal Church of the Kingdom of God (IURD). Hosted by Arca Universal portal, the blog is an environment-enhancing new forms of contact between the religious world and the creeds world. Through the interaction possibilities of so-called Web 2.0, allows Internet users to the faithful co-participate in this digital platform offering them the opportunity to express their religiosity in multimedia character. Accordingly, we analyze how the blog of Macedo reconfigures religious practices with their faithful in the interactive environment of the Internet. From this central question, studies the interaction process and the meanings established in circulation by means of posts and comments. The study appears as a descriptive and qualitative research methodology that includes bibliographic, observation and description of the empirical object. The analysis shows that blog fosters a sense of ownership by creating a network of recognition, approach, visibility and legitimacy.

Keywords: mediatization of religion; internet, interactions; blog; Edir Macedo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Esquema simplificado da Semiose da Mídia	58
Figura 02 – Arca do Portal Arca Universal	91
Figura 03 – Loja virtual Arca Center	94
Figura 04 – Portal Arca Universal	96
Figura 05 - Folha Universal (Edição nº 900 – De 5 a 9 de julho de 2009)	98
Figura 06 – Selo da gravadora Line Records	103
Figura 07 – Logomarca Rede Record de Televisão	105
Figura 08 – Página do Portal R7	107
Figura 09 - Link para o Grupo Record, Portal Arca Universal e Twitter	107
Figura 10 – Link para a Comunidade Universal	108
Figura 11 – Link para o Twitter do Portal Arca Universal	109
Figura 12 – Canal IURD Tube	109
Figura 13 - Antigo blog de Edir Macedo	111
Figura 14 – Página inicial do novo blog de Edir Macedo	111
Figura 15 – Cabeçalho do blog de Edir Macedo	113
Figura 16 – Galeria de Fotos	114
Figura 17 - Podcast Palavra Amiga	114
Figura 18 – Post em ordem cronológica	116
Figura 19 – Espalhe por aí	117
Figura 20 – Espaço para comentários	118
Figura 21 - Configurações pessoais e pesquisa	119
Figura 22 – Seção Internauta Missionário	120
Figura 23 – Doações para a IURD	121
Figura 24 – Link para o Twitter	122
Figura 25 – Twitter de Edir Macedo	122
Figura 26 – Seguidores do Blog de Edir Macedo	123
Figura 27 – Link para o Livro de Oração	124
Figura 28 – Registro de dados no Livro de Orações	124
Figura 29 – Mensagem de encerramento do Livro de Orações	124
Figura 30 – Newsletter	125
Figura 31 – Anúncio	126

Figura 32 – Publicações.....	126
Figura 33 – Livro “Mensagens do meu blog”	126
Figura 34 – Link para o site do Templo de Salomão.....	127
Figura 35 – Templo de Salomão Ao Vivo.....	128
Figura 36 – RSS.....	129
Figura 37 – TAGs	134
Figura 38 – Reportagem Folha de São Paulo	139

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Quantidade de Publicações por Categorias	130
-------------------------------------------------------------	-----

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Quantidade de comentários no item “Mais Lidos”	132
Tabela 02 – 15 Posts mais comentados	133
Tabela 03 – Quantidade de postagens publicadas por Edir Macedo	134

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. A MUDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO: ALGUMAS PERSPECTIVAS	18
1.1 Neopentecostalismo e Igreja Eletrônica	18
1.2 Mídia e Religião: institucionalização e secularização	24
1.3 Mídia e Religião: uma perspectiva sócio-histórico-cultural	28
1.4 Mudiatização da Religião: abordagens acadêmicas	34
2. MUDIATIZAÇÃO DO CAMPO RELIGIOSO E CULTURA DA TÉCNICA NA PÓS-MODERNIDADE	43
2.1 Tecnologia, religião e pós-modernidade	44
2.2 Da sociedade dos meios à sociedade em processo de mudiatização	50
2.3 O contexto dos campos sociais	53
2.4 O contexto da mudiatização	57
2.5 A cultura da técnica e as consequências no campo religioso	63
3. A MUDIATIZAÇÃO A PARTIR DA CIRCULAÇÃO E A TEORIA DOS SISTEMAS E SEUS PRESSUPOSTOS	73
3.1 A mudiatização no âmbito da circulação	73
3.2 A teoria dos sistemas sociais	79
3.2.1 Sistema e ambiente	82
3.2.2 Sistema autorreferente, autopoietico e operacionalmente fechado	84
3.2.3 Autorreferência, heterorreferência e acoplamento estrutural	87
4. A ARCA MUDIÁTICA DA IURD E AS INTERAÇÕES NO BLOG DO BISPO EDIR MACEDO	90
4.1 A arca mudiática da IURD	90
4.1.1 A Universal Produções: mídias e serviços	92
4.1.2 Agência Unipress	93

4.1.3 Arca Center.....	93
4.1.4 Arca Universal.....	95
4.1.5 Folha Universal.....	97
4.1.6 Plenitude.....	99
4.1.7 A Visão da Fé.....	99
4.1.8 Gráfica Universal.....	100
4.1.9 Unipro Editora.....	100
4.1.10 BUP.....	100
4.1.11 Studio Up Digital.....	100
4.1.12 Rede Aleluia.....	101
4.1.13 Line Records.....	102
4.1.14 Rede Record de Televisão.....	103
4.1.15 Record Entretenimento.....	105
4.1.16 R7.....	106
4.1.17 Correio do Povo e Hoje em Dia.....	108
4.1.18 Redes Sociais.....	108
4.2 Interações no blog do bispo Edir Macedo.....	110
4.3 Os sentidos em circulação.....	135
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	158
BIBLIOGRAFIA.....	164

INTRODUÇÃO

As relações entre mídia e religião estão inseridas em um cenário complexo contemporâneo em que processos simbólicos engendrados, via aparatos tecnológicos como a internet, sinalizam uma atividade específica desenvolvida pelo campo religioso a partir de estratégias singulares de captura ou manutenção dos fiéis. São atividades que demandam ofertas tecnodiscursivas elaboradas através de processos de midiática que garantam visibilidade ao campo religioso e, ao mesmo tempo, proximidade junto ao seu “rebanho”.

Por meio de distintas estratégias enunciativas, os meios de comunicação, em especial a internet, constroem outro conceito de religião, já que uma de suas principais estratégias é constituir-se em um dispositivo¹ que apaga marcas de espacialidade e de temporalidade, pois as práticas religiosas não se concretizam mais só no âmbito institucional da Igreja, presencialmente, mas também na esfera midiática. Nesse contexto e, em função da chamada pós-modernidade ou “modernidade líquida”, os públicos se encontram espalhados territorialmente e, através do funcionamento dos dispositivos midiáticos, a sociedade vive um momento caracterizado por novos modos de vivenciar, praticar e manifestar suas religiosidades.

Nesse sentido, é importante destacar que os meios, para o campo religioso, ainda se constituem como instrumentos (no sentido técnico) para propagar a fé e capturar mais fiéis, ou seja, a transmissão da mensagem é o que importa. Porém, o processo mudou e estamos imersos em uma nova ambiência, a midiática. À religião, cabe a incompreensão de que as relações com o sagrado e o profano nessa ambiência já não são mais as mesmas; à sociedade resta uma espiritualidade enigmática fundada em lógicas midiáticas à guisa de compreensão.

A internet tem se apresentado como um poderoso dispositivo sociotecnológico, para dar visibilidade à esfera religiosa, ao mesmo tempo, constitui-se em um espaço simbólico capaz de construir comunidades midiáticas em busca de um contato mais próximo com a instituição religiosa, assim como expressar suas religiosidades e até solucionar problemas familiares, de saúde, relacionamentos, financeiros, etc.

A midiática acaba reconfigurando novos espaços de interação e sociabilidades proporcionados por suportes digitais. Por meio da internet, são geradas e instituídas novas

¹ Compreendemos a noção de dispositivo não apenas como um suporte tecnológico, mas sim como algo que envolve elementos técnicos, normativos e discursivos, gerando diferentes modalidades de contato, interação e produção de sentidos.

modalidades de contato e de interação entre o mundo institucional, dos seus representantes, e o mundo do credo, dos fiéis. Isso sugere pensar em possibilidades de reconfiguração nas relações entre a igreja e seu público, visto que os procedimentos virtuais e de interações não demandam mais o contato face a face. Neste cenário, observamos uma sociedade em processo de midiaticização cujas relações são destituídas de aspectos territoriais e presenciais tornando-se cada vez mais virtuais. Há, portanto, uma “desterritorialização” criando uma nova forma de sociabilidade que emerge nessa ambiência.

Da mesma forma que um território sem fronteiras, as relações no ciberespaço se estabelecem como um princípio organizador de ideais, afinidades e interesses comuns. É possível se informar, trabalhar, estudar, namorar, viajar, comprar, jogar, e também manifestar religiosidades. Podemos afirmar que neste ambiente há a possibilidade dos indivíduos assumirem identidades fictícias ou afirmá-las como uma extensão do ambiente da vida real (*offline*). Noções como real, virtual, representação e identidade compõem o jogo que se estabelece nesse cenário, em especial, quando os indivíduos navegam em sites, blogs, microblogs, chats e comunidades virtuais para praticarem suas religiosidades. Tais possibilidades só são permitidas porque o campo religioso toma para si as lógicas do campo midiático, explorando todas as potencialidades e ferramentas a que esse campo dispõe, proporcionando ao fiel uma gama de ofertas para se conectar ao religioso. Ou seja, emerge um fiel autônomo, livre de escolhas diante de uma religião que se apresenta à la carte.

Diante disso, podemos inferir que tais estratégias se configuram como alternativas de aproximação de instituições religiosas com os fiéis, assim como um modo de acompanharem as tendências do mundo moderno e as lógicas midiáticas. Esse tem sido o modelo mais eficaz adotado, principalmente, pela Igreja Católica que, nos últimos anos, tem perdido consideravelmente seu número² de fiéis para as igrejas evangélicas pentecostais.

A força dessas igrejas acontece pelo vácuo de uma acuidade espiritual deixado pelo catolicismo nos fins da década de 70. De acordo com Rocha (2006), durante esse período a Igreja Católica enfrentava uma crise em função de cobranças por ações mais incisivas nas

² Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), com informações desde 1890, mostram que a população de religião evangélica em 1991 era de 13.189.284 fiéis. Cerca de 8,98% da população brasileira com 146.825.425 habitantes na época. Dez anos depois, o IBGE fez o censo demográfico de 2000. Os dados revelaram que a população brasileira aumentou para 169.779.170 e os evangélicos foram contados em 15,63% da população, cerca de 26.184.941 crentes. Em dez anos os evangélicos praticamente dobraram: de 13,2 para 26,1 milhões. Um crescimento de 98% em 10 anos. Em 1991, 83,3% dos brasileiros se declararam católicos ao IBGE. Em 2000, esse total caiu para 73,8%. Em 2010 foi realizado novo Censo. Até o dia 20 de dezembro de 2010, as informações referentes à religiosidade brasileira não haviam sido divulgadas. Fonte: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 20 dez. 2010.

questões políticas e sociais. A autora atribui ao êxodo rural, na década de 80, a expansão das igrejas evangélicas.

Graças a esse fenômeno, uma massa de indivíduos desorientados social e culturalmente se estabelecem nas cidades e lá permanecem, sem as referências de sua cultura nem de sua sociabilidade. Enfrentando o desemprego, a solidão e a violência, as pessoas encontraram nas igrejas evangélicas o apoio espiritual e emocional de que necessitavam (ROCHA, 2006, p. 14).

Neste contexto, surge o neopentecostalismo representando a terceira fase³ da implantação das igrejas pentecostais no Brasil, cuja característica é marcada por um discurso populista, calcado na Teologia da Prosperidade⁴. A igreja neopentecostal de maior representatividade é a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), que surge no Brasil em 1977 através de Edir Macedo Bezerra, mais conhecido como Bispo Edir Macedo. Atualmente, a IURD tem uma rede de filiais com mais de sete mil templos no país e está presente em mais de 170 países da Europa, Ásia, África e Américas. Seu império comunicacional abrange 47 emissoras de televisão, entre elas a Rede Record de Televisão, adquirida no final da década de 80, 40 emissoras de rádio e mais 36 que integram a Rede Aleluia, 12 revistas e dois jornais para o público evangélico. Na internet, desde 2001, mantém o Portal Arca Universal com o slogan “Arca Universal: compromisso com a verdade”, disponibilizando, ao seu público, diversos serviços e ferramentas tecnológicas possibilitadas pela chamada web 2.0. É por meio do portal que a IURD está situada, no centro das operações realizadas na internet, pois é de lá que partem os comandos, numa complexa articulação que envolve o religioso, o midiático, o econômico, as interações e contatos com os fiéis.

Com as potencialidades da chamada web 2.0⁵, definida por Briggs (2008) como páginas da web cuja importância se deve principalmente a participação do usuário, e a exploração desses recursos pelo campo religioso, cria-se um ambiente interativo movendo as práticas sociais dos fiéis às práticas midiáticas por conta dos processos de midiaticização hoje.

³ As fases do neopentecostalismo serão explicitadas no capítulo 1.

⁴ Essa doutrina foi idealizada por William Kenyon na década de 1940, nos Estados Unidos. A Teologia da Prosperidade tem um forte cunho de autoajuda e valorização do indivíduo agregando crenças sobre cura. São princípios que afirmam que o cristão verdadeiro tem o direito de obter felicidade integral e de exigí-la ainda durante a vida presente na terra.

⁵ Segundo Briggs (2008), esse termo tem relação com a segunda leva de experiências da internet, mais abertas e mais voltadas para o fortalecimento do poder do usuário. E é este controle do usuário que o autor enfatiza: “O modelo 2.0 não apenas permite que ‘muitos outros’ comentem e colaborem com o conteúdo publicado, como também permite que os usuários coloquem, eles mesmo, material original” (BRIGGS, 2008, p. 28).

Parece pertinente inferir que todo ato midiático-discursivo implica na construção de uma imagem de si e, neste caso específico, o estabelecimento de vínculos entre produção e reconhecimento. E, o fiel, ao se circunscrever nesse ambiente interativo traz ressonâncias de um discurso mais distante (via mediações e que na circulação é visível) e o que faz esse discurso se constituir é estabelecido por meio de um manejo de lógicas de mídia (suas competências para tal) e também através da circulação, ou seja, o atravessamento das práticas midiáticas constitui esse sujeito como um fiel específico. Pois, suas competências são ativadas e ele acaba efetuando na circulação uma atualização do seu repertório particular, assim como os propostos pela esfera da produção. Como objeto de pesquisa, elegemos o blog do bispo Edir Macedo, por ser um ambiente complexo e, por ter uma fala própria materializada na figura máxima da igreja, o líder e fundador da IURD. Neste sentido, a presente pesquisa se apresenta com o intuito de responder a seguinte questão: *Como o blog de Edir Macedo redesenha as práticas religiosas com seus fiéis no ambiente interacional da internet?*

Acreditamos que a complexidade da midiatização pode ser melhor apreendida se abordada a partir da circulação, o que exige esforços analíticos, mobilização de teorias e técnicas articuladas ao nosso objeto empírico. Buscaremos estudar o blog de Macedo, identificando os canais em que é possível um contato com os fiéis internautas, analisando, assim, sua matriz e processo de interação estabelecidos. Também é objetivo da pesquisa identificar os sentidos em circulação por meios das postagens, comentários e interações entre Macedo e os fiéis.

Diante do que foi exposto, é importante destacar que nossa trajetória acadêmica, até o presente momento, é marcada por estudos que analisam os modos e as estratégias com que os complexos processos de produção de sentido tomam forma via midiatização. Em relação ao tema apresentado, no início de 2007, foi instituído um grupo de estudos sobre “Mídia e Religião” no Centro Universitário Franciscano - Unifra, onde desenvolvemos o projeto: “Midiatização da Romaria da Medianeira: alguns olhares do âmbito da recepção”⁶. A pesquisa investigou como receptores santa-marienses, que já haviam participado da Romaria de Nossa Senhora Medianeira de forma presencial, lidam com a oferta discursiva midiática produzindo os seus próprios sentidos e vínculos com a Tele-Romaria. Verificou-se que os telespectadores constroem diferentes estratégias a partir de práticas simbólicas, apontando para novos

⁶ SANCHOTENE, C; BORELLI, V. *Mídia e Religião: um estudo de recepção sobre a Romaria da Medianeira*. E-Compós (Brasília), v. 11, p. 1-17, 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/294/294>. A pesquisa foi coordenada pela professora Dra. Viviane Borelli, no ano de 2007, com bolsa PROBIC da Unifra.

conceitos de religiosidade elaborados por meio de processos de midiaticização. No ano seguinte, foi desenvolvida a pesquisa “Mídia e religião: um estudo dos novos dispositivos de contato entre o mundo da fé e o fiel”⁷, financiada pelo CNPQ através do Edital Universal 2007. A pesquisa buscou descrever e desvendar a mecânica do funcionamento dos dispositivos audiovisuais por parte de igrejas evangélicas, em especial, a Assembleia de Deus, a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja Internacional da Graça de Deus.

Dessa experiência, somada ao tempo de realização do mestrado, resultaram algumas publicações em revistas científicas e participação em eventos, o que proporcionou um desenvolvimento e amadurecimento de idéias e de trocas de experiências, que contribuíram e aprimoram os conhecimentos nesta área de pesquisa. Por meio dessas trocas, foi possível conhecer tendências e posições desenvolvidas na relação mídia e religião através de distintos enfoques e abordagens teórico-metodológicas, chegando a uma conclusão de que, apesar de haver um considerável número de trabalhos que se detêm a essa temática, os estudos de mídia e religião carecem de pesquisas que trabalhem esse impacto das novas religiosidades na sociedade atual, principalmente as que analisam a internet.

Em relação ao objeto de estudo, e a escolha de trabalhar com a IURD, é pelo fato de ser uma das maiores igrejas neopentecostais do país e por já ter nascido sob lógicas midiáticas, organizando, assim, suas estratégias segundo o funcionamento e as características dos dispositivos da mídia. Na internet, explora todas as ferramentas tecnológicas como portal, comunidade virtual, blog, twitter, etc. Quanto aos ângulos da pesquisa, o projeto apresentado para o ingresso no PPG em Ciências da Comunicação buscava, de modo genérico, verificar se a interação entre igreja e fiéis na internet seria um retorno à individuação. Com o andamento do curso e, em especial, as disciplinas da Linha de Pesquisa “Midiaticização e Processos Sociais”, assim como Pesquisa em Comunicação, ministrada pelo professor José Luiz Braga, foram fundamentais no processo de amadurecimento da pesquisa. O esforço pelo seu refinamento continuou procurando investigar as lógicas que deslocam o indivíduo de suas práticas religiosas às práticas midiáticas submetendo suas vidas íntimas em relatos de fé. Em seguida, passamos a pensar em lógicas de articulação entre práticas religiosas habituais e práticas midiáticas. Ainda, pela abrangência e busca de uma especificidade, a partir de preocupações com o dispositivo do blog e com as práticas dos fiéis nesse ambiente, chegamos

⁷ BORELLI, Viviane (Org.). *Mídia e religião: Entre o mundo da fé e do fiel*. Rio de Janeiro: E-papers, 2010. A pesquisa teve duração de dois anos e foi financiada pelo CNPQ através do Edital Universal 2007.

a uma problemática e ângulo de análise que busca abarcar a problemática da midiatização da religião pelo viés da circulação.

A pesquisa tem caráter qualitativo e descritivo, pois o percurso metodológico abrange consultas bibliográficas, observação do objeto empírico, análise da matriz do blog, descrição do sistema, de suas estratégias e processualidades. Por meio de screenshots⁸ e explicações textuais, descrevemos as áreas do blog de Edir Macedo e os procedimentos percorridos pelo fiel internauta na participação e interação com o ambiente virtual, além da identificação de sentidos por marcas discursivas em circulação. Assim, ela foi dividida em quatro capítulos: No primeiro, apresentamos algumas perspectivas da midiatização da religião, contextualizando-as com o surgimento do neopentecostalismo e igreja eletrônica, além de pesquisas recentes que se aproximam dessa problemática. Em seguida, aproximamos a midiatização da religião com o contexto pós-moderno, marcado por transformações ocasionadas, principalmente, pela cultura da tecnologia. O terceiro capítulo apresenta as ideias centrais sobre circulação e a perspectiva sistêmica de Luhmann, que sustentam a compreensão do objeto de estudo. Por fim, a análise, objetivando alcançar o que nos propomos anteriormente.

É neste cenário, portanto, que a pesquisa busca “navegar”, ou seja, objetivamos percorrer e explorar a midiatização da religião na internet com uma preocupação, especificamente: a interação entre igreja e fiéis internautas no âmbito da circulação de sentidos religiosos. O interesse, com este trabalho, é continuar estudos que envolvem o complexo fenômeno da midiatização das religiosidades, a partir de uma pesquisa abordada na circulação e com vistas a contribuir com os estudos até aqui realizados.

⁸ Screenshots são capturas de telas do computador por meio de imagem reproduzindo o conteúdo visto tal como o internauta o vê.

CAPÍTULO 1

A MUDIATIZACÃO DA RELIGIÃO: ALGUMAS PERSPECTIVAS

Neste primeiro capítulo buscaremos realizar uma abordagem sobre as relações entre mídia e religião, a partir de algumas perspectivas sobre o contexto da chamada “Igreja Eletrônica”, o processo de secularização, institucionalização e a compreensão dessas relações por um viés sócio-histórico-cultural. Por fim, serão identificadas algumas abordagens de estudos que se aproximam com a problemática aqui trabalhada, como forma de compreender as especificidades e os ângulos enfocados por pesquisadores que vêm estudando a temática religiosa. Para isso, portanto, realizamos um breve esboço do estado da arte. Essas angulações se voltam para a compreensão e, posteriormente, à midiatização como um fenômeno da técnica convertida em meio e que se instala aceleradamente na sociedade, transformando os processos entre produção, circulação e recepção, a partir de um caso específico que é a IURD na internet, sobretudo, o blog de Edir Macedo.

1.1 Neopentecostalismo e Igreja Eletrônica

De maneira breve, iremos contextualizar o momento que caracterizou e culminou com a expansão das igrejas neopentecostais, pois este movimento é fundamental para a compreensão do atual estágio pós-moderno em que se encontram as religiões, principalmente a IURD, que se integra a esse objeto de análise. Este percurso emerge de um processo de mudança social ocorrido na modernidade e que acompanha as diferenças sociais e os índices de desigualdades como efeitos para os movimentos religiosos. Perdem-se os referenciais religiosos, a religião entra em modernização e precisa se adaptar à nova realidade imposta pela globalização.

Na América Latina, especificamente, surge em meados do século XX, novas igrejas pentecostais com grande apelo à libertação, e a principal ideologia baseia-se na Teologia da Prosperidade. A denominação “neopentecostal” (vertente do pentecostalismo) se expande através do uso do rádio e da televisão, que são principais veículos de comunicação, em consequência disso, perde-se a hegemonia do catolicismo. Gomes (1994) questiona o

catolicismo brasileiro e pensa em uma população flutuante, por vezes sincrética, e que procura formas alternativas de religiosidade.

Partamos do pressuposto de que “ser católicos” significa compartilhar de uma determinada visão de mundo, do homem, da vida, de Deus e das instituições, que se desdobra numa série de comportamentos práticos: atitude litúrgica, ética, institucional etc. (...) Entretanto, todo padrão tem os seus limites, além dos quais começa um outro padrão e este não tem mais validade. Porém, a percepção dos limites nem sempre é muito clara aos grupos, e aquele que se encontra além da fronteira pode acreditar-se ainda integrando um determinado padrão. (...) pareceria que o povo vivencia um padrão de crenças e atitudes já diferente daquele do catolicismo ‘teológico’ (ortodoxo, controlado institucionalmente etc.), porém continua sempre acreditando vivenciar o padrão católico (GOMES, 1994, p.256).

Para o autor, os pentecostais não são nem anjos e nem demônios como muitos os caracterizam, mas sim resultado de um macro-problema-social. É uma forma do homem conviver melhor com um estado degenerativo em que a sociedade lhe impõe. Neste contexto, o pentecostalismo é marcado por três momentos distintos, que serão descritos a seguir.

A Primeira Onda ou Pentecostalismo Clássico começou em 1910 (implantação da Congregação Cristã no Brasil, São Paulo) e 1911 (implantação da Assembleia de Deus, no Pará). Caracteriza-se pela forte oposição e crítica ao catolicismo, pela ênfase na crença do batismo no Espírito Santo, pelo sectarismo e conduta ascética, ou seja, de negação dos valores considerados seculares, o que denominam rejeição aos valores do mundo e defendem a plenitude da vida moral e espiritual. A primeira denominação desse movimento organizada no Brasil foi através do missionário Louis Francescon⁹, que atuou em colônias italianas no Sul e Sudeste do Brasil. Em 1910, o missionário realizou o primeiro batismo de orientação pentecostal em solo brasileiro com a conversão de onze almas, originando a Congregação Cristã no Brasil. Já em 1911, Daniel Berg e Gunnar Vingren¹⁰, iniciaram suas missões no Pará e Nordeste, originando a Assembleia de Deus.

A Segunda Onda ou Pentecostalismo Neoclássico teve início na década de 1950, com a chegada de dois missionários norte-americanos, Harold Williams e Raumont Boasfringht, pertencentes a Igreja Internacional do Evangelho Quadrangular, a *International Church of the*

⁹ Foi um religioso italiano, radicado em Chicago (EUA) e ex-membro da Igreja Presbiteriana Italiana. Aderiu ao pentecostalismo em 1907. Em 1910 passou por Buenos Aires (ARG) fundando a primeira denominação pentecostal da América Latina, a Assembleia Cristã na Argentina.

¹⁰ Missionários suecos que foram membros da Igreja Batista nos EUA. Chegaram na cidade de Belém do Pará no ano de 1910, iniciando as pregações e a fundação da Assembleia de Deus no Brasil.

Foursquare Gospel. Em São Paulo, criaram a Cruzada Nacional de Evangelização baseados na cura divina e fundaram a Igreja do Evangelho Quadrangular (1951), que conservou a base pentecostal, contudo, sua postura era mais liberal. Iniciaram a evangelização das massas, principalmente pelo rádio, contribuindo bastante para a expansão do pentecostalismo no Brasil. Neste rastro surgiram a Igreja Brasil para Cristo (1955, São Paulo), Deus é Amor (1962, São Paulo), Casa da Bênção (1964, Minas Gerais), entre outras.

A Terceira Onda ou Neopentecostal começa na década de 1970. Várias denominações surgiram: Igreja Universal do Reino de Deus, fundada em 1977 por Edir Macedo; Igreja Internacional da Graça de Deus, fundada por Romildo Ribeiro Soares em 1980; Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, fundada em 1980 por Robson Rodovaldo e Igreja Renascer em Cristo, fundada em 1986 por Estevam Hernandez. É importante destacar que todas essas vertentes são fundadas por pregadores brasileiros. Os nomes mais expressivos dessa denominação são Edir Macedo (IURD) e Romildo Ribeiro Soares (IIGD). De um modo geral, utilizam intensamente a mídia eletrônica e aplicam técnicas de administração empresarial, com uso de marketing, planejamento estatístico, análise de resultados, etc. Os pontos fundamentais da doutrina são Teologia da Guerra Espiritual contra o diabo e seus anjos, representada por outras religiões, principalmente, as afro-brasileiras e a Teologia da Prosperidade, doutrina que afirma que o cristão tem direito ao melhor ainda neste mundo. O neopentecostalismo constitui a vertente pentecostal mais influente, a que mais cresce e também a mais liberal em questões de costumes.

Ressaltamos, ainda, que paralelamente ao Pentecostalismo há várias denominações protestantes, com fortes influências pentecostais, são os chamados Renovados ou Carismáticos. Destacam-se a Igreja Presbiteriana Renovada, a Convenção Batista Nacional, a Igreja do Avivamento Bíblico, a Igreja Cristã Maranata e a Igreja Adventista da Promessa. No Brasil, a nomenclatura é reservada exclusivamente para um grupo dentro da Igreja Católica que se assemelha, nos ritos, aos pentecostais. O movimento surgiu nos EUA em meados da década de 1960 e busca dar uma nova abordagem às formas de doutrinação e renovar práticas tradicionais dos ritos e da mística católicos. Caracteriza-se pelo uso de músicas de louvor, adorações e pregações nas reuniões de oração. A Canção Nova é o nome mais forte dessa vertente. É uma comunidade católica brasileira fundada pelo Monsenhor Jonas Abib, em 1978. A sede atual localiza-se na cidade de Cachoeira Paulista (São Paulo) e conta com um grande sistema de comunicação que inclui rádio, televisão e internet e está presente em países como Portugal, Itália, Israel, Estados Unidos e França.

É nesse cenário de avanços e rupturas que a religião vai tomando forma e sofrendo alterações com a emergência de um novo panorama social, pós-moderno. Nos dizeres de Pedro Gilberto Gomes (2004, p.04), “os cultos e ações das Igrejas, cada vez mais, perdem espaço no coração do homem contemporâneo. Assim, criam-se novas formas de chegar até esse homem”. E os meios de comunicação têm se apresentado como grandes contribuintes desse processo. Especialmente, no que se refere ao surgimento das igrejas eletrônicas, o teleevangelismo é uma realidade em que todas as religiões buscam os meios como uma possibilidade de evangelização. O fenômeno oriundo dos Estados Unidos é experimentado no Brasil no final dos anos de 1970 e ao longo de 1980. A exportação dos programas para o mundo penetram na América Latina com grande aceitação do público. Os teleevangelistas¹¹ compravam horários na grade das emissoras e retransmitiam os programas com dublagem. Em relação aos evangélicos brasileiros, Cunha (2002) argumenta que o rádio sempre foi o meio de comunicação usado com mais frequência no país, devido a facilidade de aquisição de concessões ou de compra de espaços na grade das programações.

Gomes (2004) afirma que, apesar da atuação dos teleevangelistas brasileiros ser marcada pelo modelo americano, a Igreja Eletrônica sofreu uma “inculturação” no Brasil. “Hoje, principalmente no campo pentecostal, o modelo adquiriu uma face brasileira e, como tal, é exportada para os demais países latino-americanos e até para os Estados Unidos. Tal exportação acontece através do modelo de Igreja aqui criado e que ultrapassou as fronteiras nacionais (GOMES, 2004, p.10). Isso mostra que o modelo se desenvolveu no país através de um profissionalismo midiático-religioso sendo, inclusive, adotado como referência.

Em relação ao teleevangelismo, Fausto Neto (2004) ressalta que esta prática não é apenas utilizada, exclusivamente, pelo pentecostalismo. As emissoras de televisão e rádio passam a vender seus horários para pastores e padres, com programas de evangelização, compreendendo uma extensão aos cultos/missas realizados nas igrejas.

Nos Estados Unidos, pastores como Keneth Hagin, Billy Graham começam o que veio a ser chamado de “Igreja Eletrônica” com a compra de horários televisivos para transmissão de cultos ao vivo, estudos bíblicos dentre outras atividades. Tais programas, também praticados no Brasil nos diversos segmentos da sociedade cristã/católico/evangélica, interagem com o usuário, com a possibilidade de receber orações ao vivo por intermédio do telefone e de dar testemunhos de vida. No entanto, com as novas formas de

¹¹ Entre os principais nomes, destacam-se: Aimee Semple McPherson (Fundadora da Igreja Internacional do Evangelho Quadrangular), Dwight Moody, Billy Sunday, Charles Fuller, Fulton Sheen, Billy Graham, Oral Roberts, Rex Humbard, Jimmy Swaggart, Jerry Falwell, Pat Robertson, Jim Bakker.

comunicação, as igrejas começam a se adaptar ao meio virtual, o ciberespaço e às grandes redes de computadores (FAUSTO NETO, 2004).

É com relação a este último aspecto abordado pelo autor que nos interessa neste trabalho. Para isso, é importante atentarmos nossos olhares para uma reconfiguração do que se denominou Igreja Eletrônica, sobretudo na década de 1980, pois, na contemporaneidade, já não comporta mais sua terminologia. Tal aspecto é destacado por Martín-Barbero (1995, p.04) ao observar que “a igreja eletrônica está devolvendo a magia para as religiões que tinham sido intelectualizadas, que se tinha esfriado, que havia desencantado (...). Não se trata simplesmente de expandir o culto, trata-se de acrescentar, dar continuidade, intensificar a própria experiência religiosa¹²”.

Se antes “Igreja Eletrônica” se limitava ao uso dos meios para chegar às massas, agora ela tem se convertido especialmente aos meios de comunicação como uma mediação fundamental para a experiência religiosa, segundo Martín-Barbero. No entanto, para os interesses desse estudo, o movimento em torno dessa visada significa a permanência em outra ambiência, que não cabe na atual conjuntura da sociedade em processo de midiatização, conforme veremos adiante. Cunha (2002) acredita que o desafio, na atualidade, está na releitura do fenômeno da presença dos grupos religiosos nos meios de comunicação e a consequente recriação do conceito de “Igreja Eletrônica”, em virtude da conjuntura sociocultural-política-econômica-religiosa, experimentada na passagem do século XX para o século XXI. Para a pesquisadora, a crítica que se faz à nomenclatura refere-se à precariedade do termo que pouco reflete o aspecto comercial presente neste processo. “As críticas indicam também ao uso pouco apropriado da palavra ‘igreja’ no termo, pois, na prática, não haveria uma presença de ‘igreja’ na programação e, sim, de líderes religiosos e seus seguidores” (CUNHA, 2002, p. 04).

Assim sendo, é pertinente destacar algumas características singulares desse novo perfil e que corroboram com as afirmações anteriores. As igrejas têm se apresentado nos meios de comunicação como “Igreja”, instituição eclesiástica e proprietárias de veículos midiáticos. Outro aspecto é a diversidade da programação, adaptada às dinâmicas dos programas seculares, com espaços para o entretenimento, programas de entrevistas, debates, jornalismo,

¹² Tradução própria. Texto original: “la iglesia electrónica está devolviendo la magia a las religiones que se habian intelectualizado, que se habian enfriado, que se habían desencantado (...) No se trata simplemente de expandir el culto, se trata de acrecentar, dar continuidad, intensificar la propia experiencia religiosa” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p.04).

etc. O personagem carismático, na figura do teleevangelista, dá lugar aos apresentadores “famosos”, com programas próprios, cedendo espaço para artistas e músicos, tal qual acontece na mídia secular. Esta alteração no perfil da presença dos grupos religiosos evangélicos na mídia, desafia a elaboração de um novo conceito para o termo “Igreja Eletrônica”. Para Cunha (2002, p.18)

a ênfase da mensagem transmitida não é na “Igreja” e na adesão a ela, mas no cultivo de uma religiosidade que não depende da Igreja, mas que é intimista, autônoma e individualizada. O que se enfatiza não é a Igreja mas a experiência religiosa mediada pelo meio TV ou rádio, isto é, o meio possibilita o cultivo da religiosidade, independente da adesão a uma comunidade de fé.

Ao ressaltar a dinâmica desse processo e, em vistas que a sociedade e os modos de relação da religião com os meios vêm sofrendo alterações, Cunha (2002) acredita que não é a tecnologia que possibilita a veiculação dos programas religiosos, mas sim a adoção de uma cultura midiática por parte das igrejas. Na tentativa de adoção de uma terminologia que se aproxime mais deste novo contexto, a autora propõe adotar o conceito de “Religiosidade Midiática”, que seria mais adequado ao quadro atual. Nesse sentido, corroboramos com a autora, pois o processo de midiaticização da religião está eminentemente atrelado aos aspectos da cultura midiática que se constitui como referência nos modos de organização da sociedade, das dinâmicas interacionais entre os sujeitos e também ao próprio modo de operar das religiões, hoje, estabelecidos por meio de operações midiáticas. No entanto, discordamos da autora em relação ao nosso objeto de estudo, uma vez que a os meios utilizados pela IURD, principalmente via TV, chamam seus fiéis para o templo, pois é lá que está a cura. Já Gomes (2010) chama atenção para o fato de que não apenas a religião se vale dos dispositivos eletrônicos para se comunicar com os fiéis, mas sim, uma comunidade unida eletronicamente. Para o autor, o contexto midiático, na sua complexidade, tem reformulado conceitos sagrados como “presença”, “participação” e “comunidade”. Gomes (2010, p.45) questiona, ainda, a existência de uma Igreja Virtual, pois “quando se transfere para a informática, o virtual é a experimentação de algo antes que seja configurado como real”. Assim, é difícil haver uma Igreja pensada nessa configuração, planejada e estruturada no ambiente eletrônico, sem ter havido uma experiência no mundo real. É neste cenário que as relações, atualmente, têm passado por constantes processos de renovações e rupturas. E a religião, não foge disso. São esses aspectos que iremos trabalhar a seguir.

1.2 Mídia e Religião: institucionalização e secularização

Diante deste contexto, a reflexão que prossegue reside no interesse em mostrar como ocorrem os tensionamentos entre mídia e religião e, mais adiante, por um viés mais cultural. Segundo Rodrigues (1999), cada campo é uma instituição singular, legitimada, reconhecida e respeitada pelo conjunto da sociedade. O campo midiático é aquele que promove o diálogo e a discussão entre os demais campos que utilizam a mídia para ganhar visibilidade na esfera pública. O mesmo ocorre com a mídia, já que necessita da atuação dos outros campos para se tornar legitimada. No entanto, acompanhamos mudanças nas formas institucionais da religião que subordinam suas lógicas às gramáticas de mídia como forma de existência.

São estratégias que fazem com que a religião se submeta às condições de produção de sentido definidas pelas mídias em uma situação de troca, entrecruzamentos e interdependências devido às diversas interações sociais existentes marcadas por relações de poder e interesse. Neste sentido, as interações entre os campos religioso e midiático necessitam um da atividade do outro. O midiático por levar o conhecimento à sociedade e o religioso por adequar-se às “lógicas de mídia”. Assim, esta relação não linear exerce poder sobre o outro, pois há uma necessidade de troca para que haja a legitimação.

Para Martino (2003), o princípio da dinâmica de um campo depende da configuração de sua estrutura, da distância de suas posições, das forças que definem os capitais específicos e daquilo que está em circulação e deseja-se ser almejado. “O campo da religião, por sua vez, passou por uma situação progressiva de descaracterização e assimilação progressiva de suas atividades por outros campos sociais, mais bem posicionados e reconhecidos como detentores de maior prestígio” (MARTINO, 2003, p. 34).

Como uma instituição social, a instituição religiosa não foge às regras que ditam seu funcionamento, pois é um universo social, com relativa autonomia diante dos indivíduos que dela fazem parte. Segundo Martino (2003, p.21), “as igrejas são um tipo específico de ‘programação da conduta individual’” imposta por um grupo social, isso porque por meio de relações que a constituem, a igreja tipifica papéis sociais para distintos atores.

Por este mesmo viés, Berger e Luckmann (2005) afirmam que instituições são sempre exteriores ao indivíduo e existem independentemente de um indivíduo apreciá-la ou não. E as instituições, pelo simples fato de existirem, “controlam a conduta humana estabelecendo padrões previamente definidos de conduta, que a canalizam em uma direção por oposição às

muitas outras direções que seriam teoricamente possíveis” (BERGER; LUCKMANN, 2005, p. 80). A conduta, sendo institucionalizada, envolve certo número de papéis. Desse modo, participam do caráter controlador da instituição que objetiva significados sociais. Ou seja, propõe significados sociais, compartilhados socialmente, que se transformam em regras institucionais e organizações e procedimentos que podem ser utilizados como instrumentos para justificar ações.

A institucionalização ocorre sempre que há uma "tipificação recíproca de ações habituais por tipos de atores" (BERGER; LUCKMANN, 2005, p. 79). Qualquer tipificação é uma instituição, mas o que deve ser ressaltado é a reciprocidade das tipificações institucionais e o caráter típico não apenas das ações, mas também dos atores nas instituições. Segundo estes autores, apreendemos o mundo da vida cotidiana por meio de tipificações; analisamos e nos relacionamos com o outro por meio daquilo que consideramos "atores típicos" que traduzem o perfil padrão que conhecemos de alguns papéis e ações, como pai, mãe, trabalhador, funcionário público etc. Reciprocamente também somos apreendidos, por outros atores, através dessas tipificações de ações habituais que constituem as instituições e, concretamente, as organizações, e são construídas em determinado processo histórico. Quando cristalizadas, essas tipificações são experimentadas pelo indivíduo como tendo realidade própria, sendo objetivadas por ele. Essa objetivação, ou a consideração das coisas como dadas, é transmitido às novas gerações, que o internalizam e o experimentam como existindo *a priori*.

As instituições são sempre objetivas, existindo para todos os indivíduos. Elas atuam independentemente da vontade de quem é exterior a ela, e mesmo de seus participantes que não tenham o poder de decisão. Aliás, nada pode se opor a ela senão outra instituição e o “poder de um indivíduo diante de uma instituição é zero” (MARTINO, 2003, p. 21). Caso ocorram mudanças em uma instituição, essas são inerentes a ela e não por meio de pressões individuais.

Nas abordagens sociológicas das instituições religiosas são atribuídas relações entre os fiéis, atitudes, pensamentos, fantasias, sentimentos. A instituição se estrutura por regras e por coerção e surge quando um hábito, ação ou conjunto de atividades repetidas independem de um determinado indivíduo para existir. Ou seja, já que ela não é produto do indivíduo, não pode ser destruída. O poder coercitivo revela-se na manutenção de sua ordem interna e nos combates às instituições concorrentes (BERGER; LUCKMANN, 2005).

Para que a existência, a atividade e a sobrevivência de uma instituição sejam legitimadas, é preciso que haja um reconhecimento social; e o grau de legitimidade dessa instituição, em um dado espaço social, vai depender do grau desse reconhecimento. Nesse sentido, a legitimidade institucional não depende apenas do reconhecimento interno dos membros da instituição, como também daqueles que a ela não pertencem. “A legitimação dá razão de ser à ordem institucional, justifica suas regras e faz crer na pertinência de sua hierarquia interna” (MARTINO, 2003, p.23).

No âmbito da mediação como processo interacional de referência (Braga, 2006) são apontados dois aspectos que parecem pertinentes inferir. Um é que a Igreja Universal do Reino de Deus, não sendo uma religião historicamente¹³ institucionalizada, aponta para os processos midiáticos como sendo fator decisivo de sua institucionalização. São as lógicas e os processos midiáticos que a institucionalizam. O segundo é que, por se constituir como uma igreja institucionalizada por processos midiáticos, a credibilidade dos seus processos interacionais é que vai ser responsável por sua legitimação.

A questão da legitimação é talvez um dos elementos mais espinhosos no processo – em grande parte pelo fato de que, com a ênfase no pólo receptor, uma grande parte dos processos interacionais da mediação se voltam para a construção de “imagens” que, justamente sendo percebidas, de modo generalizado, como “construídas”, apresentam a dificuldade de se substanciar em base de legitimação (não apenas de serem consideradas legítimas – mas de serem legitimadoras) (BRAGA, 2006, p. 13).

A especificidade de qualquer instituição religiosa é a definição do que deve ser entendido, para ela, como sagrado. E isso é anterior ao indivíduo, pois quando este nasce as crenças e práticas de vida religiosa já estão institucionalizadas. Fica, à instituição, a função de estabelecer a fronteira entre pessoas, objetos, rito, procedimentos e bens simbólicos que, na contemporaneidade, são atravessados por lógicas de mídia.

Sobre este aspecto, nos deparamos com o uso dos meios, como elemento “profano”, pois resultam mudanças no conceito de “sagrado” nas instituições religiosas, alterando o cenário de bens simbólicos. As transformações sofridas no campo religioso, ocasionadas pela mídia, remetem ao paradigma da secularização, isto é:

¹³ Compreendemos por igrejas cristãs históricas as igrejas tradicionais como católica, luterana, anglicana, metodista, presbiteriana e ortodoxa.

À perda, por parte das instituições religiosas, de algumas prerrogativas que passaram à competência de autoridades laicas. O conjunto de referenciais cognitivos e valorativos que o constituem, embora preponderantes nas análises científicas do fenômeno religioso, são discutíveis e discutidos (MARTINO, 2003, p. 25).

Desse modo, através da secularização, o progresso teria eliminado o lugar preponderante da religião no mundo e com o desenvolvimento do processo científico, a crença religiosa acabou perdendo seu papel elucidativo, a sua capacidade de determinação de sentido aos fatos sociais. Assim, passou-se a enxergar a religião como um “acessório, plenamente dispensável para a compreensão do mundo” (MARTINO, 2003, p.25 e 26). Por esta mesma visada, Rubem Alves (2008, p.09) discorre que “a ciência e a tecnologia avançaram triunfalmente, construindo um mundo em que Deus não era necessário como hipótese de trabalho. Uma das marcas do saber científico é seu rigoroso ateísmo metodológico”.

No mundo secularizado, há uma dissolução do poder cognitivo da religião, configurando a autonomia social e cultural da sociedade. Segundo Martín-Barbero (1995, p.73) “uma sociedade moderna, secular, é aquela que é plural, complexa e não unívoca na sua evolução e, portanto, não oferece um substrato capaz que a faça confundir-se com qualquer religião, com qualquer tipo de Igreja”¹⁴. Surge, aí, o fenômeno do reencantamento do mundo: “a experiência do desaparecimento da distância, a experiência da extinção do tempo, é um fenômeno de ponta a ponta misterioso, mágico, emocionante, reencantador”¹⁵ (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 77). A esse processo é atribuído o desenvolvimento tecnológico dos meios massivos, caracterizados pelo autor como reencantadores do mundo, já que são usados para diminuir a distância entre os símbolos da religião e seus agentes. Sendo assim, recolocam as simbólicas no cotidiano da sociedade moderna. E as igrejas neopentecostais têm sido as que melhor compreenderam a força dos meios de comunicação como reencantadores do mundo.

Sobre o processo de secularização, Martino (2003) compreende dois aspectos: o institucional e o cultural. O primeiro, relativo à perda de controle institucional e jurídico por parte da Igreja; o segundo, decorrente da perda, por parte da Igreja, da prerrogativa de

¹⁴ Tradução própria. Texto original: “una sociedad moderna, secular, es aquella que es plural, compleja, no unívoca en su evolución y que por tanto ya no ofrece un substrato idóneo que la haga confundirse con cualquier tipo de religión, con cualquier tipo de iglesia” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 73).

¹⁵ Tradução própria. Texto original: “la experiencia de la desaparición de la distancia, la experiencia de la supresión del tiempo, es un fenómeno de punta a punta misterioso, mágico, excitante, reencantador” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 77).

construção e imposição da representação dominante do mundo social, da legitimação da representação dominante do mundo social, de suas regras, e da imposição de uma opinião dominante. “A cobertura da religião pelos meios de comunicação revela, em parte, os referenciais de secularização” (MARTINO, 2003, p. 26). A esse respeito, torna-se importante firmar o posicionamento dos pesquisadores norte-americanos Hoover e Lundby (1997), que compreendem o poder da mídia em repassar a mensagem religiosa. Para eles, é a mídia quem fornece o material “bruto” para a construção de significação entre as pessoas – intencional ou voluntária – inserindo a religião nos processos simbólicos de produção de sentidos da esfera pública.

A intenção, neste estudo, não é a de verificar ou questionar a validade dos princípios religiosos, ou de como a mídia tem contribuído para esse processo de secularização. Porém, esse apontamento é importante, pois demarca um processo muito relevante, que resulta em novos modos de relacionamento com o religioso, e uma multiplicidade de perfis religiosos vão sendo tecidos, ou então, a chamada “religião fast-food” se apresenta, pois são infinitas as utilizações de Deus como agente de negócios. Portanto, o mercado de bens simbólicos religiosos está aberto a todos e, de acordo com Martino (2003, p.52), “o sentido sagrado da experiência religiosa permanece como unicamente uma opção a mais, sem os compromissos necessários para se afirmarem como práticas religiosas socialmente estruturantes”. Assim sendo, diante da diversidade de ofertas, uma “religião fast-food” é aquela marcada pela instantaneidade, a qual oferece serviço rápido, fácil e com resultados comprováveis, adaptados, portanto, à realidade de uma sociedade em transformação contínua. Ou seja, uma sociedade em processo de midiatização. A seguir, destacamos essas relações por um viés cultural.

1.3 Mídia e Religião: uma perspectiva sócio-histórico-cultural

Segundo Martín-Barbero, o objeto de estudo dos investigadores da comunicação são transformados pelos processos sociais, e discussões sobre cultura transnacional, culturas populares, democracia e movimentos sociais ganham uma nova e forte presença nas pesquisas da área da comunicação. Nessa perspectiva, incluímos a religião e, mais especificamente, a sua relação com a midiatização que põe em discussão questões como identidade, formação de novos sujeitos fiéis, formatação do sentido da vida, construções do imaginário, enfim, questões que apontam para os lugares privilegiados das mediações culturais. “Pensar os

processos de comunicação, neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p.285). Esta mudança tem conduzido os trabalhos de pesquisadores para estes espaços de mediações, para as investigações das práticas cotidianas.

Interessam-nos, aqui, os estudos sobre mídia e religião, em especial, as formas como as igrejas têm se instalado nesse mundo secular composto por uma diversidade de fiéis que, através dos seus manejos com os dispositivos midiáticos, modificam seus modos de se relacionar com o religioso e, ao mesmo tempo, diminuem a distância entre eles e a igreja. Sobre essa eliminação da distância entre sagrado e profano, Martín-Barbero (1995, p.77) afirma:

Aquela diferença que as religiões mantiveram por tempos, os meios deslocaram, desarticularam a separação e colocaram magia onde antes não havia senão profanidade, e colocaram profanidade onde antes não havia magia. Desarticularam o universo da separação, das dicotomias, para lançar-nos em um mundo no qual, sem dúvida alguma, o sagrado está chegando a penetrar em qualquer uma das esferas da vida cotidianas¹⁶.

Compreendemos, primeiramente, uma revisão sistematizada elaborada por Robert White (2002), que aponta quatro estágios das teorias da mídia e religião e um quinto, ainda que hipoteticamente. A teoria dos estudos realizados sobre esses dois campos origina nas teorias fundamentais de cada um deles. No final do século XIX, essas duas instâncias eram contribuintes no progresso social. A maioria dos teóricos fundadores da sociologia, por exemplo, considerava a religião um poderoso instrumento de motivação na sociedade. “A religião seria uma instituição social fundamental e uma instituição que tinha de ser utilizada, de alguma maneira, para que contribuísse com o progresso social” (WHITE, 2002, p.13). É no final do século XIX que muitas igrejas das nações industrializadas passaram a usar os meios massivos da época, em especial revistas e livros populares, para educar as classes operárias na adaptação ao crescente processo de urbanização e modernização da sociedade. Nesse período, a mídia era considerada relevante para o progresso social, pois distribuía informação e contribuía para a integração social.

¹⁶ Tradução própria. Texto original: “Aquella distancia que durante tiempos las religiones mantuvieron, los medios han desplazado, han desarticulado la separación y han metido magia donde antes no habia sino profanidad, y han metido profanidad donde antes no habia sino magia. Han desarticulado el universo de la separación, de las dictomias, para arrojarnos a un mundo en el cual sin duda alguna, lo sagrado está llegando a penetrar cualquiera de las esferas de la vida cotidiana” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p.77).

Com o surgimento da sociologia empírica, houve a presença dos estudos sobre os efeitos da mídia. Em um terceiro momento, a partir dos anos 60, há um distanciamento das teorias funcionalistas da sociedade, deslocando as preocupações da sociologia e da psicologia para os estudos culturais, passando à análise da construção social da realidade. De acordo com White (2002, p.17), “a mudança trouxe de volta para o centro dos estudos sociológicos a questão do poder social e a problemática da hegemonia cultural e ideológica”. O quarto estágio apontado por White está vinculado à análise da construção individual dos sentidos dos textos midiáticos, com a expansão de métodos e técnicas de pesquisa, como a entrevista e os estudos etnográficos da audiência. Desse modo, a mídia passou a ser vista como parte da vida e de um movimento social. O fator central dessa construção de sentidos aponta a identidade e o desenvolvimento da vida do indivíduo. O último estágio refere-se à interação de autores, indivíduos e grupos na construção de sentido da mídia. Segundo White, este estágio está presente na sociologia da religião e permanece hipotético.

Na relação entre Igreja e Comunicação, Joana Puntel (2005) identifica cinco fases. A primeira fase desta relação no contexto dos novos instrumentos de reprodução simbólica com o surgimento da imprensa, no século XV, caracterizado pelo “exercício da censura”, através da Inquisição. Nesta época, a Igreja era a intermediária entre a produção do saber (não apenas teológico) e sua difusão na sociedade. A segunda fase, no início do século XX, caracteriza-se por uma aceitação desconfiada dos novos meios, marcada por mecanismos de controle e vigilância, principalmente sobre o cinema e o rádio. A transformação acelerada da sociedade atraía a Igreja a adaptar-se aos novos tempos. A partir disso, “começa a aceitar, ainda que desconfiadamente, os meios eletrônicos. Sobretudo, começa a fazer uso, a servir-se dos meios para a difusão das suas mensagens” (PUNTEL, 2005, p.130).

As transformações sociais e tecnológicas marcam a terceira fase, através do “deslumbramento ingênuo” que emerge do Vaticano II (1962-1965). Há um reconhecimento oficial de que é necessário utilizar os meios de comunicação para a evangelização e admite que a ampliação da penetrabilidade da mensagem eclesial pode ser alavancada pelas tecnologias de reprodução eletrônica (PUNTEL, 2005, p. 130).

A quarta fase refere-se à América Latina, sobretudo à valorização da comunidade realizada pela igreja durante as ditaduras, ou seja, é o “reencontro do povo pela Igreja”. Com isso, supera-se o “deslumbramento ingênuo”, pois repensa a comunicação deixando de acreditar que a tecnologia pode resolver os problemas de ação evangélica. Ocorre, então, a busca de “novos padrões pelos quais incentiva e respalda experiências de comunicação do

próprio povo, providenciando e facilitando para que seus próprios meios sejam a voz dos que não têm voz” (PUNTEL, 2005, p. 131).

Por fim, a quinta fase começa a partir da encíclica *Redemptoris missio* (1990) em que, pela primeira vez, encontra-se a associação entre comunicação e as mudanças culturais no século XX. De acordo com o documento:

O primeiro areópago dos tempos modernos é o *mundo das comunicações* (...). Os meios de comunicação social alcançaram tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. Principalmente as novas gerações crescem num mundo condicionado pelos *mass media*. Talvez se tenha descuidado um pouco este areópago: deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os *mass media* foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral. O uso dos *mass media*, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um fato muito mais profundo porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência. Não é suficiente, portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta « nova cultura », criada pelas modernas comunicações. É um problema complexo, pois esta cultura nasce menos dos conteúdos do que do próprio facto de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas (...) (RM, n.37c, 1990).

Observamos através deste trecho, uma novidade nos documentos da Igreja que passa a compreender a mídia como uma cultura da modernidade. No entanto, Puntel aponta que esta compreensão não é hegemônica, pois ainda há um longo percurso a ser traçado para a integração contextual das relações entre fé e cultura, no que se refere às relações entre igreja e comunicação. Reflete-se a comunicação não somente como meios ou instrumentos, mas “refere-se a um ‘ambiente’, no qual estamos imersos e do qual participamos. Trata-se de uma cultura. A *cultura midiática*” (PUNTEL, 2005, p.131).

No diálogo entre as teorias das mídias, das religiões e das culturas, Hoover e Lundby (1997) propõem uma opção metodológica a partir do processo de construção simbólica da sociedade contemporânea. Para estes autores, a mídia e a religião devem ser estudadas através dos processos e padrões da cultura, cabendo à mídia, a função de inserir a religião nos processos simbólicos de produção, pois é ela quem detém o poder de transmitir o religioso para diferentes pessoas, em suas diferentes situações culturais. Ou seja, mídia, religião e

cultura devem ser vistas, pensadas e estudadas como uma “teia interrelacional” no âmbito da sociedade.

No que tange à problemática da midiática, aqui estudada, esses autores apontam o fato da sociedade depender cada vez mais da midiática dos relacionamentos socioculturais, dando importância ao fato das instituições midiáticas emergirem como atores mais importantes da esfera pública. “A mídia atualmente é quem condiciona e determina o acesso ao ‘reino’ – situação que impacta as instituições religiosas bem como as demais existentes” (HOOVER e LUNDBY, 1997, p.04).

Para Hoover e Lundby (1997), a religião atua como universo simbólico de valores de conhecimento final e as mídias atuam como mediadoras da comunicação, constituindo dimensões fundamentais de cultura na sua própria visão. A mídia é concebida quase como uma religião da vida cotidiana, pois o consumo imposto por ela é algo que já está enraizado na imaginação e na prática humana ontológica. Esse consumo passa por símbolos sagrados e seculares, que emergem criando na sociedade modos de se relacionar com o religioso, a partir de ofertas midiáticas. Segundo White (1997), é necessário analisarmos a mídia para além do espaço e da técnica, ou seja, por meio de um novo conceito de mídia, caracterizada por ser um espaço ritual em que vários atores dramatizam seus símbolos sagrados, além de constituir-se como um lugar de negociações religiosas, culturais e midiáticas que se interrelacionam e criam uma nova ambiência, “uma nova compreensão das mídias como espaços de ‘negociação cultural’” (WHITE, 1997, p.30).

A religião deve ser definida como uma visão de mundo que atua como orientação e referência normativa na conduta moral e fixação de metas de vida. Para White (2007), esta pode ser uma definição que sintetiza os mapas de construção de sentido e categorias que as pessoas usam para se comunicar entre si. Pode ser uma definição que inclui as distintas aproximações à maneira da religião hoje em dia. O desafio, portanto, parece encontrar um discurso da religião que evite a tendência em fazer de concepções essencialistas particulares da religião uma ideologia interessada e que, ao mesmo tempo, não reduza a religião a uma categoria residual puramente funcional, que não tem significado por si mesma. “Pode ser que o desenvolvimento dos conceitos de símbolo, narrativa e identidade na tradição dos estudos

culturais possa proporcionar um discurso sobre religião que responda tal desafio”¹⁷ (WHITE, 2007, p.286).

Desta perspectiva, Horsfield (2007) afirma que o uso dos meios é uma rejeição a um racionalismo ou empirismo puros e que a modernidade havia deslocado: religião, mistério, mito e magia. Os meios se converteram no espaço em que os indivíduos se encontram, conversam, obtêm informações, põem em comum suas preocupações, constroem sentidos, identidades e cosmovisões. Os meios chegaram a ser a instituição determinante da cultura global emergente, tanto em termos de crescimento de um número considerável de organizações multinacionais, que já tem uma cobertura global, como em termos de crescente acesso e adaptação das novas tecnologias dos meios, com o que o controle da produção de sentido está passando das mãos dos organismos centralizados às mãos dos usuários individuais dos meios. Segundo Horsfield (2007, p.25), “os novos e mais complexos processos das tecnologias dos meios, a produção, a distribuição, o interesse comercial e as forças de mercado interagem, hoje, com movimentos culturais complexos para dar forma a novos padrões de religiosidade social e institucional e de espiritualidade nesse começo de milênio”¹⁸.

Por este mesmo viés cultural, é lícito destacar o trabalho de Stig Hjarvard (2008) que, em estudos sobre a midiaticização da religião, descreve como a mídia funciona sendo um agente de mudança religiosa. A mídia se tornou a principal fonte de imaginação religiosa, bem como uma função cultural, emulando o senso de comunidade e de orientação espiritual fornecido pelas religiões institucionalizadas. Com isso, a midiaticização da religião pode ser considerada parte de uma crescente secularização – é o processo histórico em que os meios de comunicação assumiram muitas das funções sociais que antes eram realizadas por instituições religiosas. “Rituais, adoração, luto e celebração são todas atividades sociais que pertenciam à religião institucionalizada, mas agora foram retomadas pela mídia e transformadas em atividades mais ou menos secular”¹⁹ (HJARVARD, 2008a, p.10).

¹⁷ Tradução própria. Texto original: “Puede ser que el desarrollo de los conceptos de símbolo, narrativa e identidad en la tradición de los estudios culturales pueda proporcionar un discurso sobre la religión que responda a dicho desafío” (WHITE, 2007, p.286).

¹⁸ Tradução própria. Texto original: “los nuevos y más complejos procesos de las tecnologías de los medios, la producción, la distribución, el interés comercial y las fuerzas del mercado interactúan hoy con movimientos culturales complejos para dar forma a nuevos patrones de religiosidad social e institucional y de espiritualidad en este comienzo de milenio” (HORSFIELD, 2007, p.25).

¹⁹ Tradução própria. Texto original: “Rituals, worship, mourning and celebration are all social activities that used to belong to institutionalized religion but have now been taken over by the media and transformed into more or less secular activities” (HJARVARD, 2008a, p.10).

Inferimos, com isso, que a midiaticização da religião envolve o processo em que a mídia transforma fenômenos religiosos existentes, fazendo-os servir às funções coletivas na sociedade, o que a algum tempo era apenas realizado por instituições religiosas. Por fenômenos religiosos existentes, compreendemos como sendo aquilo que emana da cultura, esta, por sua vez, era envolvida com a hierarquia do gosto que prevalecia nas instituições culturais e estava ligada aos modos de vida locais. As mídias ocupam, hoje, uma posição dominante como fornecedoras de produtos culturais e crenças e funcionam, muitas vezes, como agentes de mudanças religiosas. No centro de uma conceituação de midiaticização, os meios têm se desenvolvido como uma instituição independente da sociedade e, como consequência, outras instituições, como a religiosa, tornam-se cada vez mais dependente da midiaticização, acomodando suas ideologias às lógicas de mídia, a fim de serem capazes de comunicar-se com outras instituições e a sociedade como um todo.

Em relação a essas mudanças, Hjarvard (2008a, p.14) afirma:

No caso da religião, a mídia – como condutas, linguagens e ambientes – facilitou mudanças em valor, conteúdo e direção das mensagens religiosas na sociedade, ao mesmo tempo elas transformam as representações religiosas em desafios e substituem a autoridade das religiões institucionalizadas. Através desses processos, a religião é como uma atividade social e cultural que se tornou midiaticizada²⁰.

É importante salientarmos que outras instituições ainda são representadas na mídia, mas sua função se torna progressivamente mais do que fornecedores de matérias-primas que ela usa e transforma para sua finalidade própria. A mídia tornou-se importante produtor de imaginação religiosa, ao invés, apenas, de transportadora de mensagens das instituições religiosas. E, através do processo de midiaticização, a religião cada vez mais se confunde com as lógicas de mídia em termos de regulação institucional, de conteúdo simbólico e práticas individuais.

1.4 Midiaticização da Religião: abordagens acadêmicas

²⁰ Tradução própria. Texto original: “In the case of religion, the media – as conduits, languages and environments – facilitate changes in the amount, content and direction of religious messages in society, at the same time as they transform religious representations and challenge and replace the authority of the institutionalized religions. Through these processes, religion as a social and cultural activity has become mediaticized” (HJARVARD, 2008, p.14).

Os estudos que abrangem a complexidade das relações entre mídia e religião têm sido largamente examinados, nos últimos anos, por distintos processos de análise. Destacam-se, nesse sentido, principalmente os trabalhos realizados no Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, em especial, pela linha de pesquisa Mídia e Processos Sociais. Sem a pretensão de abarcar a totalidade das pesquisas, destacamos algumas abordagens que se aproximam à nossa temática, para verificar estes processos.

Em estudos sobre emissões televisivas e os mecanismos de recepção da Rede Vida de Televisão, Sierra Gutiérrez (2006) compreende os processos midiáticos como um espaço privilegiado de mediação e midiatização de sentido, identificando novas “reconfigurações da religiosidade”, designada pelo pesquisador como a “telefé”. O autor apreende, analiticamente, a processualidade midiática televisiva católica na sua integralidade, abarcando não apenas as lógicas discursivas próprias das condições de produção e circulação de materiais telerreligiosos, mas também analisa as lógicas e os modos de ocorrência das condições, estratégias e modos de apropriação e reconhecimento de sentidos dos telefiéis da Rede Vida.

Evidencia-se pelo resultado da análise que os telefiéis não só reconhecem e interagem com os produtos religiosos ofertados pela emissora como afins com sua identidade católica, mas desenvolvem práticas sociosimbólicas nas que integram sua experiência de sentidos telerreligiosos, que geram outros modos de fazer religião a partir de sua tecnointeração televisiva. Para o pesquisador, o advento da telerreligião abriu a possibilidade para outras formas de fazer religião, além dos modos restritos ao espaço sagrado tradicional. No entanto, “o campo midiático televisivo impregnou-se e assumiu, com alguma propriedade, funções ditas sacralizantes, ritualísticas e religiosas, que fazem do seu ambiente o espaço audiovisual adequado para a representação cênica do real” (SIERRA GUTIÉRREZ, 2006, p. 419).

É nesse sentido, que a pesquisa mostra os modos como os fiéis experimentam uma “telepresença de Deus” mais viva e ressoante no seu lar, a qual respondem, não somente com assiduidade na assistência em frente da tela, mas com práticas simbólicas novas, com sentido telerreligioso que incorpora na rotina do seu cotidiano. No âmbito dos telefiéis, a pesquisa mostra que os modos de reconhecimento são constituídos por uma rede complexa de significações, diversas e plurais, as leituras são heterogêneas e descontínuas; e os modos de dizer e fazer desenvolvidos por eles na sua interação com o meio televisivo, são criativas e distintas e, cada um responde e reage segundo sua própria experiência e inspiração de fé. Sierra Gutiérrez (2006, p.426) conclui que “os efeitos de sentido gerados pela oferta

telerreligiosa, abrem para novas possibilidades de construção e organização de outros sentidos religiosos mas, doravante mediados pela midiatização televisiva vivenciada no seu cotidiano”.

No mesmo contexto da emissora católica, Viviane Borelli (2007) examina os modos com que os processos midiáticos afetam os rituais e as práticas religiosas através de análise das estratégias desenvolvidas pela Rede Vida de Televisão na construção de um caso específico, como o da Romaria de Nossa Senhora Medianeira, que acontece em Santa Maria, Rio Grande do Sul. A pesquisa mostra que através de regras e gramáticas próprias do campo midiático, a televisão gera outro conceito de cerimônia religiosa, denominada pela autora como “Teleromaria da Medianeira”. Ao analisar essas processualidades – da festa ao cerimonial televisivo – são identificados distintos momentos e estágios de afetação dos cerimoniais midiáticos sobre as práticas religiosas, evidenciando como a midiatização estrutura e regula as relações entre os campos por meio do trabalho dos dispositivos tecnossimbólicos. Nessas condições, o processo de midiatização da Romaria gera um produto, a Romaria midiatizada. Segundo Borelli (2007, p.36), “os dispositivos midiáticos constroem a sua própria cerimônia através de operações simbólicas que remetem a um modo singular de ler, redimensionar, selecionar, destacar, hierarquizar e avaliar os acontecimentos”. Constatase que, neste caso específico, a cerimônia religiosa em si é reconstruída de acordo com regras e normas que orientam os modos de funcionamentos dos dispositivos de produção de sentido.

A problemática da midiatização apontada pela autora mostra que há um novo modo de constituição e de vivência marcado por um conjunto de interações, que são articulados por dispositivos tecnossimbólicos, operações, práticas e processos de construção de sentidos da cultura midiática. Fica a cargo do campo midiático, organizar, regular e reger as simbólicas do religioso dizendo que as está mostrando, a partir de um conceito próprio. Nesse sentido, os processos de midiatização são fundamentais para o estabelecimento de vínculos entre os campos sociais que se inserem nesses processos e “tomam por empréstimo operações para se fazer presente na esfera pública através de suas práticas que são, cada vez mais, híbridas do ponto de vista das interdiscursividades” (BORELLI, 2007, p.363). Através dessa visada, observamos que o sentido do sagrado acaba por se dissolver nos processos midiáticos gerando outro sentido, não aquele correspondente aos desejos do campo religioso, mas que precisa se subordinar (preservando as marcas de suas próprias simbólicas) e ser afetado pela centralidade e pelos modos de operação do midiático.

Na perspectiva dos processos midiáticos, Alexandre Bandeira (2006) investiga a Igreja Universal do Reino de Deus mostrando os processos da intersecção dos dispositivos

midiáticos e religiosos, entendendo como a IURD trabalha no campo midiático, misturando práticas das lógicas de consumo junto às de religião. O autor aponta quatro formas de interseção. A primeira resulta na transformação do dispositivo religioso clássico em midiático, pois a igreja incorpora nos dispositivos tecnológicos e arquitetônico, meios para a produção midiática, o templo se torna um ambiente midiaticizador, e usa elementos eletrônicos para captação e reprodutibilidade de imagens. Na segunda, o dispositivo midiático é deslocado para dentro do espaço religioso, ou seja, há sistemas de som, luzes, telões, câmeras, tudo potencializado para a midiaticização. A terceira interseção é caracterizada pelo pesquisador como “max-midiaticização”, isto é, a mídia é remidiaticizada com outros dispositivos midiáticos, que são acionados pelo pastor condutor do culto. Por exemplo: conversa com o call center, com a repórter pelo televisor, e com as imagens exibidas no plasma. A última interseção corresponde à lógica do consumo. O autor faz referência a um shopping, como referência de dispositivo de consumo, para, com isso, observar as inspirações da IURD no estímulo ao consumo dos seus produtos pelos seus fiéis.

O midiático torna-se o maior investimento desta igreja, liderando frente aos seus concorrentes neopentecostais. Em uma comparação com a Igreja Católica, Bandeira afirma que esta demonstra uma falta de “vocaç o midiática”, pois a sua vocaç o religiosa ainda é a de contato com a família e a comunidade, enquanto a IURD existe em rela o com um público anônimo, disperso e individual. Este grande investimento que a diferencia das demais igrejas e correntes, faz com que ela seja contaminada por diversos produtos culturais, todos híbridos e sincréticos. “Possuímos, então, argumentos para afirmar que a IURD pretende ,através dos sincretismos e hibrida es, construir uma nova identidade religiosa, numa forte tentativa de ter um status de religi o portadora do novo” (BANDEIRA, 2006, p.84).

Dentro do universo da IURD, Micael Behs (2009) trabalha as estratégias discursivas desta igreja por meio do semanário *Folha Universal*, a fim de prover a sua inser o no campo da política, examinando materiais jornalísticos veiculados no período das elei es de 2006 e de 2008. De acordo com o autor, os dois momentos s o emblemáticos para a análise da manifesta o das estratégias midiáticas desenvolvidas pela IURD, na medida em que o bispo/senador Marcelo Crivella é “construído” como protagonista na disputa ao governo do Estado e a prefeitura do Rio de Janeiro respectivamente. Já a *Folha Universal* constitui um dispositivo através do qual a IURD engendra, discursivamente, mecanismos de regula o e sensibiliza o partidária desta denomina o junto aos fiéis e à sociedade de modo geral. Para Behs (2009, p.09), ao longo desses dois períodos eleitorais, “o campo religioso não

manifestou sua existência somente através de competências inerentes às linguagens e aos rituais da própria religião, mas mobilizou rituais e linguagens midiáticas a fim de produzir a inserção dos fiéis no mundo da política”.

O estudo do pesquisador mostra que a igreja possui um “Plano de Poder”, gerido em torno da aliança entre “Deus, os cristãos e a política”. Nesta tríade, “falta um elemento crucial, capaz de oferecer visibilidade às pretensões dos cristãos, que, amparados pela onipresença de Deus, estariam a ambicionar um plano de poder político: a midiaticização” (BEHS, 2009, p. 164). O processo de midiaticização é compreendido, neste caso, através da complexidade de fluxos, lógicas e culturas permeadas por elementos de mídia que constituem a IURD e a preenchem de significados, adquirindo visibilidade na esfera secular e redimensionando ouvintes, leitores, internautas e telespectadores para este ambiente. Esses elementos da ordem da midiaticização e sobre os quais a igreja se nutre, não estariam a eclodir o campo da política, mas possibilitariam a rearticulação de uma igreja que, submetida a essas lógicas, engendraria a sua presença nos campos político e religioso, sustentando-se em novas formas de visibilidade, de linguagem e de argumentação.

A midiaticização da religião abordada por Fiegenbaum (2010) abarca a análise de quatro igrejas protestantes: Metodista, Presbiteriana do Brasil, Evangélica de Confissão Luterana no Brasil e Evangélica Luterana do Brasil. Para o autor, os diversos meios de comunicação (rádio, TV, jornal) devem ser entendidos como instâncias midiáticas que se organizam como um sistema de dispositivos que integra tanto emissora quanto o programa posto em circulação. Dessa forma, “qualquer instituição pode constituir para si, enquanto meios, dispositivos midiáticos com vistas a responder aos processos sociais mais amplos de uma sociedade em midiaticização” (FIEGENBAUM, 2010, p.26).

Neste estudo, o fenômeno da midiaticização é caracterizado como uma problemática de circulação envolvendo instituições não-midiáticas, instituições midiáticas e atores individuais. Estas três instâncias são concebidas a partir de uma reformulação do esquema da semiose da midiaticização de Verón (1997), pois de acordo com o autor “faltava-lhe um lugar específico para a realização das operações que se produziam pelas mútuas afetações dos três setores. Este lugar é o dos dispositivos midiáticos” (FIEGENBAUM, 2010, p.223).

As três instâncias apontadas pelo pesquisador produzem coletivos, ao interagirem entre si e engendram processos de acoplamentos mútuos que mobilizam sistema de valor, visibilidade e vínculo em auto e heterorreferencialidades. Os dispositivos reconfiguram o mercado discursivo religioso, estabelecendo seus próprios modos de se posicionar e os atores

individuais estabelecem vínculos com dispositivos midiáticos da igreja como se fossem extensões da própria igreja. Estes atores apreendem igreja e dispositivo midiático como a mesma coisa, “o que lhes interessa, no fundo, é pertencer, seja encontrando-se em dispositivos midiáticos, seja no espaço sagrado do templo” (FIEGENBAUM, 2010, p.216).

Weber (2009) estudou o *Jornal O Santuário* como uma modalidade de prática de jornalismo católico, examinando as suas articulações institucionais e comunitárias, especialmente suas convergências e tensões. Segundo o autor, o jornal apresenta características de meio de comunicação comunitário e também institucional, tornando-se, assim, um veículo de comunicação híbrido, o qual presta uma contribuição à Pastoral da Diocese de Santa Maria - RS, como também no sentido de auxiliar na formação e espaço de divulgação das experiências e acontecimentos desta diocese, além de mediar relações da comunidade com o campo religioso. “O Santuário não somente representa a ideologia, os preceitos da instituição Igreja, mas também atua como veículo comunitário” (WEBER, 2009, p.195). Ao analisar este veículo, Weber constatou que a comunicação se constituiu num importante instrumento de poder organizacional e está intimamente relacionada com a capacidade de emitir os preceitos católicos, e assim captar mais seguidores de sua ideologia.

Ao analisar o jornalismo católico, Weber observa que *O Santuário*, por sua natureza híbrida, difere da maioria dos outros veículos católicos que se utilizam de uma comunicação mais intimista no que tange à Igreja Católica. Fato este que se justifica pela necessidade que alguns setores da Igreja sentem em enraizar na mente do leitor uma determinada identidade católica, posicionando-se tanto à frente de um mundo pluralista e diversificado quanto à expansão das igrejas evangélicas. O autor ainda constata que a função da Imprensa Católica, como fonte informativa inserida no jornalismo, realiza uma mediação entre homem-sociedade e homem-espiritualidade, possibilitando muitas maneiras de dialogar com o receptor da mensagem. Segundo Weber (2009, p.197-198) “exige-se que a imprensa católica cumpra não somente o esperado de uma instituição religiosa, como também determinadas funções sociais. Consiste em princípios básicos do jornalismo, conseqüentemente também do jornalismo católico, informar a verdade dos acontecimentos, dos fatos”. Para o autor, um jornal católico não deve conter apenas notícias, mas sim agregar a ela uma lição ética e moral, uma mensagem de esperança.

Na pesquisa de Gasparetto (2009), a midiaticização da religião é caracterizada como “comunidades de pertencimento”, mostrando que as experiências televisivas atravessam o cotidiano dos fiéis, deslocando-os para vivências que se realizariam no interior da

comunidade marcadamente sociorreligiosa-televisiva. O autor mostra como a recepção relaciona-se com a oferta da TV Canção Nova, em Caxias do Sul-RS, ou seja, metodologicamente, os fiéis-receptores representam a outra ponta do processo da comunicação midiaticizada, de acordo com o autor. “Agora queremos avançar, enfatizando de que maneira a recepção torna-se de fato um ‘ator’ dessa comunidade, mas mostramos em parte do nosso trabalho níveis de articulação, das estratégias dessa recepção e a articulação dela com a produção (GASPARETTO, 2009, p.16).

A “comunidade de pertencimento” apreendida pelo autor é vista como um efeito que resulta de um conjunto de operações, de processos de midiaticização por meio de tecnologias convertidas em meios que afetam as relações dessa com a instituição e destas com os atores sociais. “É um efeito de agenciamento de operações de discurso apropriadas pelo espaço religioso que, ao fazer um intenso uso das tecnologias, em forma de meios, institui novas interações com o universo dos fiéis, convertendo-os em atores de suas práticas” (GASPARETTO, 2009, p.17).

O estudo mostra que a comunidade de pertencimento é gerada a partir de duas ações. De um lado, a prática midiaticizadora engendra a comunidade. Uma recepção que deriva de tecnologias, de formas de linguagens e de “sincretismo” dos discursos. No entanto, estes novos formatos de grupos não existiriam se não levassem em conta, também, aquilo que é do mundo da vida e da experiência dos fiéis interagindo. O autor também reconhece que essa comunidade de pertencimento não se move autonomamente, e suas ações se assentam numa pluralidade de lógicas que surgem das inserções com o mundo da vida. A reflexão aponta que as lógicas da produção são das instituições midiáticas quando uma organização religiosa atravessada por interesses econômicos, como no caso da Canção Nova, atua no campo midiático como as lógicas de socialização, orientação, sensível, “pronto atendimento”, midiaticização, dominação e tantas outras. Do lado da recepção, esta possui várias lógicas fragmentadas que se diferenciam da instituição como as lógicas adversas, devocionalismos, inclusão, sobrevivência, celebrativas, demanda, convergência e uma infinidade de outras lógicas.

A Canção Nova também é objeto de estudo de Ana Cássia Flores, sob uma perspectiva que vai ao encontro de nosso trabalho. A pesquisa realizada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, na linha de pesquisa Mídia e Estratégias Comunicacionais, estudou a midiaticização da Igreja Canção Nova na internet, analisando o processo de afetação de lógicas comunicacionais católica e midiática nas práticas midiaticizadas do Portal Canção

Nova. A autora mapeou a ocorrência e o funcionamento de práticas como formação, liturgia e oração, revelando que essas práticas não funcionam da mesma forma quando inseridas em um contexto histórico-real e, por meio da mediação, transformam-se em práticas como sacralidade virtual, políticas terapêuticas e protagonismo sociotécnico. A análise identifica a existência da lógica do desdobramento, resultado da afetação entre lógicas de transmissão e da ambiência. Ou seja, através do portal cancaonova.com, o novo religioso se desdobra e é experimentado como informação, venda e vínculo. “A afetação da lógica comunicacional católica e da lógica comunicacional midiática acontece no neodevocional midiático, que emerge das modificações presentes nas práticas católicas que se mediatizam ao se realizarem na ambiência virtual” (FLORES, 2010, p. 114).

Nessa perspectiva, a Canção Nova atua na internet como uma rede interligada de ferramentas tecnológicas e possibilidades de experiência de um religioso modificado pela virtualidade. A lógica da ambiência apresenta a vivência do religioso atrelada à utilização da gramática da internet e das ferramentas tecnológicas, não dependendo apenas de elementos espirituais e disposições pessoais para ser experimentado. As práticas católicas mediatizadas de sacralidade virtual e protagonismo sociotécnico do fiel são entendidas como organizadas segundo a lógica da ambiência. Nesse contexto, a experiência religiosa se modifica ao ser desdobrada em diferentes abordagens, esferas de experiência, conteúdos e práticas de mídia. Segundo Flores (2010, p.116), o religioso deixa de ser restrito à esfera da espiritualidade, à frequência a Igreja, às reflexões espirituais e doutrinárias e “passa a ser vivenciado na ordem prática da vida, pelo acesso à internet, por mensagens de celular, por temáticas cotidianas, por vídeos, fotos e textos que ensinam a enfrentar melhor os problemas comuns da existência”.

A internet também é objeto de estudo do colega de mestrado Moisés Sbardelotto (2010), que analisa o funcionamento e a manifestação de rituais online e de suas modalidades de interação em sites católicos brasileiros. O autor examina os serviços religiosos oferecidos por esses sites aos fiéis-internautas, refletindo sobre a mediação do processo social para a manifestação dessas práticas; sobre a digitalização; sobre as modificações espacial-temporais na experiência religiosa do fiel-internauta no ambiente digital em rede, como as ideias de ubiquidade, conectividade e hipertextualidade; assim como sobre a construção de sentido a partir das narrativas digitais, ou do discurso católico construído na Internet.

A partir dessa contextualização, no próximo capítulo, trataremos melhor sobre a mídia internet no cenário pós-moderno, cujos processos têm mudado significativamente as dinâmicas de interação e sociabilidade entre a religião e seu público. Debruçar-nos-emos

sobre essas relações identificando lógicas, cruzamentos e consequências inseridos no contexto sociocultural da modernidade tardia.

CAPÍTULO 2

MIDIATIZAÇÃO DO CAMPO RELIGIOSO E CULTURA DA TÉCNICA NA PÓS-MODERNIDADE

O objetivo, neste capítulo, é aproximar nosso objeto de estudo com o contexto contemporâneo marcado pelo que se convencionou chamar de pós-modernidade, um conceito utilizado por alguns teóricos no que diz respeito às mudanças ocorridas em diversas áreas como a ciência, as artes e, sobretudo, na religião e nas relações sociais, que é o nosso interesse. Procuramos esclarecer, desde já, que o termo “pós-moderno” é tratado por diversos autores como “modernidade tardia”, “capitalismo tardio”, “supermodernidade”, “hipermodernidade”, “modernidade líquida”, entre outros epítetos. Não entraremos em detalhes sobre as especificidades de cada terminologia, pois o termo é muito complexo e controverso, mas sinaliza, principalmente, as mudanças ocorridas no final do século XX. No entanto, essa contextualização é fundamental para compreendermos o cenário da religião, já que o período da pós-modernidade emerge no momento em que há uma expansão da técnica e, conseqüentemente, da internet e suas relações sociais, afetando também os modos de relacionamento do homem com a religião e vice-versa.

Neste capítulo, nosso percurso é o de aproximação com o contexto do mundo virtual, objetivando estabelecer a relação entre a internet e a religião na contemporaneidade, assim como a noção de campos sociais, em especial o midiático e o religioso, a fim de compreender como ocorrem as interações entre esses campos. Faz-se necessária uma compreensão sobre o que se denomina, hoje, como “sociedade midiaticizada” ou “sociedade em midiaticização”, como sugerem alguns autores. A noção de campos sociais é relevante, pois é a partir dela que podemos entender melhor a noção de ambiência. Em seguida, passamos à compreensão do fenômeno da midiaticização e da cultura das mídias e suas conseqüências para o campo religioso, visto que esses processos nos dão pistas para entender a autonomização dos sujeitos que interagem com os meios, pois acreditamos que a complexidade dos processos interacionais na contemporaneidade aponta para a existência dos processos de circulação que organizam as possibilidades de interação entre mídia e público, o que será discutido nos próximos capítulos, a partir do estudo específico do nosso objeto de pesquisa.

2.1 Tecnologia, religião e pós-modernidade

A pós-modernidade é um processo social que está em construção e, de acordo com Michel Maffesoli, podemos identificar tendências claras de valores que são aceitos culturalmente, tais como o popular, o passageiro, o banal, o emocional, o subjetivo, a identificação, o hibridismo e o presenteísmo. Nesse contexto, o homem é um ser mimético, que se transforma segundo as situações e as relações com os seus grupos. Tudo muda muito rápido: os valores, as relações sociais, a moda, os gostos, a religião. E os aparatos tecnológicos amparam as pessoas que se reconhecem, cada vez mais, nos meios e em maior número. A cada etapa da vida, as relações sociais se alteram, pois o espaço-tempo nunca é o mesmo. Como enfatiza Maffesoli (1995, p.51), está existindo no estilo pós-moderno uma ordem social que está elaborando uma sociabilidade da qual se deve “buscar a profundidade na superfície das coisas”.

Convicções, opiniões, crenças e religiosidades mudam conforme a idade, o endereço residencial, o acesso aos meios técnicos, à internet. Seguindo essa ideia, o período atual é marcado pela transição de tendências e comportamentos que oscilam. Consideramos, inclusive, instituições como a própria família, a escola e a Igreja, imersas nesse momento de transição pós-moderna, perdendo suas funções formadoras do conhecimento humano, pois a formação de grupos de curta duração, como tribos e comunidades virtuais, podem dar a dimensão da solução no presente, de imediato.

São os meios, na contemporaneidade, que têm grande poder de modificar as formas e as dinâmicas de interação social. Mas isso não é um processo de mão única, que parte exclusivamente dos meios, pois muitas alterações partem também das dinâmicas sociais, das necessidades e das interações entre os indivíduos. E, quando falamos em pós-modernidade, sinalizamos também a internet e a cibercultura na constituição do cotidiano atual. De acordo com Lévy, este cenário surge da interconexão mundial de computadores.

O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p.17).

Nesse contexto de pós-modernidade, ciberespaço²¹ e cibercultura, Lemos (2002) observa duas variáveis: a tecnológica e a social. A primeira compreende as tecnologias virtuais, a informática, o computador, a internet, o wireless²². Por outro lado, a comunicação, a informação, as novas formas de relacionamentos e a estética. São por esses dois vieses que a cibercultura se entrelaça, ou seja, entre a técnica e o social. Para Lemos (2002, p.18), “as novas tecnologias tornam-se vetores de novas formas de agregação social”. O homem inserido no contexto da pós-modernidade, e em meio a esse emaranhado tecnológico, constitui-se como um ser específico, comandando o computador, manipulando instrumentos e ferramentas e, conectado à rede mundial de informações, realiza grande parte de suas atividades, inclusive, religiosas, constituindo-se como um fiel específico.

Buscando uma aproximação com esse cenário da pós-modernidade, existem correntes desse tipo de pensamento que questionam noções clássicas de verdade, razão, objetividade e identidade. Veem o mundo de forma instável, diverso, imprevisível, fragmentado, líquido. Enfim, um conjunto de culturas ou interpretações não unificadas, o que gera um alto grau de ceticismo com relação à objetividade da verdade, da história e das normas. Estes pensadores apontam algumas características da pós-modernidade, a destacar a crise das grandes narrativas e a crise do real. Alguns autores acreditam que seriam as condições socioculturais e estéticas do capitalismo pós-industrial que estariam relacionadas ao rompimento com as antigas verdades absolutas, como o Marxismo e Liberalismo, típicas da modernidade. Ou então, é um fenômeno que expressa uma cultura de globalização e uma ideologia neoliberal.

Segundo Anderson (1999), Lyotard foi o primeiro a tratar a pós-modernidade como uma mudança geral na condição humana; o mundo estava mergulhado em ideologias baseadas em visões utópicas, as quais configuraram os metarrelatos ou metanarrativas, cujo *telos* (filosófico, religioso ou político) entraram em descrença por não terem cumprido as suas promessas, ou as terem cumprido em parte. Maffesoli (1995) também explica que esse caráter teológico da Idade Média começa a desaparecer com o surgimento de um estilo econômico no período de ascensão moderna, sendo substituído por um estilo estético²³.

²¹ O termo “ciberespaço” surgiu pela primeira vez em 1984, através do romance científico *Neuromante*, de William Gibson. No livro, esse termo designa o universo das redes digitais, descrito como campo de batalha entre as multinacionais, palco de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural. Lévy (1999, p.92) define o ciberespaço como “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (...) na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização”.

²² Rede sem fio que não necessita do uso de cabos, sejam eles telefônicos, coaxiais ou ópticos. Seu uso mais comum é em redes de computadores, servindo como meio de acesso à internet.

²³ Para Maffesoli (1995), o estilo estético está relacionado com a elaboração de uma forma, de uma descrição de um ambiente e das coisas que epifanizam a realidade de modo a estabelecer uma hiper-racionalidade que saiba

Em relação ao processo de midiatização das religiões, em especial o nosso objeto, a IURD, estas têm como eixo de suas narrativas as lógicas dos meios tecnológicos de comunicação. Neste sentido, ressaltamos que a maioria das teorias da contemporaneidade atribui aos meios um papel importante, levando em consideração a era das telecomunicações e da informática. Alguns pensadores, inclusive, atribuem como indícios do fim da modernidade as transformações das condições técnicas e sociais proporcionadas pela comunicação, considerando que as mídias tomaram para si o papel não apenas de informar, mas também de construir um novo ambiente.

Na busca de explicar o lugar da religião no mundo moderno, Patriota (2008) afirma que a maior parte dos autores se preocupa menos em definir a modernidade do que assinalar e arrazoar as suas características. Este fato pode ser explicado porque “está cada vez mais difícil a tarefa de conceituar o termo, sobretudo na medida em que o mundo diante de nós experimenta constantes e profundas transformações. Ou, em outras palavras; o mutável é igualmente indefinível” (PATRIOTA, 2008, p.68). Nesse sentido, é preciso considerar que o processo de inovação, como no caso das interações no ambiente virtual, exige que as formas já existentes sejam vistas como provisórias, sempre possibilitando o aparecimento de novos aspectos.

Nos dias atuais, é impossível imaginarmos um mundo sem a presença do virtual²⁴ em todos os aspectos, como por exemplo o econômico, através das transações bancárias e a política, através do voto. Mais impossível, ainda, é não pensarmos nas relações e interações sem esta presença do virtual. Em ambas as visões de mundo, Parente (1999) explica: o que predomina é o ponto de vista feito sob cada um deles. A visão moderna tinha como princípio organizador a iconografia do ponto de vista, ao estar sob a calma aparência da objetividade e da neutralidade científica, “o espaço é o fruto da iconografia moderna com seus jogos de permutações e comutações que substituem a imagem justa em sua transparência por uma

integrar, numa análise, os parâmetros habitualmente considerados como secundários: o frívolo, a emoção, a aparência, ou seja, a estética. “(...) a força do estilo, exprime bem o paradigma estético da pós-modernidade: o nascimento de um novo momento fundador, a emergência de uma nova cultura. À civilização enlanguescedora de uma modernidade econômico-utilitária está em vias de suceder uma nova cultura, onde o sentido do supérfluo, a preocupação com o inútil, a busca do qualitativo assumiram o primeiro lugar. A pulsão estilística, enquanto maneira de pensar, de agir, de sentir, é seu mais nítido indicador” (MAFFESOLI, 1995, p.33).

²⁴ Como define Lévy (1999, p.47): “A palavra ‘virtual’ pode ser entendida em ao menos três sentidos: o primeiro, técnico, ligado à informática, um segundo corrente e um terceiro filosófico. (...) no uso corrente, a palavra virtual é muitas vezes empregada para significar a irrealidade - enquanto a ‘realidade’ pressupõe uma efetivação material, uma presença tangível. Em geral, acredita-se que uma coisa deva ser real ou virtual, que ela não pode, portanto, possuir as duas qualidades ao mesmo tempo. Contudo, a rigor, em filosofia o virtual não se opõe ao real mas sim ao atual: virtualidade e atualidade são apenas dois modos diferentes da realidade. Se a produção da árvore está na essência do grão, então a virtualidade da árvore é bastante real (sem que seja, ainda, atual)”.

imagem luminosa em sua potência” (PARENTE, 1999, p.13). Em seguida, as novas tecnologias vão transformar esta aparência em um valor, cujo vetor será a velocidade, o cinetismo e a potência da velocidade. Ao tornarem o espaço e os corpos transparentes, “elas não param de fazer nascer o visível, através de circuitos cada vez mais complexos que formam uma interface luminescente” (PARENTE, 1999, p.13).

Sendo assim, ao percorrermos esse caminho impreciso da modernidade e da pós-modernidade, nos deparamos com um turbilhão de transformações que estão intrínsecas ao nosso cotidiano e em todas as esferas sociais afetando os modos de relacionamento entre os sujeitos, e os modos de expressar, manifestar e praticar religiosidades atravessadas pelo avanço vertiginoso da técnica. Conforme dissemos, o termo pós-modernidade é um “conceito de contrastes”, de indefinições, pois “tira seu significado tanto do que exclui ou alega substituir quanto do que inclui ou afirma em qualquer sentido positivo” (KUMAR, 1997, p.78). Sendo um conceito de contrastes, não há um consenso teórico a respeito do que caracteriza este período, mas são inegáveis as novas condições da sociedade na contemporaneidade. Para Jameson (2002), alguns teóricos não consideram a pós-modernidade como um novo estágio histórico, e sim como um momento de culminação do auge da modernidade. Segundo o autor, este período é “um pouco mais do que mais um estágio do próprio modernismo, de fato, é possível admitir que todas as características do pós-modernismo podem ser detectadas, já plenamente desenvolvidas no alto modernismo que o precedeu” (JAMESON, 2002, p.30).

Este entendimento sugere que a pós-modernidade é, na sua essência, um conjunto de reflexos da modernidade. No entanto, Jameson alerta sobre a limitação desta visão, pois o pós-moderno possui características próprias que se diferenciam substancialmente das encontradas na era moderna e que não mais escandalizam ninguém, e não só são recebidas com a maior complacência, bem como são consoantes com a cultura pública ou oficial. Inferimos, com isso, que essa característica possibilita que o conceito possa ressurgir em qualquer época com distintos significados, condicionando o que está sendo negado e, em contraste, com o que está sendo afirmado. Isso não quer dizer que, atualmente, ultrapassamos a “modernidade” e estamos imersos em uma nova era. O prefixo “pós” é ambíguo, porque pode significar o que vem depois, o movimento para um novo estado das coisas, por mais difícil que seja caracterizar esse estado. Grosso modo, a modernidade costuma ser compreendida como um ideário ou visão de mundo que está atrelada no projeto de mundo moderno, empreendido em diversos períodos ao longo da Idade Moderna, mas que se

materializa com a Revolução Industrial e com a imposição do mundo capitalista (JAMESON, 2002).

De acordo com Kumar (1997, p.79), a modernidade está intimamente atrelada à religião e é uma invenção da Idade Média cristã, “o mundo antigo era pagão, o moderno, cristão”. O primeiro mundo estava envolvido em trevas e, o último, transformado com o aparecimento de Deus, através de seu filho Jesus Cristo. Este fato atribui um novo significado à história porque o cristianismo deu novo alento à ideia de tempo e história. A concepção naturalista do mundo antigo foi derrubada, segundo a qual o tempo era visto no espelho da mudança cíclica das estações, na alternância entre dias e noites ou nos ciclos reprodutivos do nascimento, morte e novo nascimento. Nesse sentido, o tempo da humanidade era regular e repetitivo. As mudanças que aconteciam não eram novidades e o tempo refletia para sempre uma eternidade engendrada em si mesma, fora do tempo e que nunca mudava.

É através do Cristianismo, portanto, que se cristalizou um significado e finalidade no tempo ao concentrar-se em um evento irrepetível e incomparável, algo totalmente novo no mundo: a chegada de Cristo. Marca-se o tempo, “antes” e “depois” de Cristo. Sobre este fato, Kumar afirma que o segredo da história, até então oculto aos antigos, é revelado; e o passado, o presente e o futuro tornaram-se interligados em uma sequência compreensível.

Os fatos narrados na Bíblia, da criação até a Encarnação, e sua promessa e profecia de uma futura consumação no Segundo Advento e Juízo Final, contam uma história de pecado e redenção que ocorre no tempo. E, além disso, em tempo humano, tempo histórico. A humanidade é erguida acima de todas as demais ordens da criação e transformada no veículo da finalidade divina. A história humana teve, e forçosamente teria que ter, um princípio diferente da história natural. Toda criação é criação de Deus e sujeita à sua vontade. Mas ele resolveu enviar seu filho aos homens e, dessa maneira, injetou na história humana um valor indescritivelmente mais alto que qualquer outro no mundo não-humano (KUMAR, 1997, p.80-81).

Com isso, observamos que a história humana é privilegiada pelo cristianismo, assim como a dimensão futura dessa história. A ordem cronológica entre presente, passado e futuro é, sobretudo, uma ordem teológica em que Cristo confere sentido à história da humanidade. O passado faz parte do tempo e significa um modo retrospectivo através de suas contribuições para o futuro. E, a modernidade, promulgava a rejeição ao paganismo e a instituição da nova era cristã. Para Kumar, foi a Renascença (através da divisão histórica ocidental em três épocas: a Antiga, a Medieval e a Moderna) que de fato contribuiu para o conceito de

modernidade. Desse modo, a modernidade circunscrita no tempo, está relacionada a um período histórico repleta de complexidade, pois é, ao mesmo tempo, passado e presente.

Este cenário, proporcionado pelo Renascimento, instalou a importância do indivíduo (antropocentrismo), levando a humanidade para o centro da realidade onde as questões relacionadas a Deus dão lugar à razão como guia do trajeto humano. Com isso, a era moderna carrega uma nova lógica social em que há uma construção de um método amplamente técnico para construir o conhecimento, capacitando o ser humano a ter controle sobre a natureza e a sociedade tecnológica. Na visão de Kumar, é com as Revoluções Francesa e Industrial que a modernidade recebe sua forma material. “A modernidade possui um aspecto de antes-e-depois que é também uma marca característica das revoluções” (KUMAR, 1997, p.94). Já Anderson (1999) sugere que o modernismo é mais bem entendido como consequência de um campo de força triangulado através de três coordenadas. Uma economia e uma sociedade apenas semi-industriais ainda, nas quais a ordem dominante continuava em larga medida agrária ou aristocrática. A outra diz respeito a uma tecnologia de grandes invenções cujo impacto ainda era recente ou incipiente. Por fim, um horizonte político aberto no qual levantes revolucionários de um ou de outro tipo contra a ordem dominante eram esperados ou temidos.

O elo entre modernidade e revolução sugere-se por si mesmo tanto na esfera econômica como política ou intelectual. É através dessa ligação que a sociedade tornou-se uma civilização mundial, ou seja, ficava mais evidente que ser uma sociedade moderna era ser uma sociedade industrial. Esta estreita associação é uma razão pela qual, hoje, pensadores proclamam o fim da modernidade, pois o industrialismo parece ter se esgotado e chegado ao seu limite.

Industrialismo não é simplesmente tecnologia em grande escala ou crescimento econômico, ou mesmo ciência aplicada em geral. Inclui essas características, é claro, mas vai além delas. Identifica-se com a modernidade no sentido de ter desencadeado no mundo um sistema que está em um estado permanente de crise e renovação (KUMAR, 1997, p.95).

Sobre esta visada, observamos que a posição de Lemos (2002) discorda das afirmações de Kumar ao apontar que o industrialismo não pode ser considerado uma grande revolução no sentido de ruptura radical. A noção de tecnocultura e modernidade são verificadas no Renascimento, movimento que colocou o homem no centro do universo, a ciência, por meio das grandes navegações, possibilitou uma nova dimensão do mundo em

relação às técnicas medievais. “O maquinismo do Renascimento será, então, formador de um sistema técnico demandante de energia, fazendo do século XV o terreno de uma primeira revolução formada pela tríade bússola, pólvora e imprensa” (LEMOS, 2002, p.44). Assim, a modernidade iniciou com as grandes navegações, baseada no princípio do racionalismo e na ciência da natureza. Para este autor, ela ganhou impulso sim com a revolução industrial e as ideologias iluministas do progresso, evidenciado com o crescimento da burguesia. Porém, o estopim houve pelas grandes revoluções e as conquistas, de fato, ocorreram não apenas no plano econômico, mas também na dimensão sociocultural.

Jameson discorre sobre o assunto afirmando que vivemos na era do capitalismo tardio, com características já desenvolvidas, referentes ao que haveria se modificado no âmbito da cultura ao longo das últimas décadas. A produção estética, hoje, está integrada à produção das mercadorias em geral, “a urgência desvairada da economia em produzir novas séries de produtos que cada vez mais pareçam novidades (de roupas a aviões), com um ritmo de ‘turn over’ maior, atribui uma posição e uma função estrutural sempre e mais essenciais à inovação estética e ao experimentalismo” (JAMESON, 2002, p. 30). Esta inovação estética a que se refere o autor não mais se pauta pela distinção que outrora tivera a cultura e a cultura das massas, pois o que passou a ser produzido nas artes, cinema, literatura, música e outras manifestações estéticas não pode ser distinto do próprio mercado, já que este se incorporou aos próprios mecanismos do modo de produção.

A pós-modernidade passou a ser considerada como uma virada de ordem econômica, tecnológica, epistemológica e estética. Os autores que apresentam suas visões sobre este contexto destacam os modos de como os desenvolvimentos tecnológicos afetaram a sociedade. Essas transformações foram irreversíveis tanto para os sujeitos quanto para as instituições, pois, as tecnologias potencializaram a globalização e elevaram a mídia a uma condição de centralidade social. Com isso, apreendemos que a realidade atual compreende dois tipos de sociedade que coexistem. A seguir, abordaremos o funcionamento da sociedade dos meios e da sociedade midiaticizada para, posteriormente, compreender a dinâmica e as lógicas dos campos sociais.

2.2 Da sociedade dos meios à sociedade em processo de midiaticização

A problemática da midiaticização se encontra na existência de uma cultura pós-moderna, de lógicas e operações de natureza midiáticas que se inscrevem na vida da

sociedade, permeando e constituindo as suas formas de organização e de funcionamento, definindo condições de acesso e de consumo por parte dos indivíduos. Esse processo emerge na “sociedade midiática” e atualiza-se, de modo mais intenso e generalizado nos tempos atuais, com a transformação daquela na “sociedade mediatizada”.

Ambas as “sociedades” evocam ambientes distintos e, conseqüentemente, ditam condições e parâmetros para a inserção e o funcionamento das mídias. De modo sucinto, na primeira, apesar de destacar-se a centralidade das mídias, os dispositivos estavam a serviço de determinadas funções, as quais somente poderiam ser por eles realizadas em função das competências da sua própria natureza e das suas potencialidades enunciativas. Neste caso, reconhecidos por sua função de auxiliaridade, cabendo-lhe, além de funções clássicas, conforme as prescrições de fundo funcionalista, que buscavam explicar aspectos da sociedade, em termos de funções realizadas ou suas conseqüências para a sociedade como um todo, o seu trabalho de tematização pública. De acordo com Rodrigues (1997, p.152), o campo da mídia passa a se visto como uma:

instituição de mediação que se instaura na modernidade, abarcando, portanto, todos os dispositivos, formal e informalmente organizados, que têm como função compor os valores legítimos divergentes das instituições, que adquirem nas sociedades modernas o direito a mobilizarem autonomamente o espaço público, em ordem à persecução dos seus objetivos e ao respeito dos seus interesses.

A relativa autonomia frente aos demais campos situa o midiático como uma posição central e passa a ser um importante espaço de representação e mediação das relações entre distintos campos sociais, que precisam estar inseridos nas mídias para ganhar visibilidade e notoriedade.

A transformação da “sociedade dos meios” na “sociedade mediatizada” é uma conseqüência do crescente atravessamento de lógicas midiáticas na constituição de práticas sociais. Intensifica-se a presença dos meios não apenas no âmbito do seu próprio campo, mas também pelo processo de seu deslocamento e de sua expansão para outros campos. Ou seja, suas operações são apropriadas como condições de produção para o funcionamento discursivo e simbólico de diferentes práticas sociais. Nesse sentido, os meios já não podem ser mais entendidos como transportadores de sentidos, nem espaços de interação entre produtores e receptores, mas marca, modelo, racionalidade produtora e organizadora de sentido (cf. Mata, 1999).

O processo de midiaticização, na concepção de Mata (1999), revela que há mudanças nos modos de pensar, nas matrizes e modelos culturais que reconfiguram as experiências identitárias, baseadas nas diversidades que os vínculos sociais constroem. Na contemporaneidade dos meios massivos, perpassados por interações complexas de produção e representação de sentidos, destacam-se as transformações nos regimes de visibilidade, possibilitadas pelo campo das mídias²⁵, espaço de embates e legitimação dos campos.

Na sociedade dos meios, as mídias estão em uma “zona de contato” com os demais campos sociais. Significa que os campos estão em interação, não conformados por suas fronteiras, enquanto territórios estáticos. Sendo sua atividade predominantemente de caráter simbólico, suas práticas discursivas, movem-se instituindo processos e estratégias e disputas de sentido (cf. Rodrigues, 1999).

É a existência destes “pontos de contatos” que vai desenvolver as possibilidades de interação entre os campos. No que se refere ao campo da mídia, este é convertido numa espécie de “ponto de acesso” ou “pontos de conexão” entre os indivíduos e os representantes dos sistemas abstratos, como define Giddens (1991) ao afirmar que as mídias, com seus atos e “peritos”, constituem-se como um espaço que institui elos de confiança com os indivíduos, que necessitam de um trabalho mediador. Na sociedade midiaticizada, as mídias são convertidas em “sistema” que expande seu *status*, e que organiza as suas próprias operações, do que resulta a constituição de uma própria realidade.

Operando a partir dela, define, com base nas suas próprias condições, lógicas e operações, os processos de interação que vão estabelecer com o que é externo, definindo zonas de pregnância entre as suas fronteiras (internas) e aquilo que configura o espaço que lhe é exterior. De acordo com Fausto Neto (2008), a constituição da sociedade, as formas de vida e interações têm sido transformadas em função da convergência de fatores sociotecnológicos que foram disseminados na sociedade segundo lógicas de ofertas e de usos sociais.

Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a cultura da mídia (FAUSTO NETO, 2008, p. 92).

²⁵ Neste trabalho serão utilizados termos como “campo midiático”, “campo das mídias” e não campo dos *media* ou *mediático*, como alguns autores usam.

Essa articulação pode ser sintetizada na perspectiva de Braga (2006) ao afirmar que a midiáticação avança para um processo “interacional de referência” em vias de implantação e ainda não completamente hegemônico. Este processo “‘dá o tom’ aos processos subsumidos – que funcionam ou passam a funcionar segundo suas lógicas. Assim, dentro da lógica da mediáticação, os processos sociais ‘da mídia’ passam a incluir, a abranger os demais que não desaparecem, mas se ajustam” (BRAGA, 2006, p.02). Sobre esta ótica, apreendemos que a operação do campo religioso é estabelecida via “regras” do campo midiático, cujas lógicas redesenham as atividades e práticas estritamente religiosas.

Em síntese, a sociedade dos meios, portanto, coloca-se a serviço de uma organização, de uma processualidade interacional com autonomia frente aos outros campos; já, na sociedade midiaticada, o que predomina é a cultura midiática, convertida em referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade. Ou seja, se constituem como referência no modo de ser da própria sociedade. É através da compreensão sobre as lutas travadas entre campos sociais que podemos entender melhor o funcionamento da atual sociedade em vias de mediáticação.

2.3 O contexto dos campos sociais

Os campos da mídia e da religião se constituem e interagem codeterminando relações entre campos sociais midiáticos e não midiáticos. Campos sociais caracterizam-se como instituições dotadas de legitimidade e certa autonomia com os demais campos. Na esfera do discurso religioso, o campo da mídia atua com caráter de superintendência, já que a partir de sua legitimidade garante visibilidade aos anseios dos demais campos.

No contexto religioso, a mídia acaba por modificar estruturalmente as articulações dessa instituição, devido a sua interferência e aos seus próprios modos de operar que, na contemporaneidade, utilizam estratégias distintas para publicizar os fatos do campo religioso. Os processos discursivos dos campos não midiáticos sofrem interferências na lógica dos seus funcionamentos para que garantam visibilidade na esfera pública. Para tanto, buscam legitimação a partir de disputas simbólicas com o campo das mídias.

O conceito de campo é proposto por Adriano Duarte Rodrigues (1999, p. 18) como uma esfera de legitimidade “para criar, impor, manter, sancionar e restabelecer os valores e as regras, tanto constitutivas como normativas, que regulam um domínio autonomizado da

experiência”. Um campo social é formado por instituições que são reconhecidas e respeitadas dentro de um domínio específico de competência que dita seus próprios modos de operar, tanto para o próprio campo quanto para os membros que a compõem. Na religião, essa especificidade é marcada pelos atos de linguagem, discursos e práticas.

É notável, na sociedade atual, a importância ocupada pela mídia devido a sua mediação e diálogo com outros campos, promovendo o debate público, inclusive, pautando a conversação social. É uma relação de interdependência na constituição de suas próprias legitimidades, já que os campos sociais necessitam da mídia para garantir visibilidade frente à esfera pública, e a mídia necessita dos demais campos para colocar em prática sua visibilidade.

Entendemos por campo dos media o campo cuja legitimidade expressiva e pragmática é por natureza uma legitimidade delegada dos restantes campos sociais e que, por conseguinte, está estruturado e funciona segundo princípios da estratégia de composição dos objetivos e dos interesses dos diferentes campos, quer essa composição prossiga modalidades de cooperação, visando, nomeadamente, o reforço da força da sua legitimidade, quer prossiga modalidades conflituais, de exacerbação das divergências e dos antagonismos (RODRIGUES, 1997, p.152).

A alta visibilidade que o campo midiático garante aos demais não midiáticos ocorre através de embates e tensões estabelecidos pelos vínculos entre os campos, cada um com sua própria simbólica²⁶ e relevância, assegurando visibilidade pública. Essa divergência de objetivos e interesses entre os campos faz com que o discurso do campo das mídias assuma uma importante função de posicionamento centralizante na estruturação do tecido social. Para muitos indivíduos, veículos como a televisão acabam sendo o único meio de acesso às informações das mais variadas ordens, ou seja, tornam-se o único olhar para a realidade socioeconômico-político-cultural.

Em relação à autonomia dos campos, Esteves (1998) atribui ao campo midiático a função de mediação simbólica nas relações com a sociedade caracterizando, assim, a razão da

²⁶ De acordo com Rodrigues existem dois tipos de simbólica: a formal e a informal. “A simbólica formal é constituída por fardas, insígnias, rituais. É regulada por regras, tanto constitutivas como normativas, caracterizadas pelo rigor das suas manifestações e pela exclusividade do seu uso por parte dos membros competentes que formam o seu corpo social. (...) Podemos considerar o conjunto dos símbolos formais como um sistema de mecanismos ambivalentes que asseguram, por um lado, a sua visibilidade externa, mas, por outro lado, restringem o seu domínio aos detentores legítimos das suas marcas e dos seus rituais”. Já a simbólica informal “consiste no apagamento sistemático de marcas distintivas. A simbólica informal, ao contrário da formal, destina-se a assegurar a permeabilidade da sociedade por parte do campo em que vigora. (RODRIGUES, 1999, p. 22).

existência do próprio campo. Essas mediações garantem a abertura dos campos reduzindo o impacto de autonomização nas relações com a conjuntura social.

Em uma organização social complexa, os campos interagem em um sistema de intensa atividade social desenvolvendo suas funções de acordo com suas simbólicas. E, o campo das mídias, como afirma Esteves, possui na discursividade sua maior simbólica, garantindo o que chama de “mediação social generalizada”, preservando certa homogeneidade social.

A generalidade das instituições e das organizações sociais, assim como os seus membros individuais, confronta-se com a necessidade de recorrer ao campo dos media para poderem prosseguir os seus próprios objetivos e afirmarem os seus interesses, pois, nas condições do mundo moderno, tanto os objetivos sociais como os interesses humanos assumem obrigatoriamente uma dimensão simbólica e são objetos de discursivização (ESTEVEES, 1998, p. 144).

Nesse sentido, as interações entre os campos se estabelecem por diversas relações de interesse e poder. Com suas respectivas simbólicas, o campo das mídias possui um bem específico que é a palavra pública. Segundo Esteves (1998, p. 148), essa especificidade foi conquistada pelo campo midiático a partir de um processo longo e contínuo que consolidou tal legitimidade “no reconhecimento da competência própria do campo para selecionar e distribuir a informação a uma escala larga no tecido social”. É uma concretização de conquista da sociedade moderna a partir dos direitos de uma vertente de mão dupla: o direito de informar e ser informado.

A competência do campo das mídias está, justamente, na especificidade de tematização na esfera pública e envolvida sob tensões com outros campos dentro de uma ambiência conflituosa. A partir de sua legitimidade, outros campos atentam para o poder de sua simbólica e passam a planejar estratégias de intervenção e apropriação desse campo centralizante nas mediações simbólicas de caráter social homogêneo.

Nessa lógica, observa-se cada vez mais, o uso estratégico da mídia por parte de outros campos. No campo religioso, a igreja buscando a conquista de novos fiéis através de programas de rádio e TV; no campo musical, o uso estratégico da internet na divulgação e promoção de novas bandas musicais. Em relação ao campo político, nota-se que este acaba se moldando à lógica dos meios de comunicação, da publicidade e do marketing, buscando atrair atenção da opinião pública. A internet tem sido uma grande ferramenta para dar visibilidade à esfera religiosa, angariar devotos e manter relações mais próximas com eles.

Estas relações entre os campos exercem poder um sobre o outro dentro de um espaço de luta simbólica para dar visibilidade aos interesses singulares de cada campo. A legitimação acontece na relação de necessidade e troca na interação dos campos. No campo da mídia e da religião, o momento é de se pensar nas novas relações entre eles, bem como nas interpretações do espaço público.

No contexto da mídia como detentora de um poder simbólico, aproximam-se os conceitos de Bourdieu (1989) que construiu a teoria dos campos sociais para distinguir e analisar diferentes instituições dentro do sistema social constituído por diversos campos sociais (artístico, literário, científico, religioso, político), que se interrelacionavam buscando uma dominação simbólica por identidade e representatividade. Para o autor, a forma simbólica é a maneira de manifestação de um campo de conhecimento constituído como uma arena de poder, a partir da existência de um capital²⁷. O poder, na concepção do autor, está a serviço de interesses dominantes, e a mídia possui um papel discursivo dominante como um campo de violência simbólica²⁸. As relações sociais são simbólicas e engendradas por trocas linguísticas construindo, assim, um sentido do próprio mundo social, ordenado através de discursos, mensagens e representações.

Segundo o autor, é necessário descobrir esse poder simbólico que antes era explícito e agora passou a ser menos perceptível, ignorado, logo, por sua vez, é reconhecido. “(...) o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 1989, p. 14-15). Nessa perspectiva, entende-se a relação entre um e outro como uma relação de complementaridade, não de cumplicidade. Se havia uma construção de um poder menos perceptível, também havia quem aceitasse tal construção. Por exemplo, não existe internauta sem computador, ouvinte sem rádio, leitor sem jornal ou telespectador sem televisão e vice-versa. Portanto, um complementa o outro.

Em relação ao campo, Bourdieu o compreende como um espaço estruturado de posições sociais que possui uma lógica singular em que determinados *habitus*²⁹ se fazem

²⁷ Segundo Bourdieu, o capital simbólico não é imediatamente perceptível como tal e os efeitos de sua duração também obedecem a lógicas diferentes. É uma espécie de poder ligado à propriedade de "fazer ver" e "fazer crer", uma medida do prestígio e/ou do carisma que um indivíduo ou instituição possui em determinado campo.

²⁸ O conceito de violência simbólica foi criado para descrever o processo pelo qual a classe que domina economicamente impõe sua cultura aos dominados. A raiz da violência simbólica estaria presente nos símbolos e signos culturais, no reconhecimento da autoridade exercida por certas pessoas e grupos de pessoas.

²⁹ Grosso modo, na visão de Bourdieu, *habitus* compreende um conjunto de disposições arbitrárias que são partilhadas pelos agentes de determinado campo, embora sejam apropriadas de formas diferenciadas pelos

presentes, de atuação dos indivíduos que têm a finalidade de ocupar determinadas posições a partir de interesses próprios.

Com especificidades próprias, cada campo é carregado de embates e diálogos movidos por movimentos que residem na própria luta, que reproduzem estruturas e hierarquias a partir das composições constitutivas do campo. O campo circula nas ações e reações dos agentes que “não têm outra escolha a não ser lutar para manterem ou melhorarem a sua posição no campo, quer dizer, para conservarem ou aumentarem o capital específico que só no campo se gera” (BOURDIEU, 1989, p. 47). Com isso, as relações entre os campos são de poder, um dos aspectos básicos do campo das mídias que, através do seu discurso, estabelece uma zona de conflito e disputa em busca desse poder ou de sua manutenção. A partir dessa aproximação conceitual entre campos sociais, o próximo item apresenta algumas características do contexto de midiatização, necessárias para entender essas articulações que são estabelecidas e negociadas entre os campos sociais.

2.4 O contexto da midiatização

Uma perspectiva para a compreensão do conceito de midiatização é assumida por Eliseo Verón que o considera como um fenômeno que transcende os meios enquanto instrumentalidades, perspectiva que já supera a noção de campo, proposto por Adriano Duarte Rodrigues, por exemplo. A comunicação midiática resulta da articulação entre dispositivos tecnológicos e as condições específicas de produção e recepção. Segundo Verón (1997, p. 13), “um meio de comunicação social é um dispositivo tecnológico de produção-reprodução de mensagens associado a determinadas modalidades (ou práticas) de recepção de mensagens ditas”. Como um suporte técnico, esse dispositivo engendra processos complexos e simbólicos de produção e recepção que configura a estrutura do mercado discursivo.

Essa perspectiva abrange uma dimensão coletiva na sua prática com a questão tecnológica e os usos sociais dos meios. A noção de meio de comunicação social “deve satisfazer o critério de acesso plural das mensagens (...). Isto permite definir o setor dos meios como um mercado e caracterizar o conjunto como oferta discursiva” (VERÓN, 1997, p.14).

integrantes desse campo. Ou seja, relaciona-se à capacidade de uma determinada estrutura social ser incorporada pelos agentes por meio de disposições para sentir, pensar e agir.

A mídia ocupa um lugar central na sociedade e o autor acredita que as relações sociais criadas pela prática da mídia condicionam o agir das pessoas no seu dia-a-dia, conforme o esquema abaixo:

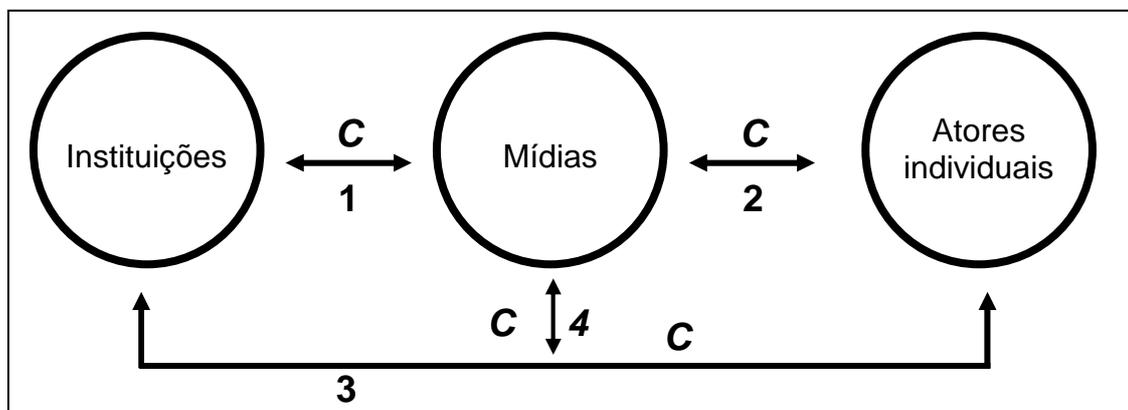


Figura 1 - Esquema simplificado da Semiose da Mídia³⁰

De acordo VERÓN (1997, p.15), “uma representação esquemática como esta simplifica grosseiramente a extraordinária complexidade dos fenômenos da midiatização”. No entanto, torna-se fundamental para entender que a mídia, enquanto instituição, faz a mediação entre os campos sociais e atores sociais. E, ainda, relaciona-se tanto isoladamente quanto simultaneamente podendo, inclusive, ser a única forma de ligação entre ambos.

Segundo o autor, a letra C indica as zonas de produção de coletivos. A flecha de número um aborda a relação dos meios com as instituições da sociedade, a número dois se refere a relação entre os meios e os indivíduos, já a flecha três aponta para a relação das instituições com os sujeitos/atores sociais.

Pelo esquema, observamos que a mídia ocupa um espaço central nas relações entre os campos sociais e os indivíduos. É ela quem promove conexões e por meio de suas operações acaba afetando os modos com que os campos e seus sujeitos se relacionam. A centralidade da mídia representa que suas lógicas de funcionamento têm afetado os outros campos, havendo um cruzamento de interesses, negociações, disputas e inter-relações.

Os usos do conceito de "midiatização" apontam para uma série de aspectos centrais da interação entre mídia e sociedade. Stig Hjarvard (2008b) explica que existe uma falta de articulação ou mesmo definição comum e, além disso, há uma série de aspectos que ainda têm

³⁰ Reprodução a partir do modelo desenvolvido por Verón (1997). In: Revista Diálogos de la Comunicación, n 48, Lima: Felafacs, 1997.

que ser explicitadas. Em alguns casos, mediação tem sido usada livremente para se referir, em geral, ao crescimento sucessivo de influência da mídia na sociedade contemporânea e, em outros casos, a intenção vem sendo desenvolvida para propor uma boa teoria sobre as formas como a mídia se relaciona com a política. Alguns usam mediação para descrever a evolução de um determinado setor (política, ciência ou cultura de consumo), enquanto outros usam isso como uma característica comum de uma situação nova na sociedade, quer no âmbito modernidade ou pós-modernidade. A respeito da mediação é possível destacar que:

o conceito é mais do que um rótulo para um conjunto de fenômenos que testemunham a crescente influência da mídia e que deve também se relacionar com outras teorias sociológicas centrais. A teoria da mediação não só precisa ser bem especificada, compreensiva e coerente, mas deve igualmente provar sua utilidade como instrumento de análise e sua validade empírica através de estudos concretos de mediação em áreas selecionadas. Assim, uma teoria da mediação tem de ser capaz de descrever as tendências gerais do desenvolvimento da sociedade em diferentes contextos e, por meio de análises concretas, demonstrar os impactos da mídia sobre várias instituições e esferas da atividade humana³¹ (HJARVARD, 2008b, p.113).

É através dessa visão que nossos esforços se voltam para a análise da mediação e suas incidências sobre as dinâmicas e os modos com que atores sociais se relacionam com o religioso por meio de instâncias mediadas. Por mediação, Hjarvard a compreende como processo pelo qual a sociedade é submetida a um aumento crescente, ou se torna dependente da mídia e de sua lógica. Esse processo é caracterizado por uma dualidade na medida em que a mídia se torna integrada às operações de outras instituições sociais, embora também tenham adquirido o estatuto de instituições sociais por direito próprio. Como consequência, interação social – no interior das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral - ocorrerá através da mídia.

O termo "lógicas de mídia" se refere ao institucional e tecnológico *modus operandi* dos meios de comunicação, incluindo as formas em que a mídia distribui material e recursos simbólicos e opera com a ajuda de regras formais e informais. A lógica dos meios de

³¹ Tradução própria. Texto original: "the concept is more than a label for a set of phenomena that bear witness to increased media influence and it should also relate to other, central sociological theories. Mediatization theory not only needs to be well-specified, comprehensive and coherent, but it must also prove its usefulness as an analytical tool and its empirical validity through concrete studies of mediatization in selected areas. Thus, a theory of mediatization has to be able to describe overall developmental trends in society across different contexts and, by means of concrete analysis, demonstrate the impacts of media on various institutions and spheres of human activity" (HJARVARD, 2008b, p.113).

comunicação influencia o modo como a comunicação toma forma. A lógica de mídia também influencia a natureza e a função das relações sociais, bem como a emissão, o conteúdo e os receptores da comunicação. Segundo Hjarvard (2008b, p.115), “mídiatização se refere a um processo de longa duração, segundo o qual as instituições sociais e culturais e os modos de interação são alterados como consequência do crescimento da influência da mídia”³².

Em busca de uma operacionalização e visualização da processualidade, o autor dinamarquês afirma que existem formas diretas e indiretas de mídiatização que, muitas vezes, funcionam em conjunto, de modo que nem sempre é fácil distinguir. A necessidade de distinguir entre os dois surge, principalmente, em contextos de análise. “A mídiatização direta torna-se visível quando uma atividade social é substituída, ou seja, transformada a partir de uma atividade não mediada para uma forma mediada e, em tais casos, é bastante fácil de estabelecer um ‘antes’ e um ‘depois’ e, assim, analisar as diferenças”³³ (HJARVARD, 2008b, p.115). Sempre que os meios de comunicação servem como uma interface necessária para o desempenho de uma atividade social, estamos lidando com uma forte forma de mídiatização.

A mídiatização indireta não afeta necessariamente os modos pelos quais as pessoas realizam uma determinada atividade. “Consequentemente, a mídiatização indireta de uma atividade ou esfera será mais sutil e de caráter geral, se relacionada com o aumento geral da dependência das instituições sociais com os recursos de comunicação”³⁴ (HJARVARD, 2008b, p.115). Isto não quer dizer que a mídiatização indireta é menos importante ou que, visto de uma perspectiva social, tenha menos impacto. A mídiatização indireta é tão importante quanto as formas diretas.

Em nossa percepção, acreditamos que não se trata de um processo de submissão ou dependência, nem categorização, mas sim de que a lógica mudou e a noção de ambiência parece ser a mais adequada. Nestas condições, as proposições de Pedro Gilberto Gomes parecem as mais apropriadas, pois trabalha a mídiatização no âmbito de um processo social complexo engendrado por mecanismos de produção de sentido social. Para o autor, “a mídiatização é a reconfiguração de uma ecologia comunicacional” (GOMES, 2006, p. 121).

³² Tradução própria. Texto original: “mediatization refers to a more long-lasting process, whereby social and cultural institutions and modes of interaction are changed as a consequence of the growth of the media’s influence” (HJARVARD, 2008b, p.115).

³³ Tradução própria. Texto original: “Direct mediatization makes visible how a given social activity is substituted, i.e., transformed from a non-mediated activity to a mediated form, and in such cases it is rather easy to establish a ‘before’ and an ‘after’ and examine the differences” (HJARVARD, 2008b, p.115).

³⁴ Tradução própria. Texto original: “Consequently, indirect mediatization of an activity or sphere will be of a more subtle and general character and relate to the general increase in social institutions’ reliance on communication resources” (HJARVARD, 2008b, p.115).

Ou seja, através desse processo compreende-se o funcionamento da mídia e da sociedade que está, cada vez mais, se autopercebendo a partir dos fenômenos midiáticos. Essas reflexões contribuem com a pesquisa porque podemos muito bem relacionar tal fenômeno com a mídia internet, já que ela está imbricada nesse processo de midiatização e pode configurar um modo de se posicionar diante do mundo e das coisas, como bem lembra Gomes.

Os meios de comunicação possibilitam a construção do imaginário visto que diferentes práticas sociais, como a religiosa, são perpassadas e legitimadas por eles. Em países como o Brasil e por questões culturais, a televisão, por exemplo, acaba assumindo o papel de uma instituição socioeconômica-política-cultural da atualidade. Esse modo de posicionamento que ela assume contribui para a formação de opinião da sociedade e formação de sua própria opinião sobre os acontecimentos da atualidade, já que dispõe desse caráter de posicionamento frente às coisas.

Essa afirmação é corroborada a partir da sentença de Gomes (2006, p. 113) quando define que a sociedade atual vive uma mudança, pois “está surgindo um novo modo de ser no mundo representado pela midiatização da sociedade”. É uma nova ambiência caracterizada pela presença dos meios de comunicação que agem diretamente nas relações interpessoais.

Como um canal de socialização, o autor afirma que a TV aproxima e integra as pessoas em uma comunidade nacional e universal. De acordo com ele, as interpretações do mundo, muitas vezes, são feitas a partir de pontos de referência que os indivíduos tomam sob o que é midiatizado pelos meios de comunicação de massa.

Os meios massivos acabam pautando a conversação social e a televisão tem o poder de falar às massas invadindo o espaço privado dos indivíduos, expandindo sua visão e, porque não dizer, sua opinião sobre a conjuntura política. No processo de midiatização, as construções opinativas realizadas por esse meio têm fortes incidências sobre as pessoas que já não estão mais isoladas, agora fazem parte de uma “comunidade pelo ar”, que se unem diante da tela, seja pela TV ou também pela internet, em um crescente processo de participação, intervenção, manifestação e penetração.

O conceito de midiatização proposto por Gomes vai ao encontro da perspectiva aqui proposta, pois, segundo ele, esse processo é organizado em volta de um consumo por parte das pessoas que se relacionam com as produções de sentido social elaboradas por outros. Neste caso, por meio das ambiências virtuais midiatizadas da IURD, a internet funciona na

constituição dos indivíduos como fiéis específicos que produzem reflexões e posicionamentos acerca do que é ofertado.

A nova ambiência e o novo modo de ser no mundo são configurados pela presença da mídia que, ao dar visibilidade a determinados assuntos, dita ou não a realidade social. Tal fato só ocorreu porque “saiu na mídia”, se “não saiu na mídia” é porque não ocorreu. Isso mostra que, cada vez mais, a existência da mídia dá suporte ao saber e a existência da sociedade. Se “saiu” no jornal é porque é verdade; se não “deu” na TV, logo, não aconteceu. Tais proposições vão ao encontro da visão de Luhmann que considera a comunicação como o operador central de todos os sistemas sociais. “Aquilo que sabemos sobre nossa sociedade, ou mesmo sobre o mundo no qual vivemos, o sabemos pelos meios de comunicação” (LUHMANN, 2005, p.15). E mais ainda, ao apropriar-se do conceito de *palco à plateia* de Maria Cristina Mata, Pedro Gilberto Gomes observa que essa posição perde seu sentido, sendo superada.

Agora temos um teatro de arena, onde não mais se fala de palco e platéia, pois é impossível pensar uma realidade sem palco, uma vez que ele tomou tudo. As pessoas não distinguem mais a sua vida separada do palco, sem ele. Se um aspecto ou um fato não é midiaticizado parece não existir (GOMES, 2007, p.04).

Compreendemos, com isso, que os polos de produção e de recepção se complexificam, assim como a lógica comunicacional clássica emissor-mensagem-receptor. O fenômeno aponta para as novas configurações e deslocamentos de existências que são permitidas, segundo Sodré (2006, p. 19), pelas mutações sociais ocasionadas pela mídia, pois “formas tradicionais de representação da realidade e novíssimas (...) interagem, expandindo a dimensão tecnocultural, em que se constituem e se movimentam novos sujeitos sociais”. A questão da midiaticização, para o autor, aproxima-se da visão de Gomes de que está havendo um novo modo de ser no mundo. Muniz Sodré amplia as três formas de existência humana propostas por Aristóteles (vida contemplativa, vida política e vida prazerosa), pensando em um novo *bios*, de qualificação cultural própria: a chamada tecnocultura.

A quarta esfera existencial de Sodré (2006, p.23) “implica uma nova tecnologia perceptiva e mental, portanto, um novo tipo de relacionamento do indivíduo com as referências concretas e com a verdade (...)”. É o que ele chama de escolha individualista, uma prática recorrente na sociedade moderna em relação a novos modos de pensar e agir, que parte

dos desejos individuais, de qualificação existencial orientado pela mídia, a responsável pelos processos de interação social e construção social.

O contexto da midiatização desenvolve-se em dados históricos distintos devido à evolução dos meios massivos que complexifica os modos e estratégias com que a mídia utiliza na captura e conquista de suas audiências. De acordo com Fausto Neto (2006, p. 03):

a sociedade na qual se engendra e se desenvolve a midiatização é constituída por uma nova natureza sócio-organizacional na medida em que passamos de estágios de linearidades para aqueles de discontinuidades, onde noções de comunicação, associadas a totalidades homogêneas, dão lugar às noções de fragmentos e às noções de heterogeneidades.

A proposição do autor derruba os paradigmas que acreditavam na estruturação e homogeneização da sociedade frente à convergência tecnológica, pois, o que existe agora, é uma ambientação que funciona uma nova forma de sociedade, fragmentada e heterogênea, impulsionada por novos mecanismos geradores de sentidos, cujas interações sociais são estabelecidas através de ligações sociotécnicas. Conforme Fausto Neto (2006, p.08), os meios “estariam fortemente em interação com outras dinâmicas socioculturais, do que resultariam, assim, os sentidos emergentes numa realidade social”. Esta nova sociedade permeada por relações, que são atravessadas pela técnica, tem como característica a escolha e o consumo individualizado proporcionado pela proliferação midiática nos últimos anos, fazendo culminar o que se denominou chamar “cultura das mídias”, “cultura da convergência” ou, então, “cultura participativa”.

2.5 A cultura da técnica e as consequências no campo religioso

A emergência de uma cultura midiática pôs fim à hegemonia da cultura das massas, pois esta prática possibilitou que os indivíduos sejam mais seletivos nas suas escolhas. Para o campo religioso, isso gerou uma quantidade infinita de serviços ligados à espiritualidade, disponíveis ao mundo dos fiéis. E, com a liberação do polo da emissão, potencializado pela web, há uma maior participação dos sujeitos redimensionando o processo de comunicação que, ao se apropriarem da internet conforme vontades e necessidades próprias, passam a resignificar suas prática cotidianas. Esse processo é descrito por Jenkins (2008) como cultura participativa, que consiste na crescente interferência do público nos processos de comunicação de diferentes suportes midiáticos. Segundo o autor, este movimento de maior

interferência do público está tomando forma a partir da união de três aspectos: tecnologia, subcultura e economia. Segundo ele, novas ferramentas e tecnologias de produção e distribuição, subculturas que estimulam a produção amadora de conteúdo e a tendência econômica que favorece a convergência³⁵ de suportes e produtos midiáticos são três fatores que estimulam o crescimento da participação dos sujeitos.

Lúcia Santaella explica que esse fenômeno teve início por volta dos anos 80, quando se intensificou a mistura entre linguagens e meios, funcionando como um multiplicador de mídias. Ao mesmo tempo, começaram a brotar novas sementes no campo das mídias com o surgimento de equipamentos e dispositivos fazendo aparecer uma cultura do disponível e do transitório:

fotocopiadoras, videocassetes e aparelhos para gravação de vídeos, equipamentos do tipo *walkman* e *walktalk*, acompanha dos de uma remarcável indústria de *videoclips* e *videogames*, juntamente com a expansiva indústria de filmes em vídeo para serem alugados nas videolocadoras, tudo isso culminando no surgimento da TV a cabo (SANTAELLA, 2008, p.15).

Esses processos comunicativos são considerados pela autora como constitutivos de uma cultura das mídias. Através desses meios - dos processos de recepção que engendram - que preparam a sensibilidade dos usuários para a chegada dos meios digitais que têm como marca, além da fragmentação, a busca individualizada da mensagem e da informação. O controle remoto, o videocassete, o DVD, a TV fechada e sites de internet, com inúmeras opções de compras, são exemplos bem significativos. De acordo com a autora, a cultura midiática é, muitas vezes, tomada como figura exemplar da cultura pós-moderna, pois “se revela assim como uma dinâmica de aceleração do tráfego, das trocas e das misturas entre as múltiplas formas, estratos, tempos e espaços da cultura” (SANTAELLA, 2008, p.59).

Nesse sentido, parecem pertinentes as proposições de McLuhan de que “o meio é a mensagem”. Para este autor, o veículo que transmite a mensagem é mais importante que o próprio conteúdo da mensagem, pois ela adquire significados distintos e desencadeia diferentes mecanismos de compreensão. Ao pensarmos nas relações com o religioso, é

³⁵ Para Jenkins, a cultura da convergência é mais do que um processo tecnológico de múltiplas funções em um mesmo suporte ou em uma caixa preta de onde fluem “todos os conteúdos midiáticos”. “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2008, p.28). A convergência está ainda na experiência midiática do usuário que não se define somente como “telespectador” quando liga a TV, por exemplo. Ele continua sendo leitor, espectador, internauta e ouvinte de rádio.

possível assistir a um show gospel através de um DVD, sem a necessidade de ir a um concerto presencialmente, ou então, assistir a uma romaria pela TV, fazer pedidos de oração via email, o que nos ajuda a elucidar melhor a percepção de McLuhan e no seu conceito de “aldeia global”³⁶.

Para Fausto Neto (2008), o campo das mídias está organizando novas interações através de articulações específicas que são estruturadas sociotecnologicamente, criando novas ambiências para possibilitar estas interações de modo que ocorra “a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos” (FAUSTO NETO, 2008, p.92).

A constituição e o funcionamento da sociedade atual são perpassados por lógicas denominadas pelo autor como *cultura da mídia*, cuja existência não pode ser caracterizada como lugar de auxiliaridade e sim geradora no modo de existência da sociedade. Essa cultura “torna-se um complexo dispositivo em cujo âmbito se organiza um tipo de atividade analítica, cujas gramáticas, regras e estratégias geram ainda, por operações autorreferenciais engendradas no dispositivo, as inteligibilidades sobre as quais a sociedade estruturaria suas novas possibilidades de interpretação” (FAUSTO NETO, 2008, p.94). Assim, cria-se uma realidade de comunicação midiática que através de dinamizações, reformulam condições de enunciabilidade da realidade que, por um lado, afetam a vida social de tal modo que se estabeleçam vínculos de identidade e fidedignidade com o que propõe a midiatização.

O percurso apontado pelo autor mostra que a midiatização afeta o gerenciamento, inclusive, de práticas socioinstitucionais, gerando complexidades. A proposta amplia o conceito de Muniz Sodré que sugere um novo modo de ser no mundo – *bios midiático* – pois a midiatização articula dimensões de *transversalidade e relacionalidade*³⁷ que, consequentemente, articulam efeitos de sentidos.

As transformações que ocorrem na sociedade são responsáveis, também, pelas mutações sofridas tanto pelo campo religioso quanto pelo midiático, pois as dinâmicas sociais de interação com os meios fazem com que ambos os campos reformulem suas táticas de

³⁶ Para Marshall McLuhan, a expressão aldeia global refere-se a uma nova forma de organização social proporcionada pelas mídias eletrônicas, que, ao alterar os processos cognitivos, suplantariam a cultura impressa. Os meios eletrônicos levariam a humanidade a uma identidade coletiva com base tribal.

³⁷ “A característica de transversalidade tem a ver com o fato de que suas operações, além de afetar ao seu próprio campo, afetam também o campo das instituições bem como aqueles dos seus usuários. Tais afetações são relacionais e geram, conseqüentemente, retornos de processos de sentido das construções feitas pelos outros campos, e que se instauram nos modos de funcionamento da midiatização” (FAUSTO NETO, 2006, p. 10).

contato, ampliando o leque de possibilidades interacionais e de aproximação, adequando-se às exigências do público.

No campo da comunicação, consumado por seus mais variados aparatos tecnológicos, proliferam construções que dimensionam sociabilidades distintas assumindo uma condição de espaço/lugar de manifestação do religioso. Daí pode-se dizer que a midiaticização remete a questões de espaço público, negociando e disputando sentidos que são ofertados à sociedade; mas ao mesmo tempo, a mídia se estabelece como espaço público a partir do que é produzido, mediado e veiculado.

Neste cenário da midiaticização, aproximam-se os ideais de Fausto Neto, na perspectiva de que a mídia promove um diálogo através de sentidos no contexto social, das proposições de Maria Cristina Mata (1999) de que a sociedade enfrenta mudanças de ordem cultural massiva para midiática. O que acontece com o campo midiático é uma estruturação de práticas sociais, pois, agora, os indivíduos são parte integrante de uma cultura midiática de compreensão dos fenômenos de produção de significados na sociedade.

De acordo com a autora, a centralidade da mídia nos processos socioculturais foi adquirindo reconhecimentos como fonte que informa, entretém e constrói imaginários coletivos, constituindo espaços identitários.

Foi possível pensar a cultura articulada em torno a meios e tecnologias como uma nova matriz para a produção simbólica dotada de um estatuto próprio e complexo, enquanto fundia anteriores modos de interação com novas formas expressivas, anteriores circuitos de produção com novas estratégias discursivas e de recepção (MATA, 1999, p. 83).

Por cultura midiática compreende-se tudo aquilo que é intensificado, renovado e complexificado no desenvolvimento de um mundo interativo imposto e proposto pela mídia. Isso vale para todos os meios de comunicação, não apenas para o desenvolvimento da Internet, por exemplo, mas a todos que reinventam estratégias na produção de mensagens, inclusive, quando o assunto é religião. A cultura midiática engendra novas formas no desenho das interações e formas de estruturação de práticas socioculturais, possibilitadas através da existência do campo das mídias. Segundo Mata (1999, p. 85):

A midiaticização da sociedade – a cultura midiática – nos apresenta a necessidade de reconhecer que é o processo coletivo de produção de significados através do qual uma ordem social se compreende, se comunica,

se reproduz e se transforma, o que se tem redesenhado a partir da existência das tecnologias e meios de produção e transmissão de informação e a necessidade de reconhecer que esta transformação não é uniforme.

O processo de midiaticização, na concepção da autora, revela que há mudanças nos modos de pensar, nas matrizes e modelos culturais que reconfiguram as experiências identitárias, baseadas nas diversidades que os vínculos sociais constroem. Apresentando o contexto da nossa pesquisa com este cenário, através da chegada da internet, a cibercultura e seus estudiosos têm sinalizado a existência de uma conexão mítico-religiosa entre o homem e a tecnologia, cada vez mais presente na esfera social. Erick Felinto afirma que nossos vínculos com os aparatos tecnológicos são muito menos racionais e mais imaginativos. “Desde pelo menos a Idade Média, a tecnologia foi imaginada como forma de aperfeiçoar o homem, aproximando-o progressivamente de Deus. Hoje, porém, esse imaginário da transcendência parece alcançar uma força e uma dimensão inauditas” (FELINTO, 2005, p.08).

A cultura da técnica na contemporaneidade faz com que haja um comportamento abstrativo do homem frente ao mundo virtual, levando-o a um culto da máquina e sua submissão a ela. Se até os fins da Idade Média, ciência e religião eram campos tradicionalmente divergentes, no cenário pós-moderno a noção da transcendência³⁸ parece encontrar eco no discurso da cibercultura, com a ascensão de novas formas de religiosidade e culto a tecnologia.

Como consequência, Lipovetsky (2004, p.83), afirma que “o indivíduo se mostra cada vez mais aberto e cambiante, fluido e socialmente independente. Mas essa volatilidade significa muito mais a desestabilização do eu do que a afirmação de um indivíduo que é senhor de si mesmo”. Paradoxalmente, vemos que a vida individual nunca foi tão pública e, prova disso, é o crescente número de pessoas que expõem suas vidas íntimas na rede mundial de computadores, através do orkut, twitter, comunidades virtuais, blogs, facebook, etc. Trata-se, portanto, de uma centralidade no reconhecimento, marcada pela visibilidade do “eu”, uma vez que a sociedade contemporânea é marcada pelo individualismo, onde a consciência do ser com os outros é construída pela participação nos meios de comunicação. Nesse contexto, o autor vai explicar que se trata de um amor exacerbado pela imagem, pela falta de identidade, pela sensação de vazio que caracteriza o sujeito pós-moderno.

³⁸ A transcendência é abordada como um componente do imaginário da cibercultura. “As fantasias de superação dos limites corporais, da ubiquidade das subjetividades tecnológicas ou da digitalização do *self*, entre outras, apontam para um desejo de fuga, de escape do tempo e do espaço presentes, mas desejo também de controle, de manipulação da realidade, de domínio sobre si e o mundo” (FELINTO, 2003, p. 25).

Esse indivíduo fluido, cambiante e vazio é definido por Zygmunt Bauman como um sujeito repleto de incertezas, que perdeu a suposta estabilidade das estruturas modernas. Sendo assim, não há mais parâmetros a serem utilizados para julgar erros e acertos, tudo se apresenta como líquido e fluido, pois fluem, escorrem, respingam, transbordam, vazam, ou seja, impossível de constância. Daí o termo, “modernidade líquida” utilizado em contraposição à modernidade sólida do período moderno, onde o mundo era criado conforme uma ordem estabelecida. Já os fluidos são associados à ideia de leveza ou ausência de mobilidade o que cria uma maior facilidade e rapidez para nos movermos. “Essas são as razões para considerar ‘fluidez’ ou ‘liquidez’ como metáforas adequadas quando queremos captar a natureza da presente fase, nova de muitas maneiras, na história da modernidade” (BAUMAN, 2001, p. 09). Porém, essa concepção de solidez é questionada ainda na modernidade chamada pelo autor como período sólido. A grande diferença, no entanto, é que naquela época, apesar da “transitoriedade”, os ambientes espaciais solidificavam sua condição. Já os hábitos sofreram liquidez, mas a estrutura era sólida.

Para o autor, o comportamento dessa sociedade, associada ao individualismo, é estabelecido através do consumismo. Os modos como as pessoas tratam as outras se dão, inclusive, como bens de consumo, da mesma forma como fariam ao escolherem um produto posto à venda. O indivíduo inserido na modernidade líquida é portador de identidades múltiplas que são alcançáveis mediante uma busca por identificação junto ao outro e consequente autorepresentação. O sujeito mascara sua individualidade com o intuito de ocupar espaço social com o outro, buscando afirmação de sua identidade fragmentada e fluida.

Nos mundos mediados pelo computador, o eu é múltiplo, fluido e constituído em interação com a máquina. Desta característica, a concepção de identidade é inerente à era tecnológica evocando uma perspectiva pós-modernista. Se na década de 1970 eram tecidas considerações sobre uma estética computacional modernista, onde o computador era visto como uma mera máquina de calcular, nos dias atuais ele é visto como um objeto que expande a presença física do indivíduo, possibilitando a contemplação de uma vida mental que existe na ausência dos corpos. “Uma maneira de descrever o que aconteceu é dizer que estamos a deslocar-nos duma cultura modernista do cálculo para uma cultura pós-modernista da simulação” (TURKLE, 1995, p.28).

Esse movimento de passagem abordado pela autora aponta que as experiências na internet afetam a construção de identidade dos sujeitos, com consequências profundas nas

relações interpessoais e nos modos com as pessoas pensam a si mesmas. A cultura da simulação representa um estágio evolutivo da identidade que o computador e o mundo on-line da internet possibilitam. Antes, o indivíduo estava centrado na tentativa de análise e explicação do “real”, agora, com a simulação à procura da essência e do significado real é substituída pela aparência superficial de um “real”. No anonimato do ciberespaço, trabalhar as distintas facetas de si tem como consequência a fragmentação do eu, por outro lado, nesse processo complexo o eu pode estar mais integrado.

Sem uma compreensão profunda das muitas vertentes da nossa pessoa que exprimimos no virtual, não poderemos usar as nossas experiências nesse domínio para enriquecer o real. Se cultivarmos a nossa percepção daquilo que está por trás das nossas identidades do ecrã, teremos maiores probabilidades de conseguir usar as experiências virtuais para alcançar uma transformação pessoal (TURKLE, 1995, p.402).

Nesse sentido, encarar a vida no ciberespaço, muitas vezes, pode parecer algo insignificante, uma fuga à realidade ou uma diversão sem grandes implicações. Engana-se quem pensa dessa forma, pois as experiências no reino do virtual têm se mostrado cada vez mais complexas, proporcionando um campo fértil para a emergência de distintas formas de socialização, afetando os modos como os indivíduos interagem e se relacionam consigo mesmos.

Quando pensamos estas questões de individualidade e identidade do sujeito no cenário de bens simbólicos religiosos, estas situações aparecem bem evidentes, pois os indivíduos têm o livre arbítrio para escolherem aquilo que lhes é mais conveniente, dentre a gama de produtos disponíveis e ofertados pelo mercado religioso. Conforme Eduardo Paegle, considerando o serviço religioso a la carte, a ideia do “faça você mesmo” ou “sirva com aquilo que você quer” (self-service) domina o panorama contemporâneo.

Um fiel pode optar por um pregador eloquente, templos grandes e um culto-show, enquanto outro pode optar por um culto litúrgico, a ênfase do discurso na doutrina e em hinos executados num piano. Pode-se ainda mesclar diferentes e inúmeros elementos que, combinados entre si, permitem que o fiel se aproprie do discurso de formas diversas e individualizadas, possibilitando que num mesmo espaço religioso ocorram diferentes manifestações da experiência religiosa. (...) A centralização no indivíduo, considerando os “produtos e serviços” religiosos ofertados num amplo pluralismo e na concorrência do mercado religioso, constitui uma verdadeira concepção do self (PAEGLE, 2008, p.90).

Percebemos, com isso, que as questões relativas ao processo de individualidade do homem na pós-modernidade têm consequências e implicações profundas no mundo religioso. Ricardo Gondim³⁹ (2005) afirma que “testemunhamos a superficialização da fé e a exuberância da espiritualidade prêt-à-porter, prometendo um êxtase intimista e imediato. Choramos a perda da dimensão comunitária da fé e o renascimento do individualismo”. Para Ricardo Barbosa de Souza⁴⁰ (2006), a pós-modernidade trouxe o risco de vivermos um novo modelo de intolerância. Se a cultura pós-moderna tem a capacidade de romper fronteiras e preconceitos, parece emergir uma contradição nesse contexto social, pois se criam outras fronteiras e preconceitos, tornando este período exclusivo e violento. Dentro do cenário religioso, Souza (2006) observa que:

A própria abertura criada pela sociedade impede que expressemos nossos valores ou crenças, mesmo que o façamos sem agredir ou violar o direito daqueles que não concordam com eles (...). Vivemos hoje o que o doutor James Houston chama de uma nova forma de fundamentalismo, o da “democracia liberal”, que impõe sobre nós a obrigação de aceitar e admirar tudo aquilo que contraria princípios e valores que fazem parte da consciência cristã.

Cria-se uma espécie de intimidação por parte dos indivíduos por não poderem expressar suas convicções religiosas. A cultura pós-moderna tornou-se moralmente e religiosamente liberal e requer que todos sejam igualmente liberais. O autor aponta que, num futuro não muito distante, as pessoas serão impedidas de falar da revelação bíblica sob o risco de serem consideradas preconceituosas. “Afirmar que a Bíblia é a Palavra de Deus e que só ela traz a revelação do propósito redentor de Jesus é também uma afirmação que pode ser considerada preconceituosa, uma vez que nega todas as outras formas de revelação” (SOUZA, 2006).

A adoção de uma postura preconceituosa é uma das consequências desse sujeito fragmentado e fluido, pois assim como tem o poder de escolher o que é bom para si, rejeita-se da mesma maneira que seleciona. De acordo com Sena Neto⁴¹ (2009), “o sujeito pós-moderno

³⁹ GONDIM, Ricardo. *Qual o futuro dos evangélicos brasileiros?* (Online). Disponível em <http://www.msevangélico.com.br/estudo.php?ID=69>. Acesso em 31 de maio de 2010.

⁴⁰ SOUZA, Ricardo Barbosa de. *A Pós-Modernidade e a Singularidade de Cristo*. (Online). Revista Eclésia. Edição 105, Dezembro/2006. Disponível em http://www.eclesia.com.br/revistadet1.asp?cod_artigos=70. Acesso em 28 de junho de 2010.

⁴¹ SENA NETO, José Barbosa de. *A Religião da Pós-modernidade... A religião de mercado...* (Online). Disponível em: http://www.expadre.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=22:a-religiao-da-posmodernidade-a-religiao-de-mercado-&catid=29:artigos-doutrinarios&Itemid=37. Acesso em 28 de junho de 2010.

não quer sofrer culpa por causa de um sistema religioso. Para ele este sistema já está fracassado. Seu pensamento centrado em si, na sua liberdade, e na busca dos prazeres, rejeita qualquer pensamento altruísta ou desejo de sofrer por obediência à divindade”. Deste cenário, é possível explicar a expansão dos neopentecostais, que pregam justamente a salvação no mundo atual, com base em uma realidade de consumo para um indivíduo vazio e fluido, com o intuito de suprir prazer e felicidade, ou seja, a satisfação do aqui e agora.

O indivíduo não mais busca a salvação como vida eterna, mas a salvação do sofrimento presente no mundo (...). Na cosmovisão pós-moderna, a espiritualidade é comprada e vendida. Tornou-se um produto de mercado de massa, um setor a ser gerido e promovido. Instituições, tais como a igreja, tendem a fortalecer a individualização do crer e do agir, para alcançar a afetivação e relativização das crenças. A espiritualidade é um auto-serviço, com ênfase nas emoções e nos sentimentos. Cada vez mais, é a busca da realização psicológica do sujeito que se encontra no centro tanto das experiências dos crentes propriamente ditos quanto das novas “religiões sem Deus” (SENA NETO, 2009).

Ao refletir sobre espiritualidade na internet, Pedro Gilberto Gomes⁴² (2010a) afirma que as instituições religiosas ainda veem esse meio apenas como um “dispositivo tecnológico”. No entanto, esse novo ambiente de midiatização cria um “caldo cultural” onde as coisas interagem, fazendo surgir uma nova ambiência em que as instituições podem estabelecer novos tipos de relações, ao invés de usar a rede mundial de computadores apenas como um meio para divulgar suas mensagens. Um dos principais questionamentos levantados pelo autor é a falta de reflexão, por parte das igrejas, sobre a espiritualidade que surge desse processo, pois pode trazer riscos e gerar efeitos desconhecidos. “O desejo de incentivar a solidariedade, as pessoas a rezarem, pode, ao invés disso, fazer com que elas formem um Deus a sua imagem e semelhança, pode incentivar o individualismo, as pessoas podem fazer a sua própria religião” (GOMES, 2010a, p.36-37).

De fato, a espiritualidade virtual pode fazer surgir um novo tipo de relacionamento com o sagrado e promover uma religiosidade customizada, atuando como uma espécie de igreja doméstica em que o contato com o religioso é substituído pela tela do computador. Os pedidos de oração podem ser feitos via email sem a necessidade de um altar físico; multiplicam-se serviços online como chats, conversas com padres e pastores; espaços para

⁴² GOMES, Pedro Gilberto. Espiritualidade e Internet: o surgimento de uma nova religião?. Revista do Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo, p. 35 – 38. 29 mar. 2010. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/uploads/edicoes/1269895772.9426pdf.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2010.

testemunhos e agradecimentos de graças alcançadas. Nesse espaço, o indivíduo pode encontrar um lugar de salvação e através de um clique, aceita Deus dentro de sua casa sem frequentar o templo religioso, podendo transcender, inclusive, com artefatos midiáticos facilitadores como músicas e imagens em movimentos que servem como elo de inspiração e ligação. Através dessa autonomia do fiel, a relação com o religioso na pós-modernidade é concebida pela racionalidade e pela independência oriundas de escolhas racionais dos indivíduos, cuja essência é autônoma.

Diante do exposto, até aqui, o próximo item aborda o trabalho feito no âmbito da circulação e, também, compreende essa complexidade a partir da teoria sistêmica elaborada por Niklas Luhmann.

CAPÍTULO 3

A MUDIATIZAÇÃO A PARTIR DA CIRCULAÇÃO E A TEORIA DOS SISTEMAS E SEUS PRESSUPOSTOS

Neste capítulo específico da dissertação, trabalharemos com conceitos que nortearão nossa pesquisa a partir das hipóteses iniciais que preveem o uso da internet pela IURD como um veículo a mais para expandir sua mensagem e atingir cada vez mais fiéis. Isso porque ela já nasce sob o signo da mídia e, segundo Gomes (2010b, p.27), “esse é apenas um dado a mais que essa Igreja possui para transmitir a sua mensagem”, pois para ela tanto faz a escrita, a imprensa quanto a mídia eletrônica, cujo mundo já existia quando ela surgiu. No entanto, para os fins desta pesquisa, tal tecnicidade não pode ser mais vista como pensavam os tele-evangelistas norte-americanos, pois o religioso experimenta cada vez mais mudanças nos seus modos de operar a partir da complexidade da midiatização do seu campo.

Ao mesmo tempo, a internet se constitui como um espaço para a igreja controlar os fiéis, manter laços e atualizar vínculos por meio de suas estratégias de produção condicionadas ao modo de operação dos dispositivos midiáticos. Sendo assim, trabalharemos neste item com a midiatização abordada a partir da circulação, pois ela passa de um elemento invisível para um dispositivo com claros níveis de evidência, que possibilita novas formas de interação entre mídia e recepção (Fausto Neto, 2010). Buscaremos entender como ocorre esse processo aliando, a isso, uma compreensão sobre a teoria sistêmica de Luhmann, entendendo algumas noções como sistema e ambiente, autopoiese, fechamento operacional, auto e heterorreferencialidade. Pois tais noções serão fundamentais para o entendimento do nosso objeto empírico e das questões que objetivamos responder.

3.1 A midiatização no âmbito da circulação

A renovação da posição do receptor vem sendo estudada e debatida principalmente a partir da década de 80, quando autores ligados aos *Estudos Culturais* passaram a se interessar pelas audiências. Neste enfoque, o receptor ganha mais poder, deixando de ser visto como um sujeito passivo e passando a ser entendido como alguém que ressignifica o que consome construindo sentidos. A comunicação passa a ser entendida como processo integrado às práticas sociais como um todo, estas entendidas como as que dão sentido à vida diária (Jacks e

Escosteguy, 2005). Valorizam-se nesta linha os processos de produção de sentidos e as relações entre as práticas simbólicas e as estruturas de poder.

A pesquisa no contexto latino-americano começa a ganhar força a partir da incorporação das proposições de Martín-Barbero, responsável pela obra “Dos meios às mediações”, originalmente lançada em 1987, cujo foco é o espaço cultural do receptor, ou seja, o papel das mediações na configuração da relação entre sujeito-receptor e meios de comunicação. Muda-se a abordagem da análise do discurso dos meios à investigação das culturas populares, e o autor preocupa-se em desvendar os modos comunicacionais desses setores, as relações estabelecidas entre o que é veiculado pelos meios massivos e o que passa nas ruas, nos bairros. Por meio do modelo comunicacional de Barbero é possível estabelecer a recepção midiática como um processo de interação, pois entre polo emissor e receptor há espaço de natureza representativa ou simbólica, preenchido por experiência e complexidade de conteúdos que ditam os modos como a mensagem será absorvida pelo receptor.

Com a relação cultura/comunicação passa-se a enxergar a comunicação no lugar em que as pessoas vivem e onde elas se posicionam. No contexto das mediações sociais, como esclarece Martín-Barbero (1997), não é possível compreender os processos de comunicação se eles não forem colocados dentro das dinâmicas sociais, que não são desenvolvidas nos meios, não levando em conta apenas a cultura que passa pelos meios, mas sim, considerando como os meios são apropriados pelas dinâmicas culturais. De acordo com Martín-Barbero (1997, p. 290), “foi necessário perder o ‘objeto’ para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo”.

Nesse sentido, a recepção é vista por muitos autores como um novo lugar para se pensar os meios de comunicação. Esse novo enfoque aponta à recepção dentro do contexto social, levando-se em consideração todos os fatores, todas as mediações que permeiam esse processo. A recepção é, portanto, um processo de produção de sentidos que se faz através das mediações. O estudo dessa produção de sentidos é defendido por Jacks (1999) ao afirmar que a partir do âmbito das mediações, os processos de comunicação podem ser configurados, já que o receptor, também produtor, é uma das principais mudanças desse enfoque da comunicação.

Essas mediações podem ser determinadas pela capacidade de produção de sentidos de cada indivíduo e à apropriação dos bens culturais que é singular, pode ser definido pela sua história de vida, hábito, costume, tradição, etc. Nessa perspectiva, Martín-Barbero (1997) diz que as mediações são os lugares nos quais se produz e se efetiva a comunicação e é, também,

um espaço para pensar a comunicação a partir da cultura. Com base na apropriação dos bens culturais que é singular, o receptor tem o poder de decodificar a mensagem de forma negociada e produzir significados. A competência cultural é uma das mediações fundamentais propostas pelo autor, além da cotidianidade familiar e a temporalidade social, e atua para que se estabeleçam diferenciações na apropriação dos meios de comunicação. É através da mediação da competência cultural que se pode entender a capacidade de cada indivíduo de apropriar-se de algo, baseado em suas possibilidades de produção de sentido.

São várias as mediações envolvidas na relação entre o receptor e o que ele vê, caracterizando uma complexidade de negociações e possibilidades de significações. Parte-se do que Orozco Gómez (2000) chama de “mediações individuais”, constituídas por complexas características que condicionam a relação do receptor com o meio. Essa mediação parte de individualidades cognitivas e estruturais, isto é, elementos que constroem estruturas mentais e emocionais que processam o conhecimento e a produção de sentidos. Ainda segundo o autor, comunidades interpretativas têm a função de definir o sentido da interação através de um grupo de pessoas reunidas socialmente a partir de uma combinação específica de mediação. Desse modo, surgem maneiras específicas de ver os meios de comunicação. Portanto, a comunicação vai além dos meios. Desloca-se para as mediações que, por sua vez, são permeadas pela cultura. Assim, todos os processos sociais são perpassados pela cultura, tornando-se o agente de mediação.

Percebemos, com isso, que as noções sobre recepção emergem a partir da expansão dos meios, estes são convertidos em referência de organização social e interação social. O foco na problemática dos efeitos acompanhou a evolução do lugar da recepção e, segundo Fausto Neto (2010, p.03), a problemática dos efeitos surgia assim: “a ação tecnossimbólica organizada pelo lugar da produção de mensagens se efetivaria na instância da recepção de modo causal, segundo intencionalidade a partir da qual inexistiria qualquer outra ocorrência, que pudesse complexificar ou mesmo, contrariar a natureza do fluxo transmissional”. Ou seja, o reconhecimento por parte do âmbito da produção era estabelecido de modo formal, cuja característica estava centrada na sua capacidade de ação tecnodiscursiva, enquanto o da recepção existia como efeito de trabalho, convertida em público e audiência. Já o da circulação era mantido como uma espécie de “zona insondável”.

Por meio das interações entre os campos, estes não estão conformados com suas fronteiras de territórios estáticos e, suas práticas discursivas, de atividade dominante e de caráter simbólico, movem-se instituindo processos, estratégias e disputas de sentidos. “Não

devemos entender aqui o campo num sentido espacial, mas energético, à maneira da física, que fala do campo de forças para designar a tensão gerada pelo confronto de polos de sentidos opostos. É, portanto, num sentido tensional que utilizo a expressão campo social.(...) É na fronteira entre campos de legitimidade que esta tensão se gera e se manifesta” (RODRIGUES, 1999, p.16,17).

Entra em cena a problemática da circulação, funcionando e se articulando nas relações que se estruturam em redes complexas de discursividades. Fausto Neto (2010) aprofunda a problemática da teoria dos efeitos em função da complexificação do fenômeno da mediação que aponta para a existência do âmbito da circulação, cuja ambiência era posta fora da cena analítica.

A existência de uma ‘zona’ que se estabelecia no fluxo entre produção/recepção, era naturalizada como apenas uma “passagem” automática, espécie de intervalo sobre o qual diferentes tradições de pesquisa desconheciam ou, mesmo denegaram, a sua existência de uma outra perspectiva. Sobre tal intervalo desconheceu-se a amplitude de sua problemática (FAUSTO NETO, 2010, p. 03).

Com a chamada convergência tecnológica, instaura-se uma nova plataforma de circulação, assentada em diversidades de técnicas e de dispositivo, alterando as configurações e relações dos campos de produção e de recepção. As noções sobre “contratos de leituras”, operações com que as mídias arquitetavam formas de interação com os receptores, remodelam-se, da mesma forma. Suas novas regras deixam de ser tácitas e passam a ser anunciadas publicamente para que os usuários possam saber como eles operam tais interações. Tais cenários implicam que as mídias desenvolvam enunciações pelas quais peçam ao leitor reconhecimento de seu trabalho, e possa também estabelecer regras com que definam as condições de reconhecimento dos seus usuários (Fausto Neto, 2008).

Nestas condições, Fausto Neto (2010) acredita que a compreensão do conceito de circulação deixa de ser associada à defasagem e passa a ser compreendida como “pontos de articulação” entre a esfera da produção e da recepção. Dessa forma, avança como um novo objeto sendo nomeada como dispositivo, “pois a circulação é transformada em lugar no qual produtores e receptores se encontram em “jogos complexos” de oferta e de reconhecimento” (FAUSTO NETO, 2010, p.10).

Para Jairo Ferreira (2006), é na circulação que o processo de produção de sentido se efetiva, ou seja, completa seu ciclo. Isso quer dizer que a circulação se estabelece em dois momentos distintos. Primeiro, há um processo de produção do discurso, e depois este discurso passa a ser reconhecido e volta a gerar sentidos, produzindo novos discursos sobre esta produção anterior. Esse reconhecimento se dá a partir dos dispositivos midiáticos e seus protocolos estabelecidos, gerando relações entre as operações de produção e reconhecimento. Há, com isso, uma forte influência do próprio dispositivo que acrescenta sentidos para além dos já previstos. O campo midiático recebe informações, dados, sentidos que são redimensionados dentro de seu próprio campo e, ao chegar aos seus consumidores, já são revestidos de camadas de sentidos atribuídos pelo campo, não mais pelos atores sociais, lugar primeiro de onde partiu a informação.

A constituição do mercado de produção social de sentido herda a unificação dos mercados linguísticos e discursivos, respondendo, ao mesmo tempo, à diferenciação entre produtores e consumidores, que disputam lugares na hierarquia do dizer e do escutar. Nesse sentido, a noção de público receptor parece ser superada, sendo substituída pela nova posição dos sujeitos diante dos meios, ou seja, sujeitos co-produtores. No que se refere ao reconhecimento, este não fica reduzido apenas à linguagem e os desdobramentos dessa diferenciação dos mercados discursivos unificados operam sobre diversas interfaces, “a) a de uma abordagem restrita às relações entre linguagem e sociedade; b) a de uma abordagem localizada nas relações entre sociedade e tecnologias de comunicação e informação; c) e, finalmente, entre tecnologia, técnica e linguagem” (FERREIRA, 2006, p.07). E, ainda, em função do processo de circulação:

O discurso é objeto do discurso, em que as falas de agentes, instituições e campos sociais são reintegradas a outras, numa distribuição conforme as posições sociais (objetivas) dos interlocutores. Esse processo se expressa enquanto processo em que os materiais significantes são objetos interpretados e transformados, deslocando o lugar social de fala dos outros, através de diversos agentes do processo enunciativo que entrelaçam objetos (referentes) e imagens de outros agentes sociais (vinculados a instituições e campos sociais) (FERREIRA, 2006, p.07).

Vista por este ângulo, a circulação é um processo onde o sentido circula, transforma e se altera, segundo os modos de operação dos meios gerando outros modos de vínculos. No caso de nosso objeto de estudo, pode-se dizer que as mensagens e o conteúdo produzido para os dispositivos da Igreja Universal na internet possuem um sentido atribuído pelos seus

produtores, mas ao serem midiaticizadas passam a sofrer interferências dos dispositivos, das lógicas de sentidos dos meios, recebendo um novo sentido. Este último, ao ser reinterpretado pelos “consumidores”, pode assumir o sentido ofertado, reconhecer-se nele ou produzir novos sentidos a partir de então. Sentidos estes que ganham visibilidade na circulação.

Corroborando com Ferreira, Ricardo Fiegenbaum (2010), apreende que a complexidade da mediação não repousa mais no âmbito da produção nem da recepção, mas sim da circulação, e é a partir dos esforços de pesquisadores em articular hipóteses gerais e construções de abordagens metodológicas que os estudos devem ser direcionados para abordagens empíricas da circulação. Ou seja, o foco dos estudos da mediação deve partir da circulação, uma vez que está relacionada à onipresença dos dispositivos midiáticos que “co-operam entre si e com os quais os atores individuais e as instituições não-midiáticas se relacionam de múltiplas formas, ou seja, de formas assimétricas e dinâmicas” (FIEGENBAUM, 2010, p.29).

Visto que nossa análise concentra-se nas processualidades interacionais no blog de Edir Macedo, é importante acionarmos o “sistema de resposta social” proposto por Braga (2006), que corresponde a um terceiro sistema de processos midiáticos e completa a processualidade da mediação. “Este terceiro sistema corresponde a atividades de resposta produtiva e direcionadora da sociedade em interação com os produtos midiáticos” (BRAGA, 2006, p.22) e caracteriza-se como um sistema de circulação diferida e difusa. Isso quer dizer que os sentidos produzidos pela instância midiática, não apenas chegam à sociedade como também circulam nela. A circulação, neste caso, é vista como aquilo que depois de ser veiculado pela mídia passa a circular na sociedade, ou seja, refere-se ao que a sociedade faz com a sua mídia, se organizando por meio de dispositivos que vão desde cineclubes, sites de crítica midiática, fóruns de discussão sobre TV, até conversas de mesa de bar.

Na perspectiva de Braga (2006), essa interação com o produto gera processos interpretativos, nas respostas das práticas sociais, a partir do que a mídia produz. Sendo assim, as ações podem se misturar e se interferirem mutuamente, caracterizando-se em “contrapropositivas, interpretativas, proativas, corretoras de percurso, controladoras, seletivas, polemizadoras, laudatórias, de estímulo, de ensino, de alerta, de divulgação, venda, etc.” (BRAGA, 2006, p. 39-40). Em nossa perspectiva, e devido à singularidade do objeto de pesquisa, os processos realizados pelo polo da recepção operam com base nos estímulos para responder às lógicas da expectativa de produção, no sentido convergente com as estratégias produtivas. Para “jogar o jogo”, o fiel internauta precisa aceitar as condições previamente

estabelecidas pela estrutura do dispositivo que funciona por meio de um fechamento operacional (Luhmann, 2005), produzindo sua própria estrutura, selecionando e descartando o que não lhe interessa.

E para compreendermos melhor nosso objeto de estudo, aproximamo-nos das ideias centrais de Niklas Luhmann, que teve como ponto de partida para sua teoria sistêmica o reconhecimento da complexidade moderna, firmando-se na concepção de que toda a teoria social deve servir de instrumento para reduzi-la. A seguir, apresentamos, de forma breve, alguns aspectos centrais dos conceitos de Luhmann para compreendermos os processos comunicativos dos meios de comunicação de massa.

3.2 A Teoria dos Sistemas Sociais

Luhmann entende por complexidade a abundância extrema de relações, de possibilidades, de conexões, pois já não é mais possível apresentar uma correspondência linear de elemento com elemento. É exatamente nesta questão que, para o autor, se encontra o problema essencial da sociedade moderna, ou seja, o aumento de sua própria complexidade: “por complexo queremos designar a soma de elementos de itens relacionados que, devido a uma limitação inerente à capacidade de acoplamento, não é mais possível que cada elemento seja ligado a outro, em todo momento”⁴³ (LUHMANN, 1998, p. 47).

Para o autor, a teoria da sociedade é concebida como um instrumento de redução da complexidade social a partir dela mesma, imensamente complexa, a fim de dar conta das relações e possibilidades que caracterizam a sociedade contemporânea. E Luhmann encontra na teoria dos sistemas um meio adequado para descrever a sociedade.

A ruptura com relação à antiga noção de sistema consistia no fato de que o esquema tradicional do todo e suas partes havia sido substituído pela diferença entre sistema e ambiente. A antiga diferenciação do todo e suas partes pôde ser incorporada, sem perdas, e reformulada como teoria da diferenciação do sistema, ao mesmo tempo em que se podia mostrar que a forma da diferenciação interna variava com as relações externas do sistema.

Sempre se exigiu que as partes fossem homogêneas em relação ao todo. Isto significava que os quartos, e não as pedras, eram parte da casa; que os

⁴³ Tradução própria. Texto original: “por complejo queremos designar aquella suma de elementos conexos en la que, en razón de una limitación inmanente a la capacidad de acoplamiento, ya no resulta posible que cada elemento sea vinculado a cada otro, en todo momento” (LUHMANN, 1998, p. 47).

capítulos, e não as letras, eram os livros. Por outro lado, os indivíduos eram considerados como parte da sociedade. (...) Assim, uma sociedade composta por camadas sociais só podia ser pensada se dividida em camadas sociais (por exemplo, não se podia pensar com o mesmo valor de realidade dividida conforme o esquema cidade/campo)⁴⁴ (LUHMANN, 1998, p. 32).

Para o autor, a teoria da diferença entre sistema/ambiente oferece melhores possibilidades para análise e, sobretudo, uma compreensão mais exata da uniformidade, assim como uma melhor compreensão das possibilidades de uso dos vários aspectos de diferenciação dos subsistemas. Ao aceitar essa proposição referente à diferença, desvela-se que o programa de pesquisa da teoria dos sistemas não trata de objetos especiais, mas sim de um corte que é produzido através de uma cadeia temporal de operações e que pressupõe o mundo como unidade do diferente. Essas inovações importantes da teoria dos sistemas referem-se a esta diferença entre sistema e ambiente e esse processo tenderá para a formulação de uma teoria de sistemas autorreferentes, operacionalmente fechados.

Partimos dessa perspectiva, com a ideia de que o fechamento operacional de um dado sistema cognitivo é condição para qualquer forma de conhecimento. Só podemos conhecer o ambiente, porque não podemos manter com ele nenhum contato operacional. A condição de ausência de contato seria compensada por uma complexidade própria e internamente construída.

Para tornar isso possível, os sistemas têm que produzir e usar a descrição de si mesmos; pelo menos, devem ser capazes de utilizar, dentro do sistema, a diferença entre sistema e ambiente como orientação e princípio do processamento da informação. O fechamento operacional autorreferencial só é possível sob condições ecológicas: dentro de um ambiente⁴⁵ (LUHMANN, 1998, p. 33).

A autorreferência significou, portanto, a propriedade que têm os sistemas de descreverem a si mesmos (auto-observação) em contraposição a um entorno (observação

⁴⁴ Tradução própria. Texto original: “Siempre se había exigido que las partes fueran homogéneas en relación con el todo. Esto significaba que las habitaciones, pero no las piedras, eran parte de la casa; que los capítulos, pero no las letras, lo eran de los libros. Por otro lado, los hombres individuales eran considerados como parte de la sociedad. (...) Así, una sociedad compuesta por capas sociales sólo podía pensarse dividida en dichas capas sociales (por ejemplo, no se le podía pensar con el mismo valor de realidad dividida conforme al esquema ciudad/campo)” (LUHMANN, 1998, p. 32).

⁴⁵ Tradução própria. Texto original: “Para hacer posible esto, los sistemas tienen que producir y utilizar la descripción de sí mismos; por lo menos, tienen que ser capaces de utilizar, al interior del sistema, la diferencia entre sistema y entorno como orientación y principio del procesamiento de información. La cerradura autorreferencial es sólo posible bajo condiciones ecológicas: en el marco de un entorno” (LUHMANN, 1998, p. 33).

externa); este último, designado pelas próprias operações do sistema (observação de segunda ordem). Os sistemas autorreferentes seriam operacionalmente independentes do meio, de forma que todo o conhecimento produzido em seu interior seria uma construção autônoma, que seguiria uma lógica cognitiva particular.

Em meio a isso, é desenvolvida a tese da autopoiese que pode ser considerada o resultado evolutivo mais bem acabado da teoria geral dos sistemas. Luhmann recorre aos neurobiólogos chilenos Humberto Maturana e Francisco Varela que sugeriram designar sistemas vivos como sistemas “autopoiéticos”, ou seja, sistemas sob os quais a obra produzida internamente designa o próprio sistema produzido. “A autopoiese, ou ‘autocriação’, é um padrão de rede no qual a função de cada componente consiste em participar da produção ou transformação dos outros componentes da rede. Dessa maneira, a rede, continuamente, cria a si mesma. Ela é produzida pelos seus componentes e, por sua vez, produz esses componentes” (CAPRA, 1996, p.136).

Sendo assim, o que definiria vida em cada sistema vivo individual seria a autonomia e constância de uma determinada organização das relações entre os elementos constitutivos desse mesmo sistema. Essa organização seria autorreferencial, no sentido de que sua ordem interna seria gerada a partir da interação dos seus próprios elementos, e autorreprodutiva, no sentido de que tais elementos seriam produzidos a partir dessa mesma rede de interação circular e recursiva.

Tal tese consiste na transposição do conceito de auto-organização do âmbito das estruturas para o dos elementos, ou seja, tudo o que funciona como unidade para o sistema (estruturas, elementos, mas também o próprio sistema e o ambiente do sistema), precisa ser produzido pelo próprio sistema, realizando seus processos comunicativos com dotação interna de sentido e utilizando um repertório próprio.

O fechamento operacional e a autopoiese dos sistemas funcionam simultaneamente com a abertura cognitiva dos sistemas que se apropriam, a partir de formatos criados internamente, de irritações existentes no ambiente transformadas em informações internas; com o desenvolvimento paralelo dos diversos sistemas presentes na sociedade e com uma relação muito especial entre os sistemas existentes: o acoplamento estrutural. Essa simultaneidade, sob a forma de acoplamento estrutural, constitui-se no ponto mais delicado da teoria, e também no mais refinado e complexo.

Em Maturana e Varela, Luhmann recorre ao conceito de acoplamento estrutural para resolver um problema em que o sistema só pode ser determinado através das próprias estruturas, ou seja, só através das estruturas que ele pode construir e modificar com suas próprias operações. Acoplamentos estruturais não contribuem com nenhuma operação que tenha a capacidade de reproduzir o próprio sistema. Mas eles estimulam o sistema a irritações, perturbando-no de um modo que, internamente, é levado a uma forma com a qual ele pode trabalhar. Os sistemas autopoieticos, enfim, seriam sistemas que produzem, de forma constante, seus próprios elementos, elementos estes que são o próprio sistema em si. Daí a ideia de retroalimentação (feedback): os elementos que são produzidos são produtores de novos elementos, e assim ininterruptamente. Já, a relação sistema/meio, esta é estabelecida a todo o momento por meio de estímulos que fazem com que o sistema se autorreproduza de forma constante.

A seguir apresentamos os pressupostos teóricos da teoria sistêmica de Niklas Luhmann, divididas em: Sistema/Ambiente, Sistemas autorreferentes e autopoieticos, Sistemas sociais e Sociedade, Sociedade e Comunicação.

3.2.1 Sistema e ambiente

Para Luhmann, um sistema, seja ele psíquico (pensamentos), social (comunicações) ou biológico (processos vitais), é resultado de uma diferenciação entre aquilo que designa o sistema e aquilo que é designado como seu ambiente. Segundo o autor, o ambiente é uma condição prévia da identidade do sistema, já que esta é possível unicamente graças a essa diferença (Luhmann, 2006), ou seja, a diferença propicia a constituição de uma entidade autônoma em que regem condições específicas.

Um sistema seria algo como um conjunto de elementos conectados que operam juntos. Luhmann sugere algo diferente para definir um sistema. Para ele, é preciso esquecer a visão clássica e imaginar um sistema através de uma diferença, neste caso, entre sistema e ambiente. Um objeto se distingue não por suas características próprias, que podem ser iguais a de outro objeto, mas por sua diferença em relação a outro objeto. Um sistema se delimita através da diferença entre sistema/ambiente. Segundo Luhmann (2006, p.43), “sistema e ambiente, enquanto constituem os dois lados de uma forma, encontram-se, sem dúvida, separados, mas

não podem existir sem estarem referidos um ao outro”⁴⁶. Isso significa que tudo que existe é ou sistema ou ambiente, e todo sistema possui um ambiente. Dentro de um sistema ou de um ambiente é possível encontrar outros sistemas e, conseqüentemente, outros ambientes. Um sistema pode ser ambiente de outro sistema.

Segundo a perspectiva de Luhmann, não faz sentido dizer que algo é ambiente por si só, pois ele será sempre ambiente de um sistema. O que não quer dizer que o sistema seja mais importante que o ambiente, pois nunca irá existir um sistema sem ambiente. Também não se pode dizer que o sistema é independente de seu ambiente. Na verdade, o sistema será sempre e inevitavelmente menos complexo que seu ambiente já que um sistema é apenas um “conglomerado” de operações e o ambiente é todo o resto. E mesmo um sistema extremamente complexo não será mais que um pequeno “corte” no ambiente. Sendo o ambiente mais complexo que o sistema, este é obrigado a efetuar constantes seleções, impondo-lhe a contingência de cada operação: o ambiente apresenta sempre mais possibilidades que o sistema pode abarcar. Sendo assim cada sistema atua, com relação ao seu meio, como um redutor de complexidade (Luhmann, 1998).

A complexidade da sociedade estimula a diferenciação entre sistema e ambiente e, conseqüentemente, a formação dos diversos sistemas. Esse processo é a delimitação de uma fronteira, uma diferenciação de uma parte do todo, e cria um espaço interno, dentro do qual é realizada uma operação dotada de sentido a uma parcela daquela sociedade ampla.

Ao estabelecer a fronteira entre uma parcela e o resto da sociedade, o sistema elabora uma releitura das informações externas e passa a filtrar a influência de outros âmbitos naquela área restrita. Isso faz com que muitas variáveis deixem de ser levadas em consideração e, em um momento imediatamente posterior, muitas outras comecem a ser criadas, mas já como variáveis internas e próprias do sistema.

Essa fronteira organiza o mundo em duas partes e, ao dividi-lo, identifica o que está dentro e o que está fora do sistema social constituído. Esta linha marca a diferença e encerra em si uma distinção entre os elementos que farão parte do sistema e de todo o resto dos elementos presentes na sociedade, que passam a figurar como elementos externos e não pertencentes àquele domínio diferenciado.

⁴⁶ Tradução própria. Texto original: “sistema y entorno, en cuanto constituyen los dos lados de una forma, se hallan sin duda separados, pero no pueden existir sin estar referidos el uno al otro” (LUHMANN, 2006, p.43).

Quando os sistemas forem suficientemente complexos, eles podem “aplicar a si mesmos a distinção sistema/ambiente, embora isso só possa ser alcançado executando uma operação adequada para fazê-lo. Em outras palavras: os sistemas podem distinguir-se a si mesmos de seu ambiente, embora isso ocorra como operação no mesmo sistema”⁴⁷ (LUHMANN, 2006, p.43).

Os sistemas consolidados têm capacidade para estabelecer relações internas e diferenciando-as das relações com o ambiente. E é esse o princípio do fechamento operacional, característica fundamental da organização dos sistemas.

3.2.2 Sistema autorreferente, autopoietico e operacionalmente fechado

A principal característica dos sistemas é o fechamento operacional por meio da autopoiese (*Autopoiesis*), termo advindo da visão biológica de Maturana e Varela. Dentre os diversos tipos de sistemas que a teoria luhmanniana reconhece, a análise está interessada especificamente nos sistemas que têm como elemento de funcionamento os processos comunicativos.

Os sistemas sociais, através da autopoiese, geram e reproduzem internamente seus próprios elementos de funcionamento, sem que haja interferência de elementos externos. Eles são, portanto, sistemas autorreferenciais, pois todos os processos comunicativos internos dizem respeito a elementos internos definidos a partir de orientação interna. “Em relação às operações próprias de um sistema, não há nenhum contato com o ambiente, por isso os sistemas situados no ambiente não podem intervir nos processos autopoieticos de um sistema operacionalmente fechado”⁴⁸ (LUHMANN, 2006, p.66).

De acordo com Capra (1996), em sua análise dos sistemas vivos, todos os componentes de uma rede autopoietica são produzidos por outros componentes na rede, fazendo com que o sistema seja organizacionalmente fechado. Tal fechamento implica que um sistema é auto-organizador no sentido de que sua ordem e seu comportamento não são impostos pelo ambiente, mas estabelecidos pelo próprio sistema. Assim, os sistemas vivos são

⁴⁷ Tradução própria. Texto original: “aplicarse a sí mismos la distinción sistema/entorno; aunque eso sólo lo pueden lograr ejecutando una operación propia que lo haga. En otras palabras: los sistemas pueden distinguirse a sí mismos de su entorno, aunque esto ocurre como operación en el mismo sistema” (LUHMANN, 2006, p.43).

⁴⁸ Tradução própria. Texto original: “En el plano de las operaciones propias de un sistema no hay ningún contacto con el entorno, por eso tampoco sistemas situados en el entorno pueden intervenir en los procesos autopoieticos de un sistema clausurado operativamente” (LUHMANN, 2006, p.66).

autônomos, o que significa que não são isolados, pelo contrário, interagem com o ambiente por meio de um intercâmbio contínuo de energia e de matéria. Segundo Capra (1996, p.140), “essa interação não determina sua organização – eles são auto-organizadores. Então, a autopoiese é vista como o padrão subjacente ao fenômeno da auto-organização, ou autonomia, que é tão característico de todos os sistemas vivos”.

O autor explica que através das interações com o ambiente, os organismos vivos se mantêm e se renovam continuamente, usando, para esse propósito, energia e recursos extraídos do meio ambiente. Além disso, a contínua autocriação também inclui a capacidade de formar novas estruturas e novos padrões de comportamento. “(...) essa criação de novidades, que resulta em desenvolvimento e em evolução, é um aspecto intrínseco da autopoiese” (CAPRA, 1996, p.141).

Capra pensa autopoiese a partir de organismos vivos e exemplifica o processo em uma célula. Ela usa elementos do seu exterior (nutrientes) para poder sobreviver e se constituir. Apesar disso, é só através das operações da própria célula que tudo aquilo que faz parte dela (componentes celulares) é produzido. Ela produz (e reproduz) a si mesma. A própria membrana plasmática, que é o limite entre a célula e seu ambiente, é produzida pela própria célula. Além do mais, nada é produzido fora dela. Tudo que ela produz (todas suas operações) é realizado dentro da membrana plasmática. Dessa forma, uma célula é operacionalmente fechada. Em resumo, uma célula é produzida por ela mesma (autopoiese) e dentro dela (fechamento operacional).

Os sistemas sociais são autopoieticos e, assim, não podem ser determinados por meio de acontecimentos do ambiente. As operações internas são constituídas de processos comunicativos próprios e exclusivos que determinam a unidade e a identidade do sistema. E, todo novo elemento operativo do sistema é gerado a partir dos elementos anteriores e se torna, ao mesmo tempo, pressuposto para a elaboração dos elementos posteriores do sistema.

Essa característica de produzir seus elementos internos é o que mantém a sua sobrevivência, pois significa manter sua diferenciação em relação ao ambiente. Mesmo reconhecendo a existência do ambiente, o sistema opera a partir de construções próprias e o fechamento operacional não significa que um sistema autopoietico opere como se não houvesse nenhum ambiente (Luhmann, 2006).

Os sistemas constituídos de modo autorreferencial, devendo ser capazes de diferenciar entre o que é próprio do sistema (suas operações) e o que é atribuído ao ambiente. A possibilidade de reproduzir as operações do sistema do modo autopoietico é um pressuposto

da autorreferência, de forma que qualquer distinção que se use para referenciar algo deve ser construída no próprio sistema. Contudo, o sistema não deve misturar o interno com o externo, interpretando a si mesmo como seu ambiente, pois a condição de sua operação e de qualquer forma de conhecimento é a possibilidade de distinguir internamente entre autorreferência e referência externa.

O fechamento operacional garante ao sistema a capacidade de produzir sentidos internamente com a possibilidade de criação de novos elementos. Ao mesmo tempo, essa produção de sentido provém de informações presentes no ambiente, pois mantém o sistema em operação com elementos próprios, ao mesmo tempo em que leva em consideração ruídos externos para elaborar os processos comunicativos internos.

Essa capacidade de produzir sentido e abrir novas possibilidades dentro do sistema, a partir de informações externas, não contradiz o fechamento operacional, pois essas informações externas não se constituem em elementos operacionais do sistema ou elementos de interconexão interna, mas em irritação, perturbação e ruído para o sistema. “Por ‘fechamento’ não se entende isolamento termodinâmico, mas somente o fechamento operacional, isto é, as operações próprias se tornam possíveis recursivamente por conta dos resultados das operações próprias”⁴⁹ (LUHMANN, 2006, p.68).

Compreendemos, assim, que o conceito de fechamento operacional é a consequência da tese que nenhum sistema pode operar fora de seus próprios limites. Porém, cada sistema possui naturalmente um ambiente permanecendo dependente da compatibilidade com ele, pois sem a participação das consciências, por exemplo, um sistema social não poderia reproduzir-se (Luhmann, 2006). Para a constituição dos seus elementos, o sistema opera exclusivamente em condições de autocontato, por meio da rede de suas próprias operações, e sobrevive até que perca esta condição de fechamento. E, quando um fator externo passa a determinar a conduta de suas operações, intervindo na constituição dos seus elementos, para o sistema significa o fim da sua autonomia trazendo como consequência a sua desapareição.

A concepção luhmanniana de autopoiese afasta-se do modelo biológico de Maturana e Varela, na medida em que nela se distinguem os sistemas constituintes de sentido (psíquicos e sociais) dos sistemas orgânicos e neurofisiológicos. Desta forma, podemos vislumbrar uma diferença entre as duas concepções. Da visão biológica, há uma concepção mais cristalizada

⁴⁹ Tradução própria. Texto original: “Por ‘clausura’ no se entiende aislamiento termodinámico, sino únicamente clausura operacional; es decir, las operaciones propias se posibilitan recursivamente por los resultados de las operaciones propias” (LUHMANN, 2006, p.68).

de sistema fechado, já que para a produção das relações entre sistema e ambiente é exigida a figura de um observador externo, ou seja, um outro sistema. Para Luhmann, a auto-observação se torna um elemento necessário à reprodução autopoietica dos sistemas de sentido. Eles mantêm o seu caráter autopoietico enquanto se referem simultaneamente a si mesmos (para dentro) e ao seu ambiente (para fora), operando internamente com a diferença fundamental entre sistema e ambiente.

3.2.3 Autorreferência, heterorreferência e acoplamento estrutural

Ao eleger a comunicação como operador central de todos os sistemas sociais, Luhmann defende que os meios de comunicação de massa são também sistemas autopoieticos, operacionalmente fechados e que se diferenciaram como um sistema autônomo (sistema funcional). É isso que quer dizer “diferenciação autofortificada”. Pois, a partir da própria diferenciação, eles puderam se converter em um sistema com suas próprias operações e que se produz e reproduz a partir delas. E quanto mais operações produz, quanto mais específico se torna, tanto mais “forte” fica. Em termos sociais, isso quer dizer que o sistema dos meios de comunicação de massa produz e reproduz comunicações especializadas, que podem ser diferenciadas de outras comunicações da sociedade em geral e daqueles de outros subsistemas. “Isso não quer dizer, contudo, que os conceitos de fechamento operacional, autonomia e construção não excluam, de forma alguma, influências vindas de fora” (LUHMANN, 2005, p.25-26), pois existe uma constante “troca” através do acoplamento estrutural dos diversos subsistemas. E é a partir da observação do seu funcionamento que a descrição das operações de um sistema é possível.

Luhmann aponta uma característica importante aos meios de comunicação de massa, a sua capacidade de “duplicação da realidade”, pois é possível falar de duas realidades, um duplo sentido. A primeira diz respeito às comunicações produzidas pelos meios de massa; é a sua realidade real que consiste em suas próprias operações. E, não interessam os aparelhos técnicos ou as pessoas – eles são indispensáveis, é verdade, mas não participam da autopoiese do sistema. É através das comunicações produzidas pelo subsistema dos meios massivos que este sistema é capaz de se reproduzir e se diferenciar de seu ambiente, ou seja, essas comunicações especializadas delimitam o sistema, sendo sua primeira realidade.

A segunda realidade refere-se “àquilo que para eles ou por meio deles aparece como realidade para outros” (LUHMANN, 2005, p.20). As operações do sistema dos meios massivos são operações observadoras. Aquilo que é veiculado na mídia é uma observação específica da realidade e essa observação será vista, lida, escutada, acessada, percebida por outro observador. Há, com isso, uma observação de observação. Primeira e segunda realidade – duplicação da realidade.

Os meios de comunicação de massa realizam operações de observação, que são construções da realidade. E também o “receptor”, ao observar essa observação, constrói uma realidade (segunda realidade) que ele acredita ser, de fato, a realidade mostrada pelos meios massivos, e não construção. “Realidade não é nada mais do que um indicador de que o sistema foi aprovado ao prestar provas de consistência” (LUHMANN, 2005, p.23). Duplicação da realidade quer dizer, portanto, observar o observar. Os meios massivos constroem a primeira realidade e, o espectador, a segunda, a partir da primeira – duplicação da realidade. No entanto, cada construção da realidade é específica e toda construção da realidade é sempre única e diferente, pois ela está limitada a um determinado momento. Um sistema nunca permanece o mesmo no tempo – ele está em constante mudança. Uma observação muda o sistema de tal forma que, depois dela, ele nunca será o mesmo novamente. Assim, a mesma observação, realizada novamente, será uma outra observação, pois se trata do mesmo sistema, mas com estruturas diferentes.

Um dado meio de comunicação de massa, sendo um sistema observador, tem que ser capaz de distinguir entre si mesmo e aquilo que ele observa - autorreferência e heterorreferência. Só assim, o sistema pode se diferenciar do restante da sociedade. “O sistema pressupõe-se a si mesmo como irritação autoproduzida, sem ser atingível por meio de suas próprias operações, e então se ocupa com a transformação de irritação em informação que ele produz para a sociedade (e para si mesmo na sociedade)” (LUHMANN, 2005, p.30). É nesse sentido que a realidade de um sistema é correlata às próprias operações, sempre uma construção própria.

Dado acontecimento (com origem em outra ciência), ao ser midiaticizado, não é produto do sistema dos meios massivos, é heterorreferência. No entanto, através de diferentes temas, o sistema dos meios de comunicação de massa é capaz de produzir comunicações especializadas. “Os temas são necessidades das quais a comunicação não pode se desviar (...). Eles organizam a memória da comunicação” (LUHMANN, 2005, p.30). Dessa forma, os temas servem ao acoplamento estrutural dos meios de comunicação com outras áreas da

sociedade. Por meio deles, cada um dos subsistemas da sociedade pode ser acoplado estruturalmente aos meios de comunicação de massa (e vice-versa).

Pela característica da autopoiese do sistema, os temas são selecionados pelos meios massivos através de seus próprios critérios de seletividade que determinam o que veicular e como o fazer. Segundo Luhmann (2005, p.31), “o sucesso dos meios de comunicação em toda a sociedade deve-se à imposição dos temas, independentemente se as posições tomadas são positivas ou negativas”. Assim, outros sistemas se preocupam em oferecer seus temas aos meios massivos porque só assim eles podem tornarem-se conhecidos. E, através do acoplamento estrutural, um sistema “empresta” de um outro sistema, que é visto como parte do ambiente daquele primeiro, as estruturas necessárias para realizar as suas próprias operações. Essas estruturas externas são usadas como condutores dos processos comunicativos e, para isso, o sistema que toma emprestado as estruturas não precisa conhecer a forma de organização interna do sistema que lhe empresta a estrutura.

Dentro da perspectiva do nosso estudo, os processos de interação e vínculos estabelecidos entre a IURD e os fiéis, são definidos pela estrutura do dispositivo midiático instituído pela igreja que atua por meio de um fechamento operacional produzindo e organizando sua própria estrutura. É sobre esses aspectos que, a seguir, apresentamos a análise do objeto de pesquisa.

CAPÍTULO 4

A ARCA MIDIÁTICA DA IURD E AS INTERAÇÕES NO BLOG DO BISPO EDIR MACEDO

Neste capítulo objetivamos identificar os modos como a IURD se apropria das tecnologias para estabelecer um vínculo com seus fiéis. Consoante a isso, apresentamos um conjunto de processos comunicacionais interligados à Igreja Universal do Reino de Deus, tomando o Portal Arca Universal como articulador de todo o sistema na internet. Em seguida, observamos o blog de Edir Macedo, descrevendo as áreas onde ocorrem as interações e os procedimentos percorridos pelo fiel internauta na participação e interação no ambiente virtual. Por fim, destacamos algumas postagens e comentários feitos no blog, verificando os sentidos em circulação.

4.1 A arca midiática da IURD

De acordo com Rocha (2006), a internet permitiu que a IURD explorasse as ferramentas interativas possibilitando ao fiel um contato maior com a Igreja durante as 24 horas do dia, de qualquer ponto do país ou do mundo. “Se, antes, essa aproximação já era essencial e bastante explorada nos templos, nos programas de rádio ou televisão, a Internet otimiza o contato com o público” (ROCHA, 2006, p. 121).

Através do portal, o fiel encontra diversas ferramentas interativas como Mobile, Twitter, Comunidade Universal, Podcast, entre outros. Sobre esta questão, Bandeira (2006) afirma que dentre as religiões, a Universal constitui-se como a mais agressiva, por não ignorar a força da internet. “O grande investimento da IURD é o midiático. Essa instituição atua no ‘top’ de linha de dispositivos técnicos liderando frente aos seus concorrentes neopentecostais” (BANDEIRA, 2006, p.170).

Tal investimento midiático é resultado das evoluções tecnológicas que se complexificam a cada instante, exigindo que o campo religioso acompanhe as tendências e opere através de processos de midiaticização afetando as relações com seu público. Por meio de um conjunto de tecnologias, a igreja veicula seus conteúdos em distintos canais, com

diferentes sentidos que são produzidos a partir da especificidade de cada mídia usada para difundir a mensagem religiosa.

A seguir, desenhamos a “arca” da IURD e os comandos que partem a partir da centralidade do Portal Arca Universal. Paralelo a isso, também, descrevemos as outras mídias e serviços relacionados à igreja.



Figura 02 – Arca do Portal Arca Universal

A ilustração acima mostra que o Portal Arca Universal está rodeado por diversas operações midiáticas articulando fluxos, afetações e conexões que se dão a partir da internet com os demais dispositivos midiáticos e, entre eles mesmos, constituindo-se como o articulador e dinamizador dos processos. Apresentamos, na sequência, cada item da “arca” que fora acoplado estruturalmente pela Arca Universal, que toma “emprestado” a estrutura de outros sistemas para conduzir seus processos comunicativos. Cada item tem sua própria autonomia e organização interna, conforme mostraremos a seguir.

4.1.1 A Universal Produções: Mídias e Serviços

Com a criação da IURD houve grande necessidade de um suporte gráfico. Em função disto, foi criada a Universal Produções, que, inicialmente, era conhecida como Editora Gráfica Universal. Fundada em 17 de março de 1980, no local onde funcionou a primeira Igreja Universal, no bairro Abolição, Rio de Janeiro, a empresa manteve suas atividades como gráfica, trabalhando, apenas, com uma impressora *offset* e uma guilhotina.

A gráfica era pequena e contava com poucos colaboradores. Com o crescimento da IURD e a conquista de novos clientes, houve a necessidade de ampliar as instalações para um lugar com maior capacidade física e adquirir equipamentos que agilisassem a produção. Assim, a Universal Produções se transferiu primeiramente para um galpão no bairro Bonsucesso e, depois, para um outro, na Abolição, ambos, no Rio de Janeiro.

Finalmente em 1989, a Universal Produções se mudou, em definitivo, para sua sede própria na Estrada Adhemar Bebiano, em Inhaúma, zona norte do Rio de Janeiro, onde foram realizados grandes investimentos como a construção do prédio administrativo e de novos galpões; a criação de novos departamentos e a compra de modernos equipamentos que possibilitaram agilidade nos processos e, conseqüentemente, significativo aumento da produção. Em visita à Universal Produções, Swatowski (2004) afirma que aproximadamente 70% dos 400 funcionários são membros da IURD. O restante do quadro é composto por evangélicos de outras denominações, ou por pessoas que se destaquem profissionalmente e se adaptem ao perfil da empresa.

Com a sede atual instalada em uma área de 12 mil metros quadrados, definitivamente, hoje, a Universal Produções assume as atribuições de um complexo de comunicação, atuando, não apenas como gráfica e editora, mas como uma verdadeira unidade de mídia geradora de

conteúdo, através do jornal Folha Universal, da revista Plenitude, do portal de internet Arca Universal e da agência de notícias Unipress Internacional. É também grande fornecedora de serviços, através da Unipro Editora, da Gráfica Universal, do escritório de *design* e propaganda BUP e do estúdio fotográfico Studio UP Digital.

4.1.2 Agência Unipress

A Agência Unipress Internacional surgiu no mercado em junho de 2003, com sede no Brasil e uma rede de correspondentes nas capitais mais importantes do país. A Agência faz, diariamente, uma cobertura das notícias do cotidiano do brasileiro e também dos fatos que têm repercussão internacional. Com um acervo de aproximadamente um milhão de fotos e uma vitrine virtual contendo uma videoteca e uma audioteca com conteúdo factual, documentários e produções especiais, a Unipress Internacional comporta um Media Center criado para atender clientes de forma personalizada. Além disso, conta com uma equipe de jornalistas, fotógrafos, cinegrafistas, webwriters, webdesigners, editores, diagramadores e programadores que permitem a produção de conteúdo para jornais, revistas, TVs, rádios e portais do mundo inteiro. A dinâmica dos acontecimentos políticos, econômicos, esportivos, culturais e científicos do Brasil e do mundo é encontrada 24 horas. A Unipress abastece, principalmente, os veículos de comunicação da IURD como o Portal Arca e Folha Universal.

4.1.3 Arca Center

O Arca Center surgiu em 2001 junto ao Portal Arca Universal e conta com um atendimento personalizado por meio do telefone ou email, e produtos para compra através de um cadastro pessoal. Ao realizar o cadastro o internauta passa a receber e-mails semanais com promoções e lançamentos. Diversos produtos são encontrados na prateleira virtual da fé, como bíblias personalizadas para jovens (para mulheres com glitter e para homens metalizada), adultos e infantis, camisas, CDs, DVDs, filmes e livros. Destacamos a venda de um curso online, chamado “Ide e Pregai”, por R\$ 29,90. Segundo informações do produto, o fiel compra o curso e recebe orientações práticas para a propagação do evangelho com uma didática atestada por um corpo pedagógico e acompanhamento de um tutor. O Arca Center corresponde à loja virtual da IURD, disponível através do endereço <http://www.arcacenter.com.br/>, onde são encontradas oito categorias de produtos distribuídas em várias seções.

ARCA CENTER
 Empresas | Contato | Compras | Meus | Fornecedores | Cadastros
 Preços exclusivos para internet

BIBLIA CAHESAS DVD DE FANTASIA LEV. O CURSO A DISTANCIA FILMES

De 31,90 por: **R\$ 19,90**

OBRA do Bispo Renato Maduro.
 Livros que retratam uma história real, uma obra que permanecerá para sempre.

MEUS PEDIDOS | MEU CADASTRO | MEU CARRINHO

CATEGORIAS

- Bíblia
- Adulto
- Infantil
- Jovens
- Comics
- Feminino
- Masculino
- CD
- DT
- Uma Record
- mp3
- DVD
- Uma Record
- Record
- Infantil
- Aventura
- CDs e DVDs
- Conto Infantil
- Filmes
- Luiz e Víde
- União Vida
- Livro
- Agendas
- Amor
- Autoajuda
- Biografia
- Carreira
- Compartilhamento
- Cultura oriental
- Drugs
- Estudo Bíblico
- Feição
- Fin das tempos
- História
- Mulher Cristã
- Personagens bíblicas
- Política
- Reflexões
- Saúde
- Vida Cristã
- Libertação
- Curso a distância
- 100 e Pregal
- Filmes
- Personagens da Bíblia
- Satisfração e Evangelismo

DESTAQUES

Lançamento
 Livro: Crenças Possessivas
 David Higginbotham
 R\$ 19,90

Lançamento
 Livro: Fogueira Santa "Os mistérios do sobrenatural"
 Carlos Oliveira
 R\$ 12,90

Livro: Agenda The sisterhood
 Universal Produção
 R\$ 29,90ou 2x R\$ 19,95 sem juros

Livro: Obra do Bispo Renato Maduro
 Renato Maduro
~~R\$ 31,90~~
 por: R\$ 19,90

Lançamento
 Bíblia: Bíblia do Obreiro
 SSS
 R\$ 57,50ou 3x R\$ 19,15 sem juros

Filmes: Ponto de Decisão
 Tri Star
 R\$ 37,80ou 2x R\$ 18,90 sem juros

Lançamento
 Livro: A Vida Pela Fé
 Saco Bíblia Macaço
 R\$ 0,99

Lançamento
 Livro: A Fé que Vence o Mundo
 Saco Bíblia Macaço
 R\$ 0,99

Lançamento
 Livro: O Dom da Fé
 Saco Bíblia Macaço
 R\$ 0,99

Livro: Fé Racional
 Saco Bíblia Macaço
 R\$ 11,75

Lançamento
 Livro: As tribulações e o arrebatamento
 Saco Bíblia Macaço
 R\$ 0,99

Bíblia: Bíblia Segrede
 SSS
~~R\$ 35,50~~
 por: R\$ 35,50ou 2x R\$ 17,75 sem juros

Lançamento
 Bíblia: Bíblia de Mulher Liles
 SSS
 R\$ 55,90ou 3x R\$ 22,25 sem juros

Lançamento
 Bíblia: Bíblia Segrede (Versão Reino-Valero em Português)
 União Editora
~~R\$ 27,90~~
 por: R\$ 27,90

Lançamento
 Livro: A mulher Total
 Mundial Mangon
 R\$ 15,90

Livro: Melhor do que comprar apertos + Brinde (Prato Grátis Para o Rio de Janeiro)
 Criadora Cardoso
 R\$ 14,90

TOP 3 VENDIDOS

- 1- Melhor do que comprar apertos
- 2- Crenças Possessivas
- 3- Emagrecimento

INFORMAR

Email:

quero receber

não quero

Et Infantil
 Série Animais Espertos

Bíblia Sagrada (rosa)

Bíblia de Estudo Plenitude

Estudos bíblicos

Mulher

Figura 03 - Loja virtual Arca Center⁵⁰

⁵⁰ Disponível em: <http://www.arcacenter.com.br/>. Captado em 28 de dezembro de 2010.

4.1.4 Arca Universal

Os primeiros sites da Igreja Universal do Reino de Deus surgiram em meados dos anos 90, de maneira amadora, quando obreiros, pastores e fiéis criavam as páginas em nome da igreja para interagir e discutir o Evangelho. O portal Arca Universal nasceu junto ao lançamento de outros portais, como os da Globo.com, do IG e do UOL. Dessa forma, a IURD acompanhava a evolução da internet para consolidar mais seu domínio das ferramentas de comunicação. Lançado em 30 de abril de 2001, sob a direção do bispo Natal Furucho, o Arca Universal vem conseguindo mensalmente mais de 14 milhões de visitas⁵¹, atingindo assim o topo entre os portais evangélicos. Através do portal é possível a interação com pessoas de vários países. Além disso, o portal é disponível em várias línguas.

Ao acessar o portal no endereço www.arcauniversal.com, o internauta se depara com um espaço para notícias de entretenimento, cultura, esporte, saúde, dicas de economia, mercado de trabalho, beleza, comportamento, profissão e negócios, casa e decoração, tecnologia e matérias de âmbito nacional e internacional, além de auxílios espirituais. Também há seções interativas, links para outros sites, vídeos, blogs (entre eles o do Bispo Edir Macedo) e venda de produtos. No dia 22 de maio de 2010, o portal Arca completou nove anos de existência e reformulou o layout do site incluindo novas editorias e serviços.

Destacamos o podcast⁵², um sistema que permite aos usuários acompanhar a sua atualização de modo automático mediante o que se convencionou chamar de assinatura. O portal oferece um tutorial informando aos usuários como utilizar o serviço, com indicações de links para download dos programas agregadores de conteúdo. Já o item “Mobile” oferece ao fiel um serviço de mensagem religiosa através do celular ao preço de R\$ 0,10 cada notícia, mais R\$ 0,24 por mensagem extra. As mensagens são divididas em Bíblia, Mulher, Esporte, IURD, News, Frases do Bispo, Terapia do Amor, Atualidade e Cotidiano.

Em “Fale conosco” e “Livro de Orações”, o fiel internauta pode interagir com o sistema somente por meio do e-mail. Não há números de telefone para interagir. Em “Fale conosco” há três opções de contato. A primeira é a “Orientação Espiritual” onde pastores e

⁵¹ De acordo com informações retiradas do site, disponível em <http://www.arcauniversal.com/>. Acesso em: 08 dez. 2009.

⁵² Podcast é o sistema de produção e difusão de conteúdos sonoros pela Internet surgido no final de 2004, cujo nome é um neologismo dos termos “iPod” (tocador de MP3 da Apple) e “broadcasting” (transmissão, sistema de disseminação de informação em larga escala). Os arquivos podem ser ouvidos diretamente no navegador de internet ou baixados no computador através de softwares agregadores de conteúdo (iTunes, Juice etc..) com o uso da tecnologia RSS (Real Simple Syndicate).

bispos orientam os fiéis sob a luz da palavra de Deus. A segunda é “Fale com a IURD”, sessão que corresponde ao envio de dúvidas, sugestões ou críticas. A terceira é “Fale com o Arca” que corresponde a informações sobre a Arca, comunicação de erros, críticas, sugestões e contato para trabalho.



Figura 04 - Portal Arca Universal⁵³

⁵³ Disponível em: <http://www.arcauniversal.com/>. Captado em 28 de dezembro de 2010.

4.1.5 Folha Universal

Com uma tiragem semanal acima de 2,3 milhões de exemplares⁵⁴, a Folha Universal foi fundada em 1992 e se tornou um dos jornais de maior circulação do Brasil e da América Latina, conquistando prêmios como o da Federação Nacional da Imprensa (Fenai) e Federação das Associações de Imprensa do Brasil (Faibra), entre outros. Conta com uma equipe de jornalistas e correspondentes em vários estados brasileiros e no exterior. O semanário tem como objetivo levar aos seus leitores informação, entretenimento e reflexão sobre os mais variados assuntos. A Folha Universal começou a circular em formato tablóide, em março de 2006, com uma nova proposta editorial. Passou a ter 36 páginas e textos mais curtos para tornar a leitura mais fácil e rápida, além disso, houve uma valorização da parte fotográfica. Segundo informações do próprio site, estima-se que seja lido, semanalmente, por mais de 10 milhões de brasileiros. O jornal tem distribuição nacional dirigido às classes ABCD, com cobertura em 5550 municípios brasileiros, distribuído em todos os templos da IURD. Além disso, o jornal pode ser acessado na internet através da página www.folhauniversal.com.br, onde já alcança mais de um milhão de visitas mensais.

Segundo Swatowski (2004), para que o jornal semanal chegue às igrejas todos os domingos, ele é fechado com, no mínimo, uma semana de antecedência, o que significa que, desde a reunião de pauta até a chegada da *Folha Universal* aos templos, se passam, pelo menos, quinze dias. Esta rotina pode ser rompida caso haja a necessidade de modificação de uma matéria publicada posteriormente ao fechamento da edição nacional. Neste caso, somente os leitores da região sudeste terão seus exemplares atualizados, pois os jornais que seguem para as outras regiões do país devem sair com maior antecedência da gráfica.

Na visão De Rocha (2006), o semanário pode ser interpretado sob dois aspectos. No primeiro, o jornal pode ser avaliado como um veículo “ingênuo e amador”, ao propor-se como um meio de comunicação com destino público, ou seja, aberto aos que não fazem parte da igreja e que têm ou deveriam ter uma visão crítica do mundo, de suas conjunturas e focos de pressão e de sua estrutura histórica; ou seja, seria considerado “ingênuo e amador” diante de um público crítico ativo, o qual, evidentemente, tem suas próprias fontes de informação e formação de consciência. Já no segundo aspecto, o veículo mostra-se claramente doutrinador, o que pode ser avaliado como “uma tendência natural do princípio filosófico da instituição,

⁵⁴ De acordo com informações retiradas do site, disponível em <http://www.folhauniversal.com.br/>. Acesso em: 05 nov. 2010.

que tem como missão difundir seu pensamento em busca de novos seguidores, assim como também doutrinar os seus fiéis nas relações religiosas, afetivas, econômicas, sociais e políticas” (ROCHA, 2006, p.82).

Para Behs (2009), a “autonomia relativa” da Folha Universal é manifestada na medida em que esse veículo realiza as atribuições que lhe são requisitadas por intermédio de vieses marcadamente jornalísticos fazendo, por vezes, com que os elos identitários que mantém junto à IURD sejam menos perceptíveis. “Em determinadas ocasiões, o semanário adquire autonomia perante a igreja, tendo suas matérias e espaços de opiniões alçados ao mundo secular. Nestes casos, a Folha Universal assemelha-se aos jornais históricos de grande circulação no país” (BEHS, 2009, p.62). Em outros momentos, contudo, a igreja parece então resgatar o seu jornal ao publicar editoriais, comentários, manchetes, fotos e legendas que deixam transparecer que este é, sim, um jornal religioso dotado de tonalidades políticas. Na capa a seguir, vemos uma manchete que faz referência à contratação do apresentador Gugu Liberto pela Rede Record de Televisão.



Figura 05 - Folha Universal (Edição nº 900 – De 5 a 9 de julho de 2009)

4.1.6 Plenitude

A revista Plenitude surgiu em 1980 e tinha o formato de um gibi. Era feita pelos próprios dirigentes da IURD com o objetivo de ampliar os dogmas e as ideias da igreja a um número maior de pessoas. Segundo Rocha (2006), a visão estratégica atribuída ao uso da revista tem dois fatores importantes. O primeiro é o de propagar a sua ideologia por meio de uma estrutura midiática para conquistar novos adeptos, cuja tática é assumida pelo próprio sistema empresarial de comunicação da IURD. O segundo é o de transformá-la em um produto político-comercial, ou seja, numa ferramenta de lobby, num meio poderoso de influências que ultrapassam a conveniência da intencionalidade religiosa.

Com o formato de gibi, a Plenitude passou a ser uma revista com 66 páginas em média, impressa em papel couché e com um projeto de arte gráfica profissional, semelhante ao de outras publicações de grande circulação no país. Atualmente, sua tiragem é de 450 mil exemplares por mês, distribuídos por todo território brasileiro e mais alguns países, como Portugal e Estados Unidos, contando com versões em línguas estrangeiras. “O apelo emocional e a retórica baseada nos textos bíblicos são a linha do discurso editorial, jornalístico e religioso da revista, que tem ‘a missão de salvar almas e vidas’” (ROCHA, 2006, p.62). Um link para a revista é disponível no portal Arca. Ao clicar, o internauta é direcionado à página da revista, através do endereço: <http://www.revistaplenitude.com.br/>.

4.1.7 A Visão da Fé

A revista “A Visão da Fé” foi lançada em agosto de 2007. O público-alvo são os auxiliares dos programas de rádio da Igreja Universal, sinalizando a complementaridade existente entre as diversas mídias controladas pela Igreja Universal, que se midiaticizou a ponto de criar uma revista endereçada a um público específico (BEHS, 2009). A primeira tiragem foi de 50 mil exemplares, mas, já na segunda edição, esse número dobrou. Atualmente, são produzidos 150 mil exemplares por mês, distribuídos por todo o território nacional. A revista é composta de 36 páginas e possui várias editorias como IURD Brasil, Internacional, Matéria Especial, Exemplos de Fé, Agenda, Geral, Assistência Social, Força Jovem, EBI, IURD na WEB, Prosperidade, Vida Sentimental, Orientação Espiritual, Tirando Dúvidas, Fique Ligado e Literatura.

4.1.8 Gráfica Universal

A Gráfica Universal possui um parque industrial altamente estruturado e instalado numa área de 12 mil metros quadrados no Rio de Janeiro, e opera com equipamentos de última geração oferecendo serviços que vão desde a criação do projeto gráfico ao acabamento. A gráfica atende todo o território nacional, presta serviços de consultoria que acompanha o processo do orçamento à entrega. Além de editar os materiais gráficos da IURD, a Gráfica Universal também possui clientes como Petrobrás, Avon, Sony BMG, Oi Telefonía, Centro Cultural Banco do Brasil, entre outros. Na internet, as informações da gráfica podem ser acessadas pelo endereço: <http://www.graficauniversal.com/>.

4.1.9 Unipro Editora

A Unipro Editora publica livros de auto-ajuda que levam os leitores a uma reflexão sobre sua própria vida e o mundo que os cerca. Na Unipro Editora o cliente conta com o Publish Consulting, o serviço que disponibiliza toda infraestrutura para a publicação de periódicos e livros. A editora realiza produções de textos literários, jornalísticos, acadêmicos e empresariais, além de todas as etapas de produção editorial de uma obra. Também realiza tradução de textos para os idiomas Inglês, Espanhol e Francês. A editora ainda conta com o UniproKids, voltada para o público infantil e infanto-juvenil.

4.1.10 BUP

O BUP – Bureau Universal Produções – oferece serviços que combinam agência de comunicação, escritório de design e bureau de pré-impressão com digitalização e processamento de imagens, recebimento de arquivos para análise e correção, geração de provas de cor, montagem e saída digital em fotolito ou chapa.

4.1. 11 Studio Up Digital

Fruto de uma visão de mercado da Universal Produções, o Studio UP Digital conta com infraestrutura de última geração, equiparando-se aos grandes estúdios fotográficos profissionais. Conta com equipamentos de alta definição para captação de imagens, além de estações gráficas para tratamento, manipulação, retoques, fusões, restaurações e acabamentos

artísticos digitais. A equipe é composta por fotógrafos, assistentes, produtores, imagemakers, cabeleireiros, maquiadores, marceneiros e pessoal de apoio técnico. O Studio UP Digital desenvolve projetos fotográficos para trabalhos publicitários, jornalísticos, editoriais, comerciais, industriais, de moda, decoração, eventos, entre outros. Os trabalhos são voltados tanto para fotografias de pessoas quanto para still (objetos), podendo ser utilizados para uso pessoal ou profissional. A maioria dos trabalhos é realizada para as produções de mídia da IURD.

4.1.12 Rede Aleluia

O rádio foi o primeiro veículo de comunicação usado pela Igreja Universal do Reino de Deus, quando Edir Macedo comprava e alugava espaços nas programações radiofônicas no final dos anos 70 (ROCHA, 2006). Em 1995 surgia a nova rede de rádios com 19 afiliadas. Com o sinal da Rede Aleluia, via satélite, surgia também o real desejo de se fazer o melhor no meio musical cristão. O desejo de realizar uma transformação no jeito de fazer rádio e, principalmente, revolucionar o jeito de fazer rádio com programação cristã. Na época, a geradora do sinal se localizava no Rio de Janeiro, 105 FM, ficando até 2002. No segundo semestre de 2002, a geração passou a ser a Rádio 99,3 FM, em São Paulo, cujos transmissores são os mais avançados e seus estúdios equipados com a mais alta tecnologia.

Atualmente, a IURD comanda a Rede Aleluia, um conglomerado de rádios evangélicas composto por 64 emissoras, presentes em todas as regiões, localizadas estrategicamente em 22 estados, capital e interior, que transmitem informações e entretenimento aos ouvintes, com uma área de abrangência que cobre 75% do território nacional⁵⁵.

A programação da Rede Aleluia é composta por canções do gospel nacional e internacional, mais flash-backs que marcaram época. Também conta com informações jornalísticas e orientações, a cada duas horas, com dicas de saúde, beleza e cultura. Na programação, há ainda testemunhos de adeptos que contam histórias experiências de sofrimento acontecidas antes de se tornarem membros da IURD e de sucessos de vida após aderirem a igreja, assim como estudos bíblicos e novelas baseadas em fatos reais. É importante ressaltarmos que a programação é totalmente de cunho religioso com a intenção de

⁵⁵ De acordo com informações retiradas do site da Rede Aleluia, disponível através do endereço: <http://www.redealeluia.com.br/>. Acesso em: 05 set. 2010.

formar uma cultura evangélica entre os “homens de Deus”. O conteúdo jornalístico da Rede Aleluia é todo realizado no município do Rio de Janeiro e, assim, distribuído para as rádios coligadas espalhadas por todo território nacional. Segundo Rocha (2006), a Rede não se preocupa em regionalizar a informação.

Na internet, a Rede Aleluia mantém o site <http://www.redealeluia.com.br/>, que é acoplado ao portal Arca. A página da rádio apresenta notícias, reportagens e entrevistas. Através do link “Rádio Ao Vivo”, uma nova janela é aberta para ouvir a programação radiofônica. O fiel internauta ainda pode selecionar emissoras das regiões Nordeste, Sudeste e Sul. A prática do dízimo também é recorrente no site da Rede Aleluia com doações que podem ser feitas através de depósito bancário em nome da Rádio 99 FM Stereo Ltda.

4.1.13 Line Records

Pertencente à Record Produções, empresa do mercado fonográfico, que também atua com os selos New Music (popular) e Record Music (trilha sonora de novelas), a Line Records⁵⁶ surgiu em 1992, na cidade do Rio de Janeiro, com o objetivo de atender a demanda crescente por música gospel de qualidade. A gravadora é considerada uma das pioneiras na modernização do mercado fonográfico evangélico, é através dela que são produzidos e lançados os CDs, DVDs e CD ROM encartados nos livros religiosos. De acordo com Bandeira (2006), a revista norte-americana Billboard, em dezembro de 1992, descreveu a gravadora como o maior selo gospel brasileiro.

Em 1995, a Line lançou o “Gospel Line”, primeiro programa de televisão dedicado à música gospel. Oito anos depois, a gravadora passou a contar com o programa Line Music, apresentado por Samuel Modesto e transmitido aos sábados pela Rede Aleluia para todo o País e exterior através do site www.redealeluia.com.br.

Ao longo desses dezoito anos de existência, a Line Records já conquistou, através de seus artistas, discos de Ouro, Platina, Platina Duplo, Platina Trilho e Diamante. Junto ao mercado, a gravadora vem se destacando a cada ano, através dos lançamentos e de uma estratégia profissional de marketing, o que resultou na conquista dos prêmios 'Top Social' e 'Top de Marketing', conferidos pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB).

⁵⁶ Disponível através do endereço: <http://www.linerecords.com.br/>. Acesso em: 05 set. 2010.

A eficácia e alta tecnologia aplicadas aos produtos também têm resultado em inúmeras premiações, como o Troféu Talento "maior prêmio da música gospel brasileira" e o Grammy Latino. Neste último, que é o mais importante da música latina, a gravadora acumula quatro vitórias: na edição 2008, pela produção dos CDs "Som da Chuva" e "Tengo Sed de Ti", e em 2005, com o álbum "Deixa o Teu Rio Me Levar", todos da cantora Soraya Moraes.

Atualmente, reúne em seu elenco grandes nomes da música evangélica como Regis Danese, Mara Maravilha, Fernanda Lara, Robinson Monteiro, Jamily, entre outros. Através do site <http://www.linerecords.com.br/>, é possível acompanhar as notícias referentes ao mercado musical da gravadora e também adquirir CDs e DVDs dos artistas.



Figura 06 - Selo da gravadora Line Records

4.1.14 Rede Record de Televisão

Na TV, a Rede Record de Televisão representa a maior emissora da IURD. Foi fundada em 1953 pelo empresário Paulo Machado de Carvalho, tendo como principal concorrente, na época, a TV Tupi. Nas duas primeiras décadas, a programação era basicamente composta por programas de auditório, humor e musicais. Os festivais de música popular brasileira deram à emissora grande índices de audiência.

Em 1972, 50% de suas ações são vendidas para o comunicador Silvio Santos. As transmissões são feitas principalmente por desenhos animados, séries e filmes. A emissora entra na década de 1980 com baixos índices de audiência, operando em conjunto com a TVS, sendo praticamente uma retransmissora do SBT.

Em 1989, a emissora de Silvio Santos (sócio majoritário) e Paulo Machado de Carvalho (no momento havia se tornado o sócio minoritário) é vendida para a Igreja Universal do Reino de Deus, comandada pelo Bispo Edir Macedo Bezerra. Em 1990, a Record apresentou seu novo slogan "de volta pro futuro", ampliando sua programação, mantendo o jornalismo como carro-chefe e iniciando a formação de uma rede nacional de emissoras.

Na década de 90, é desencadeada uma campanha contra a Rede Globo⁵⁷ que ataca a emissora do Bispo Macedo através dos telejornais. A situação piora quando a Globo coloca no ar a minissérie “Decadência”, de Dias Gomes, que tinha como trama central a história de um pastor que criou uma seita para tirar dinheiro de pessoas humildes e ingênuas. Edir Macedo acreditou ser um ataque pessoal e declarou que nos próximos dez anos a Record seria a rede com maior potencial para ameaçar à emissora de Roberto Marinho.

Na mesma década começa a expansão da emissora paulista, que tem sua sede principal localizada em São Paulo (SP). Em 1995, a Record investiu pesado em equipamentos⁵⁸ de última geração e mudou de sua antiga sede no bairro do Aeroporto, para uma nova instalação, na Barra Funda (atual sede). A partir daí, a emissora passou a contar com os equipamentos mais sofisticados da televisão brasileira. Com o apoio financeiro da Universal, a Record começou a comprar outras emissoras, expandindo ainda mais sua rede.

Em 2005, adquire o RecNov, Record Novelas, investindo mais de R\$ 60 milhões em infraestrutura e tecnologia. A área da Recnov passou de 40 mil m² para 200 mil m². Os três antigos estúdios foram reformados e equipados, dois deles possuem 1.120 m², um com 400 m². Foram somados a esses três mais três estúdios, cada um com 1.000 m², juntamente com um prédio que abriga as áreas administrativas e os camarins, dois galpões com 2.500 m² cada, a fábrica de cenários e o depósito de cenários. Em 2007, a Record concluiu a obra de mais duas instalações, totalizando até aí oito estúdios de uso exclusivo para a produção de novelas. Em novembro de 2008, a rede comprou 81.000 m² de área para o RecNov. Agora, totalizando 280.000 m² de estúdios. Durante seus cinco anos de história, o complexo de teledramaturgia da Record recebeu cerca de R\$ 500 milhões em investimentos e já conta com dez estúdios. Cerca de 2.500 funcionários trabalham diariamente no complexo, que hoje conta com uma área de quase 300 mil m².

Atualmente, a emissora do Bispo Macedo opera em canal aberto e é presidida por Alexandre Raposo. A cobertura atinge 99,01 % do território brasileiro, além da América do Sul, América do Norte, África, Europa e parte da Ásia. No Brasil, conta com 14 emissoras próprias, uma emissora própria internacional (TV Miramar de Moçambique) e 101 emissoras

⁵⁷ A Record foi alvo de críticas com a polêmica história do Chute na Santa, ocorrida durante um programa de baixa audiência transmitido pela emissora. O episódio foi destaque no Jornal Nacional e outros telejornais. O bispo Edir Macedo pediu desculpas, declarando que o ato praticado pelo bispo Sergio Von Helder, não expressava os pensamentos da Igreja. Macedo também alegou estar sendo vítima de perseguição devido ao crescimento de sua emissora que ameaçava a hegemonia da Rede Globo.

⁵⁸ Em outubro de 1998, a Rede Record adquiriu sua primeira unidade móvel totalmente digital: um caminhão com quatro câmeras, um switcher (aparelho que muda as imagens das câmeras no ar) e três aparelhos de edição vídeo-tape com slow-motion. Fonte: www.rederecord.com.br. Acesso em: 09 nov. 2010.

afiliadas. No Rio Grande do Sul (onde adquiriu a Companhia Jornalística Caldas Junior), a Record atua em Porto Alegre, Carazinho, Pelotas e Santa Maria. Além da Record, a IURD é proprietária da Record Internacional⁵⁹, Rede Família⁶⁰, CNT⁶¹ e Record News⁶², inaugurada no dia 27 de setembro de 2007, substituindo a extinta Rede Mulher que também era de propriedade da igreja.



Figura 07 - Logomarca Rede Record de Televisão

4.1.15 Record Entretenimento

No início de 2008, a Record lançou para o mercado a Record Entretenimento, que atua no mercado de criação, desenvolvimento e execução de projetos de entretenimento, em várias áreas como filmes, teatro, novas mídias e licenciamento de marcas. A Record Entretenimento promove e oferece ao mercado nacional grandes shows com artistas nacionais e internacionais. Além disso, desenvolve ações de interatividade nos programas Câmera Record, O Melhor do Brasil, Programa do Gugu, Legendários, Hoje em Dia, Show do Tom,

⁵⁹ Criada em 2003, a Record Internacional é um canal voltado à transmissão de programação da Rede Record e Record News. O sinal da Record Internacional é recebido nos Estados Unidos, Canadá, Europa e em todo o continente africano, com destaque para os países de língua portuguesa. A rede dispõe de nove canais de distribuição de sinal via satélite. A Record Internacional cobre mais de 150 países, superando a Globo Internacional que foi a primeira TV brasileira a transmitir para o exterior, em 1999, e atualmente cobre 115 países. Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/TV_Record_Internacional. Acesso em: 09 nov. 2010.

⁶⁰ A Rede Família de Televisão foi inaugurada em agosto de 1998 e possui estúdios em São Paulo, Limeira e Campinas – SP. Atua em TV aberta cobrindo 51 cidades e atinge uma população estimada em 6,5 milhões de telespectadores. Fonte: <http://www.redefamilia.com.br/>. Acesso em: 09 nov. 2010.

⁶¹ Criada em 1979, a emissora só começou a ser conhecida como Central Nacional de Televisão (CNT) em 1993, quando houve reformulações na Rede. Sua sede e matriz estão localizadas na cidade de Curitiba, no Paraná, onde é feita a geração da rede, sendo a primeira emissora de televisão com sede fora do eixo Rio-São Paulo. Fonte: <http://redecnt.com.br>. Acesso em: 09 nov. 2010.

⁶² A Record News tem uma programação dedicada principalmente ao telejornalismo. Foram investidos mais de US\$ 7 milhões para equipar o canal, que tem 150 jornalistas exclusivos e 100 profissionais de outras áreas, além de uma redação de 1.000 m². A emissora está presente em mais de 500 municípios brasileiros, em sinal aberto, fechado e por satélite. Fonte: <http://www.recordnewstv.com.br>. Acesso em: 09 nov. 2010.

Dr. Pet; nas telenovelas Os Mutantes, Promessas de Amor, Bela a Feia, Poder Paralelo e nos reality shows A Fazenda, O Aprendiz e Ídolos, lançando ao mercado brinquedos, jogos, games, CDs e DVDs. Os produtos e serviços podem ser acessados através do site: <http://www.recordentretenimento.com.br>.

4.1.16 R7

O R7 é um portal de notícias e entretenimento da Rede Record que possui conteúdo e vídeos da Record News, Rede Record, Record Internacional e suas afiliadas. O portal produz em média mais de mil notícias diárias e envolve mais de 350 profissionais, sendo 150 jornalistas divididos por equipes presentes em todo o território nacional. A estreia do R7 aconteceu no dia 27 de setembro de 2009, mais especificamente às 20h (horário oficial do Brasil).

O site segue o padrão dos concorrentes G1 (Organizações Globo) e do eBand (Grupo Bandeirantes de Comunicação). O custo total de despesas para seu lançamento foi de mais de 100 milhões de reais. Poucas semanas após o lançamento, o "R7.com" encontrava-se nos 100 sites mais buscados no Brasil. De acordo com dados consolidados do IBOPE Nielsen Online, no primeiro mês do lançamento, o R7 estava entre os 12 portais mais acessados do país, com mais de 4 milhões de visitas, entre os meses de outubro e novembro de 2009.

A partir do dia 23 de junho de 2010, o R7 passou a disponibilizar um serviço de e-mail de 10 Gigabytes para seus usuários gratuitamente, com o domínio @r7.com. O e-mail conta com a maioria das funções dos outros correios eletrônicos, como controle de *spam*, antivírus automático, calendário, lista de contatos, opções para criar pastas, confirmação de leitura, verificador ortográfico e esboço de mensagem. E para incentivo que os usuários abrem a conta de e-mail no portal, a Rede Record deu a condição de que, quem quisesse assistir ao reality show A Fazenda 24 horas por dia e de graça, teria que fazer o correio eletrônico. Aos candidatos que quiserem participar dos programas O Aprendiz e Ídolos 2011, também é necessária abertura de e-mail. Em novembro de 2010, o R7 faz parte do maior portal de vídeos do Brasil, o Videolog que foi criado em maio de 2004. Nas imagens a seguir, podemos visualizar as referências feitas pelo R7 ao Grupo Record e os dispositivos de mídia da Arca Universal e rede social Twitter.

R7

Assine **SUPER** e comece a pagar em **50 DIAS!** PASSE O MOUSE

Notícias | Entretenimento | Esportes | Vídeos | Rede Record | Shopping

Buscar [OK] E-mail [OK] @R7.com Senha [OK] Eu quero um e-mail @R7 Esqueci minha senha

1 de Janeiro de 2011

Notícias
Brasil
Carros
Cidades
Economia
Esquistas
Imóveis
Internacional
Rio de Janeiro
São Paulo
Saúde
Tecnologia e Ciência
Tempo Agora
Trânsito
Vestibular e Concursos

Entretenimento
Bate-papo
Bichos
Blogs
Cinema
Estrelando
Famosos e TV
Habbo
Jovem
Moda e Beleza
Música

Primeira presidente do Brasil assume o poder neste sábado
Veja como será a posse de Dilma.
57 autoridades comparecem à posse.
Saiba quais são os desafios de Dilma.
Conheça a trajetória da presidente.
R7 faz balanço dos oito anos de Lula.
Siga posse de governadores no blog.

Veja imagens da vitória de Dilma Rousseff 1 2 3 4 5

Governadores
Aickmin chega à Assembleia de SP
Roseana assume com desafio da pobreza no MA
Capiberibe assume no Amapá em meio a 'crise'
Governo petista segue com Tião Blana no Acre
Combate à violência é prioridade na Bahia

Segurança no RJ será desafio para Cabral
Novo governador do ES assume em bom momento
SC: Colombo terá que focar nas exportações
Segurança é prioridade para Puccinelli no MS
Governador do MT terá cabeça na Copa de 2014

Promoção Viajar Direto
Participe! Crie o nome do nosso Mascote e concorra a uma passagem com acompanhante para Buenos Aires!
Clique Aqui!

Alagoas
Teotônio Vilela, em fren, terá piores indicadores sociais do país

Faça Brasil
Como foi sua festa de Ano-Novo? Conte o que você fez na virada

Minas Gerais
JUSTIÇA LEITORAL
Anastasia
Governador terá missão de integrar regiões

Distrito Federal
Agnelo
Governador terá que reformar a saúde pública

Rio Grande do Sul
Tarso
Governador eleito chega à Assembleia para a posse

Shopping
SKY
Assine SKY, hoje mesmo, 104 canais por R\$69,90

Assine Veja
E comece a pagar em 50

Figura 08 - Página do Portal R7⁶³

Grupo Record
Banco Renner
Record
Entretenimento
Record Mobile
Instituto Ressoar

Arca Universal
Coisas de Mulher
Folha Universal
Line Records
Rede Aieluta

Faça do R7 a sua home

Siga o R7 no Twitter

Esportes
Dia D de Marilson, campeão da São Silvestre, será 17 de abril

Notícias
Filho diz que José Alencar almoçou leitão à pururuca

Entretenimento
U2 toca com Bruce Springsteen em DVD de encontros históricos

"Resolução de fim de ano" define futuro de Ronaldinho

Postos médicos atendem mais de 1.000 em Copacabana

Conheça as grandes promessas de 2011 para o cinema

Inter e São Paulo sonham alto, mas apostam na base

Obras contra nova tragédia em Angra estão 6 meses atrasadas

Exaltassamba começa o ano com show da turnê no Rio

"Buldogue vidente" aposta em novo campeão para o UFC

Regiões de SP têm previsão de chuva para o 1º dia do ano

Comece o ano com um novo amor. Acesse o R7 Namoro

Com gol brasileiro, Kashima é o primeiro campeão de 2011

Carro-bomba mata 21 pessoas em frente a igreja no Egito

Habbo, a maior rede social jovem, está no R7. Participe

Figura 09 - Link para o Grupo Record, Portal Arca Universal e Twitter⁶⁴

⁶³ Disponível em: <http://www.r7.com/>. Captado em 01 de janeiro de 2011.

⁶⁴ Disponível em: <http://www.r7.com/>. Captado em 01 de janeiro de 2011.

4.1.17 Correio do Povo e Hoje em Dia

O jornal Correio do Povo é um veículo impresso em formato tablóide com circulação no Rio Grande do Sul, fundado em outubro de 1895 por Caldas Júnior. É o jornal gaúcho de mais longa publicação em Porto Alegre, circulando por 89 anos ininterruptamente, até 1984, reiniciando sua publicação em 1986. Em março de 2007, o Correio do Povo passou a fazer parte da Central Record de Comunicação juntamente com outras empresas do grupo, a extinta TV Guaíba e as rádios Guaíba AM e FM, bem como o Edifício Hudson, no centro de Porto Alegre, onde funciona a redação do jornal. Com a aquisição, a Record Sul se fortalece no Rio Grande do Sul para concorrer diretamente com o grupo RBS e o jornal Zero Hora. Já o Jornal Hoje em Dia é um periódico mineiro criado em 1988, com circulação estadual no formato standard. Alegando concentrar seus investimentos em TV, rádio e internet, o Grupo Record decidiu colocar à venda seus dois jornais impressos no final de 2009.

4.1.18 Redes Sociais

A IRUD também marca presença nas redes sociais. Pelo Portal Arca Universal partem comandos para o Twitter, Facebook, Comunidade Universal e IURD Tube. Este último corresponde a um canal de vídeo oficial para acompanhar testemunhos, mensagens de fé, programas de tevê, filmes e outras informações relacionadas à Igreja Universal do Reino de Deus. Hospedado através do Youtube, o canal conta com mais de 1000 vídeos, 1905 amigos e 1241 inscritos, e serve de fonte para os diversos blogs, sites e redes sociais de membros da IURD. Atualmente, algumas matérias produzidas para os programas de tevê da IURD são postadas no canal uma hora após a exibição ao vivo. Criado em março de 2009, o número de acesso do canal já chegou a 900 mil. Para acessar o conteúdo, basta o internauta clicar na editoria IURD, em seguida, selecionar dentro do menu da página o canal IURD Tube. No mesmo instante, o fiel é direcionado à página www.youtube.com/iurdtube onde poderá acompanhar as novidades e também enviar novos vídeos pelo e-mail: iurdtube@hotmail.com.



Figura 10 - Link para a Comunidade Universal⁶⁵

⁶⁵ Captado em 03 de janeiro de 2011.



Figura 11 - Link para o Twitter do Portal Arca Universal⁶⁶

The image shows a screenshot of the IURD Tube YouTube channel page. The main content area features a video player with the title "Livro Foguetes Santa - Câncer no Intestino e Bexiga". Below the video player, there is a description of the video and a list of social media links for YouTube, Twitter, and Facebook. The channel's profile information is visible, including the name "IURD Tube", a bio, and a list of subscribers (11), subscribers (1241), and friends (1905). The page also displays a list of videos and a section for comments (254).

Figura 12 - Canal IURD Tube⁶⁷

⁶⁶ Disponível em: <http://www.arcauniversal.com/blog/blog.arcauniversal.com>. Captado em 03 de janeiro de 2011.

⁶⁷ Disponível em: <http://www.youtube.com/iurdtube>. Captado em 29 de dezembro de 2010.

4.2 Interações no blog do bispo Edir Macedo

Após a apresentação da Arca Universal, passemos a analisar o blog do Bispo Edir Macedo, sua matriz e processo de interação. Disponível através do endereço <http://www.bispomacedo.com.br/blog/>, o blog foi criado em agosto de 2008, junto com o site oficial, sendo mais um meio para propagar a fé e, ao mesmo tempo, expandir o império comunicacional da IURD e ampliar os laços com os fiéis pelo mundo virtual. É acoplado, também, no portal Arca Universal (www.arcauniversal.com), mas mantém uma organização estrutural própria e independente, conforme veremos na sequência.

O blog de Edir Macedo apresenta todas as características do “diário da web”, definido como prática contemporânea da escrita online, onde a experiência privada é desvelada aos “olhares” de todos (Lemos e Palacios, 2001). Conforme Recuero (2004, p.08), os blogs atuam como transformadores da topologia do ciberespaço, pois “a cada novo post, a cada novo comentário, e a cada novo link, os blogs atuam de modo a reconfigurar a Internet, alterando as redes, criando novos nós e fluxos convergentes, divergentes e complexos”. Em relação aos blogs pessoais, Sibilia (2003) os define como uma modalidade de “escrita íntima” ou de narração autorreferente que atende a uma necessidade presente na sociedade pós-moderna: a visibilidade. Para a autora, eles representam um processo de escancaramento da intimidade em um espaço público. No caso do blog do bispo, este atua não com a função de narrar sua vida privada, mas sim dar visibilidade às ações da IURD e evangelizar por meio da web. Ou seja, além de dar publicidade à igreja, faz disso um espetáculo, próprio do discurso iurdiano.

Sibilia (2007), ao analisar a intimidade na internet, diz que a própria personalidade se tornou um valor em si, muitas vezes em detrimento da obra de fato criada. É o caso da figura pública de Edir Macedo, onde o importante é que se constate a sua existência, o seu reconhecimento como portador de algum tipo de singularidade que o associe à velha personalidade artística. “Para ter acesso a tão prezado fim, a obra é um elemento importante, mas de segunda ordem, pois o que realmente importa é a vida do autor e sua personalidade: seu estilo como personagem (SIBILIA, 2007, p.192).

Ao realizarmos uma busca na internet através do site <http://www.google.com.br/> à procura do blog de Edir, digitamos as palavras “macedo”, “bispo” e “edir”, isoladas ou agrupadas, e o primeiro resultado remete-se ao site oficial do Bispo Edir Macedo. Até o início do mês de julho de 2010 o site apresentava uma estrutura, e a partir de 06 de julho de 2010,

sofreu uma reformulação no seu layout ficando apenas a seção do blog, já que a página inicial do site direciona para o blog, conforme as ilustrações a seguir.



Figura 13 - Antigo blog de Edir Macedo⁶⁸



Figura 14 - Página inicial do novo blog de Edir Macedo⁶⁹

⁶⁸ Captado em 08 de dezembro de 2009.

⁶⁹ Captado em 27 de julho de 2010.

Ao depararmos com o site oficial, vemos um link “Ir para o Blog”, que redireciona o internauta direto à página do blog (Home). Em relação a página inicial, o blog apresenta um *header*⁷⁰ com uma imagem de Macedo em um enquadramento fotográfico de plano próximo, do peito até a cabeça e com um olhar que parece mirar diretamente no olho do fiel. Diferente do antigo blog em que o bispo aparecia com a cabeça baixa, como se estivesse mirando a própria topografia do blog, auto-observando o sistema e os caminhos percorridos pelo internauta dentro do sistema. A imagem do bispo ainda é acompanhada de um trecho bíblico: “Sede vós também pacientes e fortalecei o vosso coração, pois a vinda do Senhor está próxima” (Tiago 5.8).

É interessante notar que não há a presença da logomarca da IURD, no entanto, é marcada pelas cores da página, tons de azul (cabeçalho) e vermelho (no blog) na sua composição visual que remontam à identidade da igreja. O trecho bíblico e o nome do Bispo Edir Macedo são do próprio discurso religioso que organiza o blog dando coerência à presença da IURD no dispositivo midiático. O menu na parte superior da imagem preside as operações que o internauta fará ao percorrer o sistema comunicacional-religioso: Home, Blog, Biografia, Galeria de Fotos, Livros, Palavra Amiga Podcast e Vídeos. São estes os comandos que direcionam o fiel à prática de uma experiência religiosa virtual. Ou seja, o blog oferece (na página inicial) algumas opções, e somente essas opções estimulam o internauta a interagir com o sistema.

Com isso, o sistema impõe suas regras e protocolos de funcionamento aos fiéis internautas, preparando-os para desempenhar sentidos. Nesse caso, o blog – que é um dispositivo – é pensado como uma matriz, em que “não comanda apenas a ordem dos enunciados, mas a própria postura do leitor” (MOUILLAUD, 1997, p.32). Assim, o blog orienta e co-determina os vínculos que os fiéis estabelecem com essa oferta discursiva. Vínculos estes que podem ser compreendidos como “contratos de leitura”, definido por Fausto Neto (2007, p.04) como “regras, estratégias e ‘políticas’ de sentidos que organizam os modos de vinculação entre as ofertas e a recepção dos discursos midiáticos”.

⁷⁰ Cabeçalho normalmente composto por imagem e textos curtos.



Figura 15 - Cabeçalho do blog de Edir Macedo⁷¹

As seções estão divididas em “Home”, que direciona a página oficial de Edir Macedo. Em “Biografia”, a trajetória do bispo é descrita de forma breve e sucinta. São identificados: idade, local de nascimento, primeiros empregos até o momento de fundação da IURD. Há também há uma fotografia dele com sua esposa Ester Bezerra, com a qual está casado há 36 anos, com quem teve duas filhas, Cristiane, Viviane e Moises, filho adotivo. Em seguida, descreve-se sua formação acadêmica, livros publicados e números de exemplares vendidos.

Na “Galeria de Fotos” há 85 fotos de Edir em encontros com outros pastores em diversos lugares do mundo, assim como de sua família, filhos, neto e genro. Há fotos em que mostra suas pregações nos templos da IURD, momentos de lazer com a família, em viagens, passeios e também praticando seu hobby favorito: a fotografia. No item “Livros”, encontram-se as obras de Edir; são 37 livros disponíveis para a venda, sendo possível visualizar as sinopses de cada um. Em “Vídeos”, direciona-se para todas as postagens do blog em que contém arquivos de vídeos, todos hospedados no Youtube, site onde o bispo mantém um canal oficial de vídeos, através do endereço: <http://www.youtube.com/user/obispomacedo>. No item “Palavra amiga podcast”, mais um elemento multimidiático, o *podcast*, faz do blog um espaço complexo de midiatização do religioso. Ao clicar no ícone, um link externo para o portal Arca Universal é aberto. Através do funcionamento do *podcast* é possível ouvir a mensagem do Bispo em áudio. É uma espécie de programa de rádio, com trilhas sonoras, efeitos sonoros, testemunhos e dramatização encenada por locutores. Até o dia 30 de dezembro de 2010, 218 *podcasts* foram publicados.

⁷¹ Captado em 27 de julho de 2010.



Figura 16 - Galeria de Fotos⁷²

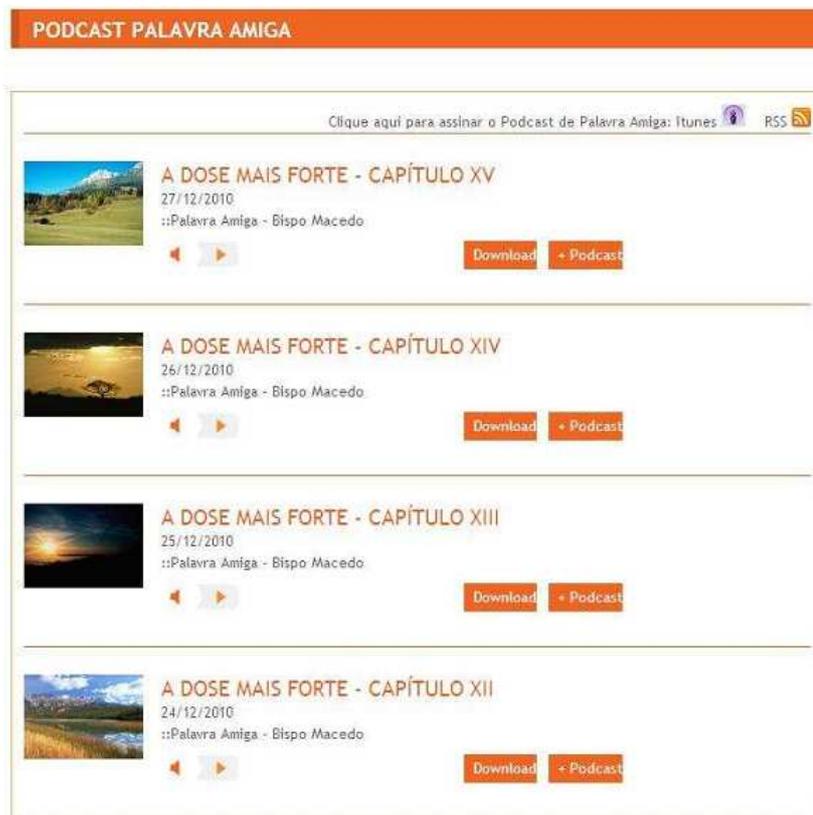


Figura 17 - Podcast Palavra Amiga⁷³

⁷² Captado em 30 de dezembro de 2010.

⁷³ Captado em 30 de dezembro de 2010.

Nestas seções há um fechamento operacional por parte do sistema comunicacional-religioso, pois o fiel internauta não tem a possibilidade de interagir. Em “Biografia”, sua participação fica restrita apenas a ler a biografia de Edir Macedo e sua trajetória de vida; Em “Galeria de Fotos”, apenas vê as fotos; em “Livros”, o fiel é direcionado a uma outra janela que se abre para o endereço Arca Center, shopping virtual da IURD; já em “Palavra Amiga Podcast”, a interação é restrita apenas a ouvir a mensagem. Com essas restrições o sistema não é afetado, pois se conserva sua diferença em relação ao ambiente externo. Mesmo assim, reconhece a existência do ambiente, operando a partir de construções próprias guiando os caminhos a serem percorridos pelo ambiente externo (fiel) que não desestabiliza o sistema (Luhmann, 2006).

Ao analisar as distintas situações de interação mediada por computador, Primo (2000) as classifica em mútuas e reativas. Para os casos listados acima, podemos classificar como reativa por ser um sistema fechado. “Por apresentar relações lineares e unilaterais, o reagente tem pouca ou nenhuma condição de alterar o agente. Além disso, tal sistema não percebe o contexto e, portanto, não reage a ele” (PRIMO, 2000, p.07). Neste tipo de interação não é permitido a um membro da relação (fiel) qualquer tipo de manifestação diversa daquela que foi transmitida pela fonte emissora, restando-lhe apenas responder a estímulos previamente determinados.

Na seção “Blog”, encontramos as principais características marcadas por uma variedade de *posts*⁷⁴, organizadas em ordem cronológica e atualizadas diariamente. Por vezes, falha-se um dia na semana em que não é atualizado. Na versão antiga do site, os internautas eram avisados sobre as atualizações, sempre aos domingos, quartas e sextas-feiras. Na nova versão, essas atualizações ocorrem quase que diariamente dando mais sentido à coerência do funcionamento de um blog que é a atualização diária. Há produção de textos verbais e não-verbais como fotos, vídeos e arquivos de áudios. À esquerda, nas duas primeiras colunas do blog, estão as postagens feitas por Edir Macedo, em ordem cronológica, conforme a imagem a seguir.

⁷⁴ Do verbo "to post", em inglês, significa o ato de publicar uma informação. Na web, o *post* é um registro de informação, independente do tamanho, e pode conter não só texto, mas também imagens, áudios e vídeos.

29
DEZ

Espírito de Deus

Se, porém, Eu expulso demônios pelo Espírito de Deus, certamente é chegado o Reino de Deus sobre vós. Mateus 12.28.

Primeira parte:
A posse do Reino de Deus só é possível com a atuação do Espírito de Deus.

Segunda parte:
Contudo, é necessário que o candidato queira isso de todo o coração, com todas as suas forças e de todo o entendimento.



Espalhe por aí:

Publicado por: **Bispo Edir Macedo**

Estudos 30 Comentários adicionados Enviar para um amigo

Figura 18 - Post em ordem cronológica⁷⁵

Ao final de cada postagem há diferentes dispositivos midiáticos (que circulam na sociedade) que podem ser acionados pelo internauta fazendo circular as mensagens, o que faz do blog um dispositivo complexo de midiatização. Em “Espalhe por aí”, há uma operação por parte da matriz religiosa de convocação à distribuição. A eles são ofertados 15 dispositivos: Facebook⁷⁶, StumbleUpon⁷⁷, Tumblr⁷⁸, Digg⁷⁹, Google Bookmarks⁸⁰, Twitter⁸¹, Yahoo!

⁷⁵ Captado em 30 de dezembro de 2010.

⁷⁶ Rede social lançada em fevereiro de 2004 e criada por Mark Zuckerberg, ex-estudante de Harvard (EUA). O website é gratuito para os usuários que podem criar perfis contendo fotos e listas de interesses pessoais, trocando mensagens privadas e públicas entre si e participantes de grupos de amigos. A visualização de dados detalhados dos membros é restrita para membros de uma mesma rede ou amigos confirmados.

⁷⁷ Funciona como um serviço de descoberta de sites e conteúdo ativado por uma barra de ferramentas instalado no navegador através da qual os usuários podem fazer avaliações positivas ou negativas dos sites visitados. O usuário tem opção de ver as páginas que amigos e outros usuários recomendaram.

⁷⁸ É uma plataforma de blogging que permite aos usuários publicarem textos, imagens, vídeo, links, citações e áudio, e um blog de textos curtos, mas não chega a ser um microblog. É possível "seguir" outros usuários e ver seus posts. Usuários podem gostar (favoritar) ou reblogar (divulgar) outros blogs.

⁷⁹ Site que reúne links para notícias, podcasts e vídeos enviados pelos próprios usuários e avaliados pelos mesmos.

Bookmarks⁸², MySpace⁸³, Live⁸⁴, Netvibes⁸⁵, Technorati⁸⁶, Yahoo! Buzz⁸⁷, Del.icio.us⁸⁸, Yigg⁸⁹, MSN Reporter⁹⁰. Logo abaixo, está a assinatura da postagem, seguida da categoria que se encontra, do número de comentários adicionados e o item “Enviar para um amigo”, via email. Isso denota os modos como a igreja dinamiza seu ambiente discursivo em processos de convergência. Ao perceber que seus fiéis internautas participam de outras estruturas interativas, busca, dessa forma, não perder a fidelização com eles. Pelo contrário, os instrui a levar a mensagem por outras mídias.



Figura 19 – Espalhe por ai⁹¹

Ao final de cada postagem, conforme visualizamos na imagem acima, encontra-se o espaço onde efetivamente se dá o processo de interação entre os fiéis internautas e Edir Macedo, por meio da modalidade de comentários. Para concretizar o diálogo e a circulação tornar-se visível, o dispositivo regula as condições de participação, conforme a imagem a seguir, seja por lembrar aos internautas que somente comentários relevantes são publicados,

⁸⁰ Ferramenta que organiza e disponibiliza links de sites favoritos ao fazer o login no Google.

⁸¹ Microblogging que permite aos usuários escreverem pequenos textos de no máximo 140 caracteres, a partir da seguinte pergunta: “O que você está fazendo?”.

⁸² Ferramenta que organiza e disponibiliza links de sites favoritos ao fazer o login no Yahoo.

⁸³ Serviço de rede social que utiliza a Internet para comunicação online através de uma rede interativa de fotos, blogs e perfis de usuário. Possui grande habilidade para hospedar MP3, por isso é muito popular entre os músicos.

⁸⁴ É a nova geração do popular Messenger, parte dos novos serviços online da Microsoft chamados de Windows Live.

⁸⁵ É um desktop online usado como leitor de feeds. A tecnologia permite um alto nível de personalização, sendo possível alterar o título da página, adicionar, mover, remover conteúdos dos mais variados entre outras personalizações.

⁸⁶ Ferramenta de busca que rastreia o que está acontecendo na blogosfera. Através desta ferramenta é possível visualizar quais sites adicionaram um link para o blog do internauta que utiliza o Technorati.

⁸⁷ Site colaborativo para promoção de notícias, vídeos e imagens da internet. O “Buzz” é um espaço que une o uso do bookmarking com o compartilhamento de referências do internauta em outras redes de indicação de notícias.

⁸⁸ Serviço on-line que permite adicionar e pesquisar bookmarks sobre qualquer assunto. É usado para arquivar e catalogar os sites preferidos podendo acessá-los de qualquer lugar. É possível o compartilhamento e a visualização dos favoritos públicos de vários membros da comunidade.

⁸⁹ Site de notícias alemão, programado para os usuários publicarem notícias e comentários.

⁹⁰ Esta ferramenta não existe mais.

⁹¹ Captado em 27 de julho de 2010.

seja pelo espaço pré-determinado de 500 caracteres. Além disso, impõe a obrigatoriedade do nome e do email. Ao participante é conferida a privacidade e o sigilo do email. Certamente, a estrutura opera por meio de seleções e, sendo Edir Macedo um homem com muitas obrigações, a filtragem ocorre por conta da instituição religiosa. Pois, sozinho, não daria conta da demanda de participações, uma vez que todas as postagens não são fechadas, assim como ocorre na maioria dos blogs pessoais. Ou seja, é possível que o internauta comente uma postagem feita há um ano, por exemplo.

Deixe um Comentário

Perguntas e orientações não serão respondidas neste espaço. Estas deverão ser feitas somente pelo e-mail: falecom@bispomacedo.com.br. Lembramos que este espaço é reservado somente para comentários. Somente comentários relevantes ao assunto serão autorizados.

Nome (Obrigatório)

E-Mail (não será publicado) (Obrigatório)

Caracteres restantes:

Figura 20 – Espaço para comentários⁹²

Temos nos itens “Vídeos” e “Blog” uma abertura do sistema comunicacional-religioso. No primeiro, além do fiel ver os vídeos ele pode inserir-se no sistema comentando e deixando suas marcas discursivas. O mesmo ocorre no item “Blog” onde o sistema é aberto para ser estimulado através de ruídos ou perturbações oriundas do ambiente. Com isso, obtém a energia necessária para alimentar suas operações internas. Tal abertura ocorre de forma seletiva: depois de observar o ambiente e suas demandas, bem como a si mesmo e sua capacidade estrutural para redução da complexidade, o sistema seleciona aqueles ruídos (perturbações ou irritações) que serão recebidos e considerados como informação passível de gerar novas estruturas capazes de reduzir a complexidade externa (Luhmann, 2006). A seletividade é visível através do trecho: “Somente comentários relevantes ao assunto serão

⁹² Captado em 27 de julho de 2010.

autorizados”.

Na visão de Primo (2000), o sistema aberto define a interação mútua, pois forma um todo global. “Não é composto por partes independentes; seus elementos são interdependentes. Onde um é afetado, o sistema total se modifica. O contexto oferece importante influência ao sistema, por existirem constantes trocas entre eles” (PRIMO, 2000, p.07). Por conseguinte, os sistemas interativos mútuos estão voltados para a evolução e desenvolvimento. Se no sistema operacionalmente fechado a interação se resumia ao par estímulo-resposta, baseados em relações pré-determinadas, na mútua esse processo se dá através da negociação. Dessa forma, pode-se dizer que nunca qualquer resultado de processos de negociação pode ser previsto, pois a relação é constantemente construída pelos interagentes. Segundo Primo (2000, p.09), por ser um sistema aberto e por pressupor processos interpretativos (entre outros fatores), “não se pode jamais pré-determinar que uma certa ação gerará determinado efeito. Logo a interação mútua é um processo emergente, isto é, ela vai sendo definida durante o processo”. Portanto, as correlações existem, mas não determinam necessariamente relações de causalidade.

Dando continuidade à apresentação do blog, à direita, em uma coluna, estão os menus da barra lateral. É possível configurar o tamanho da fonte conforme a necessidade do internauta para obter uma melhor leitura. O acesso também é disponível nos idiomas inglês e espanhol. É explícito também o oferecimento da opção de busca de conteúdos, no link “Pesquisar”. Logo abaixo se encontra a seção “Internauta Missionário” que se configura como um espaço para o pagamento do dízimo.

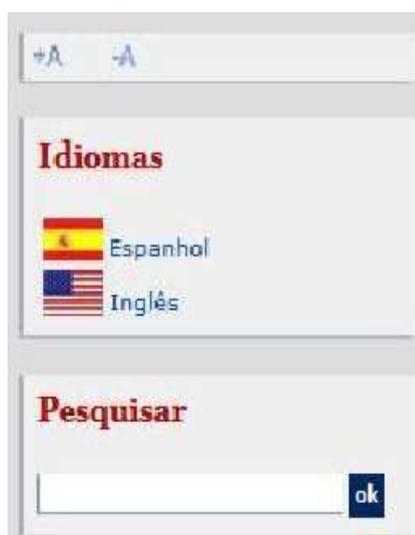


Figura 21 – Configurações pessoais e pesquisa⁹³

⁹³ Captado em 02 de janeiro de 2011.

Internauta Missionário

 Agência: 3221-2
Conta: 1257-2
Em nome de:
Igreja Universal do Reino de Deus

 Agência: 3396-0
Conta: 0240-2
Em nome de:
Igreja Universal do Reino de Deus

Queremos continuar a levar a palavra de fé no Deus Vivo a todos os sofredores. E a internet é um grande meio de chegarmos aos lugares mais remotos deste mundo. Hoje, a equipe Arca Universal conta com vários profissionais e estamos adquirindo novos servidores para dar a todos o melhor. Seja um internauta missionário. Nada é mais glorioso do que ganhar almas. Lembre-se: dar, e dar-se-vo-s-á...

Quem tem fé para dar, com certeza terá fé para receber.

Quem sai andando e chorando, enquanto semeia, voltará com júbilo, trazendo os seus feixes. Salmo 126:6

Contribuir agora pelo site

Figura 22 – Seção Internauta Missionário⁹⁴

Em “Internauta Missionário” há uma operação discursiva visando o consumo, inerente às práticas da IURD, através de marcas discursivas como “Seja um internauta missionário”, “Contribuir agora pelo site”, “Quem tem fé para dar, com certeza terá fé para receber”, “Nada é mais glorioso que ganhar almas”. Ao clicar para contribuir, uma nova janela é aberta e o internauta é direcionado para o endereço <http://www.donativos.com.br/>. No site são explicitadas as dúvidas sobre os dízimos, o significado da oferta e informações sobre o trabalho missionário da IURD. O fiel pode optar por fazer o pagamento do dízimo nas contas da igreja no Banco do Brasil ou Bradesco. Há também a opção por pagamento em boleto bancário ou cartão de crédito. O valor mínimo é de R\$ 20,00. Há três opções do dízimo: o

⁹⁴ Captado em 02 de janeiro de 2011.

tradicional dízimo da IURD; a Oferta, do internauta missionário e, a partir de 2010, é apresentado mais uma opção, a oferta para a construção do Templo da IURD⁹⁵.

Você pode fazer a sua doação através de boleto bancário ou cartão de crédito.

Minha doação vai para:

Oferta - Construção do Templo da IURD **Dízimo**

Oferta - Internauta Missionário

R\$

* valor mínimo: R\$ 20,00

Se preferir, o depósito pode ser feito em uma das contas abaixo em nome da Igreja Universal do Reino de Deus:

Bradesco
Agência: 3396-0
C/C: 0240-2

Banco do Brasil
Agência: 3221-2
C/C: 1257-2

Figura 23 – Doações para a IURD⁹⁶

Ainda no menu à direita, um link para o Twitter de Edir Macedo (figura 24). Ao percorrermos seu endereço no microblogging, <http://twitter.com/bispomacedo/>, podemos verificar que grande parte dos tweets⁹⁷ remete aos assuntos postados no blog, convidando seus seguidores a acessarem sua página pessoal. Edir Macedo mantém seu perfil desde o dia 21 de março de 2009 quando realizou a primeira postagem. Em uma primeira visita ao Twitter do bispo, no dia 15 de novembro de 2009, 13.425 usuários eram seus seguidores. Até o dia 26 de julho de 2010 eram 23.260 seguidores. Já no dia 02 de janeiro de 2011, o twitter tinha 32.848 seguidores.

⁹⁵ De acordo com informações do site da IURD, a igreja vai construir uma réplica do Templo de Salomão em São Paulo.

⁹⁶ Captado em 02 de janeiro de 2011.

⁹⁷ Um Tweet é uma mensagem enviada pelo Twitter com limitação de 140 caracteres, caso contrário o sistema corta o resto da mensagem.



Figura 24 – Link para o Twitter⁹⁸

@BispoMacedo

BispoMacedo

Verified Account

Name Edir Macedo
Location São Paulo - Brasil
Web <http://www.bispom...>
Bio Bishop

19 following 32,848 followers 844 listed

Tweets 711

Acabei de chegar da cerimônia de posse da Presidente Dilma. - <http://bit.ly/gowjfv>
8:07 PM Jan 1st, 2011 via TweetDeck

Eu, a quem tem sede, darei de graça da fonte da água da vida. Ap. 21.6 - Senhor Jesus Cristo @Biblia10
2:30 PM Dec 28th via TweetDeck

E se você pudesse nascer de novo? - <http://bit.ly/fXm2t8>
9:18 AM Dec 27th via TweetDeck

Aborto: crime contra quem? - <http://bit.ly/ghr80U>
10:46 AM Dec 22nd via TweetDeck

Os servos trabalham, se esforçam, usam a autoridade dada a eles pelo Senhor, mas é Ele quem traz o crescimento.
5:08 PM Dec 21st via Facebook

Marketing do aborto - <http://bit.ly/l6plaM>
10:02 PM Dec 19th via TweetDeck

Disponibilizei algumas fotos em meu blog. <http://bit.ly/f3EiZL>
9:56 AM Dec 14th via TweetDeck

Para você, Renato, digo apenas isso... - <http://bit.ly/f3EiZL>
12:18 PM Dec 13th via TweetDeck

Se a nossa esperança em Cristo se limita apenas a esta vida, somos os mais infelizes de todos os homens. I Co 15.1 @Biblia10
11:51 AM Dec 13th via TweetDeck

More like BispoMacedo

- LouvoresdoReino LOUVORES DO REINO Follow
- KimberlyCole1 Kimberly Cole Follow

view all

RSS feed of BispoMacedo's tweets

Figura 25 - Twitter de Edir Macedo⁹⁹

⁹⁸ Captado em 27 de julho de 2010.

⁹⁹ Captado em 02 de janeiro de 2011.

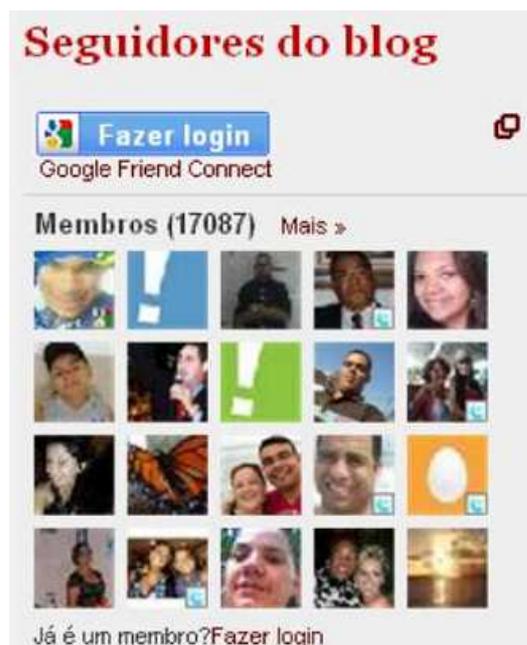


Figura 26 - Seguidores do Blog de Edir Macedo¹⁰⁰

No item “Seguidores do blog” (figura 26), é possível se cadastrar e ser um membro seguidor do bispo do blog. No dia 15 de novembro de 2009, quando realizamos uma primeira visita, 6.850 pessoas faziam parte da comunidade. Até o dia 27 de julho de 2010, o blog tinha 12.742 membros, o que representa um aumento de quase 100% em um período de 8 meses. Já no dia 02 de janeiro de 2011 eram 17.087 seguidores do bispo no blog.

No link “Livro de Oração” (figura 27), o internauta é direcionado a uma janela (figura 28) para colocar seu nome e email, e também responder se é ou não frequentador da IURD. Ao inserir o nome no livro de oração, o fiel internauta é avisado de que o bispo estará realizando preces diariamente. Após preencher os dados e enviar, uma nova janela é aberta (figura 29) com a seguinte mensagem: “O seu nome foi registrado com sucesso. Volte em breve e inclua seu nome novamente. Queremos estar sempre orando por você.” Na versão antiga do site, quando o nome era incluído no Livro de Orações, a mensagem que surgia era a seguinte: “Obrigado, seus dados foram enviados com sucesso. Estarei orando por você!”. Percebemos que nessa nova versão, há por parte da Igreja uma estratégia discursiva de retorno dos fiéis para que o vínculo seja mantido permanentemente, por exemplo, “volte em breve e inclua seu nome novamente”. Nesta seção o sistema se mantém fechado e o fiel não interage no sentido de provocar “ruídos” ao sistema.

¹⁰⁰ Captado em 02 de janeiro de 2011.



Figura 27 – Link para o Livro de Oração¹⁰¹

LIVRO DE ORAÇÕES

Coloque seu nome no livro de oração preenchendo os dados abaixo. Estarei realizando orações diariamente.

Nome

Email

Você frequenta a IURD?

Sim

Não

Enviar

Figura 28 – Registro de dados no Livro de Orações¹⁰²

LIVRO DE ORAÇÕES

Coloque seu nome no livro de oração preenchendo os dados abaixo. Estarei realizando orações diariamente.

O seu nome foi registrado com sucesso.

Volte em breve e inclua seu nome novamente.

Queremos estar sempre orando por você.

Figura 29 – Mensagem de encerramento do Livro de Orações¹⁰³

¹⁰¹ Captado em 27 de julho de 2010.

¹⁰² Captado em 27 de julho de 2010.

¹⁰³ Captado em 27 de julho de 2010.

Em “Newsletter¹⁰⁴” o fiel insere seu email e clica no link enviar (figura 30). O internauta é direcionado a uma nova janela com uma caixa de solicitação de email. Basta inserir o código, abrir o email e acessar o link de confirmação e, a partir daí, o fiel já está cadastrado e passa a receber as atualizações diretamente no seu email. Esse serviço é uma opção indispensável para o crescimento no número de visitas do blog, uma vez que os assinantes do Newsletter recebem as atualizações do blog via email. Ou seja, a manutenção de laços com os fiéis é possível sem que eles acessem diretamente o blog, pois são avisados, de forma personalizada, sobre as atualizações do conteúdo. É uma forma de o discurso religioso chamar atenção para sua plataforma dizendo: “Não esqueça, venha visitar o blog”. Aqui, novamente o sistema opera com base no estímulo-resposta havendo um fechamento operacional.



Figura 30 - Newsletter¹⁰⁵

No item “Eu recomendo que todo crente leia este livro” (figura 31), encontramos a vitrine no blog para a loja virtual. Esta seção também aparece como “Anúncio” ou “Publicações” (figura 32), onde um produto é colocado em destaque, como DVDs e livros. Ao clicar nesse item, uma janela é aberta e o internauta é direcionado para o Arca Center, a loja virtual da IURD hospedada no Portal Arca Universal. Outro aspecto interessante a ser salientado é a venda do livro “Mensagens do meu blog” (figura 33), de Edir Macedo. A proposta do livro é levar aos leitores as temáticas abordadas no site com uma reflexão aprofundada contendo, inclusive, opiniões dos internautas.

¹⁰⁴ Termo inglês que significa “Boletim informativo”, um tipo de publicação distribuído como mensagem eletrônica para usuários receberem informações via internet, após cadastramento em algum site.

¹⁰⁵ Captado em 27 de julho de 2010.

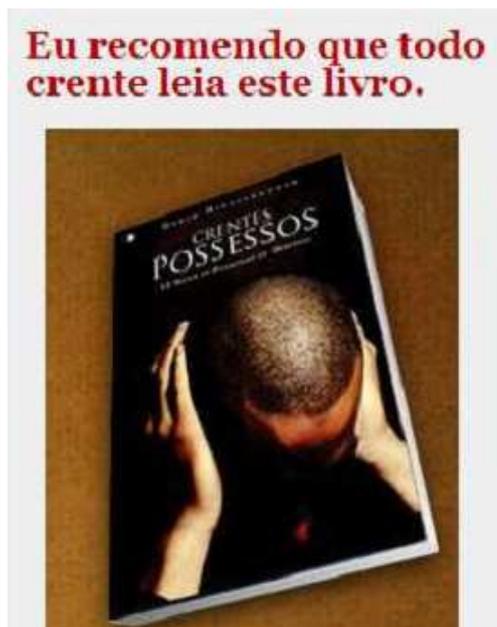


Figura 31 - Anúncio¹⁰⁶

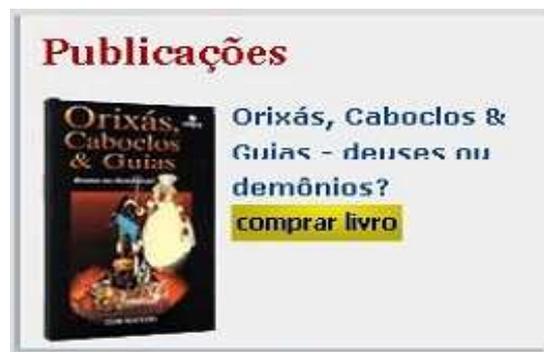


Figura 32 - Publicações¹⁰⁷



Figura 33 – Livro “Mensagens do meu blog”

Outro item do menu do blog de Macedo é o site Templo de Salomão. Ao clicar, o fiel é direcionado ao site <http://www.otemplodesalomao.com/>. Segundo informações do próprio site, o templo será construído com pedras trazidas de Israel. Serão 126 metros de comprimento e 104 metros de largura, dimensões que superam as de um campo de futebol oficial. São mais de 70 mil metros quadrados de área construída num quarteirão de 28 mil metros. A altura de 55 metros corresponde a de um prédio de 18 andares, quase duas vezes a altura do Cristo Redentor. Com previsão de entrega para daqui a quatro anos, o complexo

¹⁰⁶ Captado em 04 de janeiro de 2011.

¹⁰⁷ Captado em 27 de julho de 2010.

também contará com 36 Escolas Bíblicas com capacidade para comportar aproximadamente 1,3 mil crianças, estúdios de tevê e rádio, um auditório para 500 pessoas, além de um estacionamento para mais de mil carros. A Igreja será no Brás (zona leste da capital paulista) e terá capacidade para mais de 10 mil pessoas sentadas.

O projeto teve repercussão internacional. O jornal americano The New York Times noticiou: "reconstruindo o Templo de Salomão em São Paulo". O inglês The Guardian fez referência ao tamanho da construção e afirmou que o templo pode até fazer sombra ao Cristo Redentor. Na página do site, o fiel pode acompanhar a construção do templo ao vivo. A IURD instalou uma câmera de vídeo em cima de um prédio na Avenida Celso Garcia, no Brás, para transmitir 24 horas por dia imagens do terreno onde será construída a nova sede mundial da igreja. Com isso, observamos a midiatização de uma construção religiosa operada pela discursividade midiática, ou seja, a fala da igreja é acoplada ao discurso da mídia, como é o caso do operador AO VIVO.



Figura 34 - Link para o site do Templo de Salomão¹⁰⁸

¹⁰⁸ Captado em 04 de janeiro de 2011.

Construção do Templo : AO VIVO



Essa obra necessita de sua ajuda.
Os recursos para a construção do templo, virão do povo da Igreja Universal do Reino de Deus.
Contudo, não são exclusivos.
Todos são bem vindos para ajudar, e poderão participar desta construção.

Para saber como contribuir [clique aqui](#).

Figura 35 - Templo de Salomão Ao Vivo¹⁰⁹

Com isso, percebemos que o sistema opera via acoplamento estrutural em uma relação de interpenetração resultando no desenvolvimento mútuo dos sistemas. Segundo Luhmann (2006), a interpenetração não indica apenas uma intersecção de elementos, mas sim uma contribuição mútua para que haja uma constituição seletiva desses elementos, que levam à intersecção. Como esta relação é de acoplamento estrutural, cada um dos sistemas (podemos situar a loja virtual Arca Center, o site Templo de Salomão e também o Twitter) permanece como ambiente do blog, representando um suporte de estrutura e um conjunto de perturbações e irritações. Estas perturbações se constituem em ruído para um e para outro que, por sua vez, vão constituir elementos a serem trabalhados internamente por meio da autorreferência – e mantendo o fechamento operacional – com relação à referência externa. Também há uma interpenetração em operações de abertura do sistema, quando o blog disponibiliza ao fiel a opção de interação por meio de sua inserção no sistema via comentários. Ou seja, um é ambiente do outro, um penetra no outro.

¹⁰⁹ Disponível em: <http://www.otemplodesalomao.com/live.html>. Captado em 04 de janeiro de 2011.

O próximo item do menu apresenta três *feeds* RSS (figura 36): “Fonte a Jorrar”, de Ester, esposa de Edir Macedo; “Cristiane Cardoso” e “Vivi Freitas”, filhas do bispo. Esse sistema RSS é usado para que um internauta possa acompanhar os conteúdos de um site ou blog sem que precise visitar o site em si. É semelhante ao sistema *newsletter*, ou seja, é mais um agregador de informações que contribui para a circulação da mensagem e pode ser acessado mediante programas ou sites agregadores.

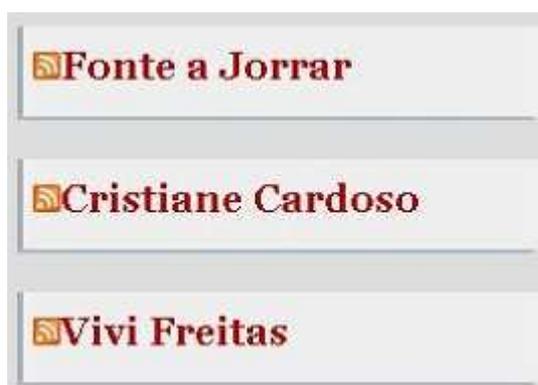


Figura 36 - RSS¹¹⁰

Seguindo à apresentação do menu, há ainda os itens “Bispo responde”¹¹¹, onde constam as postagens do tipo Pergunta e Resposta; “Últimos Comentários”, seção esta que se modifica a cada instante, conforme os comentários dos internautas nos assuntos por eles escolhidos. Neste item aparecem os 15 últimos comentários feitos no blog, com identificação do título da postagem e o nome do internauta. “Últimas mensagens” corresponde as 15 últimas postagens feitas por Edir Macedo. Em “Arquivos”, o fiel internauta pode consultar as postagens subdivididas por meses. No item “Categorias”, as publicações são subdivididas em áudio, estudos, fotos, matérias, mensagens, perguntas e respostas, revelações, slides, sociedade e vídeos. Apresentamos, a seguir, um gráfico quantitativo com os números das publicações. A análise considerou todas as postagens feitas até o dia 31 de dezembro de 2010.

¹¹⁰ Captado em 27 de julho de 2010.

¹¹¹ Até o dia 31 de dezembro de 2010, o blog apresentava 36 postagens.

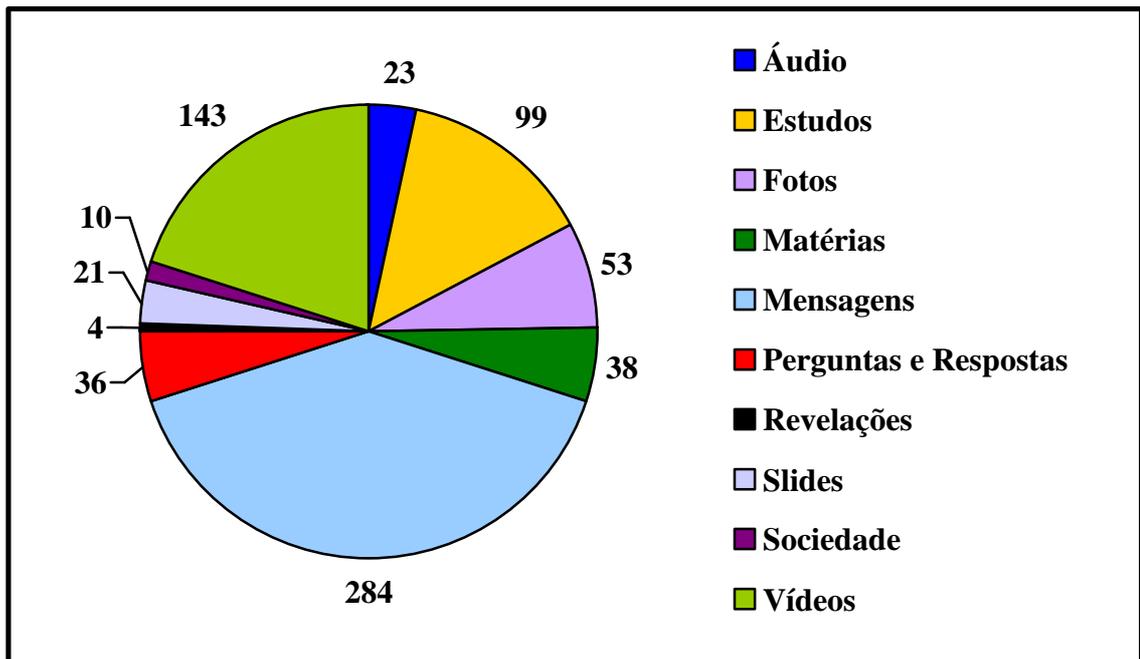


GRÁFICO 1 - Quantidade de Publicações por Categorias

É importante salientarmos que as categorias são extraídas do próprio ambiente do blog, que se encarregou de subdividir as seções para a leitura dos internautas. Algumas publicações também se repetem, por exemplo, nas categorias “Estudos”, “Mensagens”, “Matérias”, “Revelações” e “Sociedade” há postagens em áudio e vídeo. O item “Mensagens” concentra a maioria das publicações, 284 e, em seguida, “Vídeos” com 143.

Áudio: As 23 publicações em áudio correspondem, na maioria, às reuniões de obreiros e pastores. Há áudios com os cultos na íntegra, com duração de cerca 1h e 10min. Há também mensagens mais específicas para namorados, desempregados, humilhados e respostas aos ataques da Rede Globo, com duração de cerca de 18min. Outras convocando os fiéis a participarem de encontros presencialmente no templo.

Estudos: Contém 99 publicações em diferentes formatos como textos, áudios e vídeos. São apresentados passagens e trechos bíblicos a fim de orientar os fieis sobre o valor correto e a apropriação dos sentidos da bíblia e suas aplicações no dia-a-dia.

Fotos: Os 53 *posts* dessa categoria abrangem fotos com momentos de reflexão. O internauta pode optar por acompanhar as fotos com áudio. A cada sequência de fotos uma foto-legenda com trechos bíblicos são apresentadas. Há fotos de natureza, de templos espalhados pelo mundo, de encontros e reuniões com pastores e também fotos tiradas pelo próprio Edir Macedo, já que a fotografia é seu *hobby* favorito.

Matérias: Nesse item, 38 postagens, geralmente mais extensas por tratarem de matérias com colaboração de outras pessoas, obreiros, pastores, notas da assessoria de imprensa da IURD, matérias da Rede Record e Folha Universal. As matérias apresentam fotografias e vídeos. As tematizações abrangem desde inaugurações de templos, estudos científicos, respostas à TV Globo até testemunhos de fiéis.

Mensagens: Esse item corresponde à maioria das publicações, 284. Também apresenta colaborações, fotos, imagens, vídeos e testemunhos. Os textos apresentam conteúdos de formação evangélica e muitos trechos bíblicos.

Perguntas e Respostas: As postagens referem-se às perguntas enviadas pelos internautas com a resposta de Edir Macedo. Correspondem ao que Fausto Neto (2002) chama de “políticas terapêuticas”, uma espécie de pronto-socorro espiritual. Entre as 36 tematizações destacamos questões como: primeiro amor, jejum, sexo, separação, dízimo, casamento, namoro, prostituição e desemprego.

Revelações: Apresenta quatro postagens. A primeira refere-se ao surgimento da IURD como uma revelação de Deus a Edir Macedo. A segunda, sobre o casamento entre Edir e sua esposa, como uma revelação divina de que ela era sua outra metade. O post é ilustrado com uma fotografia do casamento do bispo. A terceira refere-se a uma fábula, “O sábio e o escorpião”.

Slides: Apresenta 21 publicações com slides para reflexão. Também contém fotos, vídeos e passagens bíblicas.

Sociedade: As tematizações dos 10 *posts* desse item abrangem questões como desastres ambientais, destruições nos templos da IURD, testemunhos de fiéis, aborto e pedofilia. Apresenta fotos, vídeos e links para outras matérias.

Vídeos: Corresponde ao segundo item com maior número de publicações, 143. Os vídeos apresentam imagens de cultos, reuniões com obreiros e pastores, testemunhos de fiéis, reportagens de matérias da Record e mensagens do próprio bispo.

O próximo item que destacamos no blog de Edir corresponde ao “Mais Lidos”. Nesse item são apresentados os 15 posts mais lidos. Por “mais lidos”, compreendemos como aqueles que contêm o maior número de comentários. Apresentamos, a seguir, os 15 posts em evidência no blog com a quantidade de comentários.

MAIS LIDOS		
POSTS	DATA	COMENTÁRIOS
O bispo responde - Dúvida sobre Sexo Oral	17/02/2009	641
Ataque e destruição da IURD em Faro (Portugal)	13/07/2010	602
Projeto do Templo da IURD	15/06/2010	581
Suor, sangue e lágrimas	19/07/2010	199
A torta de Deus	12/07/2010	134
O barulho da carroça	25/07/2010	129
Ataque à IURD de Faro (Portugal) – Nota de imprensa	14/07/2010	121
Exemplo de Schindler	08/07/2010	117
Como Nascer do Espírito	22/07/2010	113
Dúvida pros infernos!	07/07/2010	112
Dia da Decisão na Argentina	26/07/2010	108
Cabeça acima do coração	20/07/2010	104
Vida no Altar	17/07/2010	90
Algumas crianças gostariam que seus pais fossem animais	06/07/2010	88
O Tapete	18/07/2010	84

TABELA 1 – Quantidade de comentários no item “Mais Lidos”

Ao percorrermos o conteúdo das postagens, que estão em destaque no blog, constatamos um equívoco em relação ao conteúdo apresentado no item. Através de um percurso pelos conteúdos do blog, constatamos que há outros posts com maior número de comentário dos que estão em destaque. Apresentamos, a seguir, um levantamento dos 15 posts que receberam o maior número de comentários, até o dia 31 de dezembro de 2010.

MAIS LIDOS		
POSTS	DATA	COMENTÁRIOS
Renato Maduro	13/12/2010	2.509
Carta do advogado ao Bispo Edir Macedo	12/08/2009	2.098
Meu pedido	14/05/2010	1.916
Cuidado com o profeta velho	16/10/2010	1.471
Cerca de 10 Milhões de pessoas comparecem ao Dia D no Brasil	22/04/2010	1.177
Mais uma das Organizações Globo	18/09/2009	1.034
Resposta ao Fogo Ardente	13/08/2009	914
Reunião de Obreiros e Pastores – 03/04/2009	04/04/2009	821
Médico Ateu se Converte	09/06/2009	814
Satisfação à Igreja	13/04/2010	793
Carta de uma ex-membro da Igreja Mundial	14/03/2010	672
O bispo responde – Dúvida sobre Sexo Oral	17/02/2009	641
Ataque e destruição da IURD em Faro (Portugal)	13/07/2010	602
Desabafo...	26/04/2009	588
Projeto do Templo da IURD	15/06/2010	581

TABELA 2 – 15 Posts mais comentados

Fechando a página, num rodapé, estão as TAGs¹¹² (figura 20), espécie de palavras-chave que permitem ao internauta orientar a leitura conforme os assuntos de seu interesse, tornando assim, a busca mais fácil. Basta clicar em qualquer uma das palavras que ele é direcionado às publicações referentes ao assunto. Abaixo está a assinatura do blog com os direitos autorais.

¹¹² Uma tag é uma palavra-chave ou termo associado com uma informação (ex: matérias, imagens, áudios, vídeos) que o descreve e permite uma classificação da informação baseada em palavras-chave. Tags são, usualmente, escolhidas informalmente e como escolha pessoal do autor ou criador do item de conteúdo, isto é, não é parte de um esquema formal de classificação. É um recurso encontrado em muitos sites de conteúdo colaborativo.



Figura 37 - TAGs

A seguir, apresentamos um levantamento quantitativo das mensagens publicadas por Edir Macedo desde o início do blog, em agosto de 2008 até dezembro de 2010.

2008		2009		2010		TOTAL
MESES	POSTS	MESES	POSTS	MESES	POSTS	
Jan		Jan	25	Jan	25	50
Fev		Fev	24	Fev	23	47
Mar		Mar	27	Mar	29	56
Abr		Abr	24	Abr	29	53
Mai		Mai	25	Mai	28	53
Jun		Jun	19	Jun	23	42
Jul		Jul	25	Jul	26	51
Ago	02	Ago	24	Ago	28	54
Set	08	Set	27	Set	27	62
Out	18	Out	23	Out	30	71
Nov	16	Nov	25	Nov	30	71
Dez	16	Dez	25	Dez	29	70
TOTAL	60		293		327	680

TABELA 3 – Quantidade de postagens publicadas por Edir Macedo

Conforme a tabela, visualizamos a quantidade de postagens publicadas por Edir Macedo a cada mês e, também, o número total de postagens (680), desde o primeiro, no mês de agosto de 2008 até dezembro de 2010. Percebemos que durante os primeiros cinco meses de 2008, o blog não era alimentado com frequência, sendo que no primeiro mês, apenas duas

publicações. A partir de 2009 passa a ser atualizado com mais frequência e uma média de 24 postagens por mês.

A trajetória percorrida até aqui, teve como objetivo analisar a matriz do blog, identificando os canais, pontos de acesso e interação do fiel com o sistema comunicacional religioso da IURD. A seguir, analisaremos os sentidos em circulação a partir das estratégias propostas pela emissão e recepção, destacando de forma aleatória alguns discursos presentes no blog, através da modalidade de postagens e comentários.

4. 3 Os sentidos em circulação

Procuramos descrever, anteriormente, a complexa arca midiática da IURD e as interações no blog de Edir Macedo. Agora, nosso trabalho consiste em identificar alguns aspectos da midiatização que se expressam pela circulação de sentidos. A seguir, são extraídos fragmentos de discursos no âmbito da produção e da recepção para verificar como a midiatização é instaurada na circulação sob alguns aspectos. As mensagens foram extraídas do mesmo modo que aparecem no blog, ou seja, sem correções ortográficas.

É importante destacar que o âmbito do “contrato” é chave para se entender os vínculos entre os suportes e os leitores (Verón, 2005). Para tais fins, o espaço físico do blog de Macedo, propriamente dito, é convertido em um dispositivo no âmbito que se organiza esta estratégia, explicitando tais ideais, modelando uma noção identitária sobre o lugar da enunciação e estruturando-se, dessa forma, um primeiro modo de leitura a ser ofertado ao mundo dos fiéis internautas. Nestas condições, o “contrato de leitura” é formalizado através de textos/discursos distribuídos na topografia do blog e que vão se constituir em ‘pontos de articulação’ entre a instância religiosa e a instância dos fiéis. O conteúdo textual é organizado, nessa espacialidade física, obedecendo a um conjunto de “regras privadas”, normas e parâmetros que são inerentes ao modo de operação de um dispositivo midiático, neste caso um blog. E é sobre estas condições que se organiza o sistema religioso para apresentar sua mensagem.

Desta perspectiva, a posição dos fiéis em recepção é fundamental nessa lógica de contato. Seu destino não é o de consumidor das mensagens tampouco de submissão aos efeitos presumidos pela esfera da produção. A lógica de transmissão da mensagem é alterada situando no mesmo patamar produtores e receptores, apesar de sabermos que o poder de

decisão está nas mãos da instância produtiva. Fausto Neto (2010) vai explicar que o conceito de circulação passa a funcionar como uma “zona de indeterminação” como dispositivo, ou espaço gerador de potencialidades.

Retira das gramáticas a soberania das intenções, na medida em que os discursos se contatam, pelo contágio da força e dinâmica deste novo espaço. As intenções de origem perdem força, uma vez que estão entregues a outras dinâmicas que fazem com que produção e recepção não possam mais controlá-las, bem como os efeitos que presumem estabelecer sobre discursos. A linearidade dá lugar à heterogeneidade. (FAUSTO NETO, 2010, p.08).

Segundo o autor, a existência de uma noção de equilíbrio é dissolvida no ato da enunciação, e os vínculos que caminhavam para uma simetria, já não são mais controláveis. “No lugar das regras, emergem estratégias e cujas lógicas apontam mais para diferenças do que para convergências” (FAUSTO NETO, 2010, p.08).

Podemos inferir que as diversas possibilidades de interação através da web, fazem repensar a comunicação midiática diferente das outras formas fornecidas pelas mídias tradicionais, cujo processo de transmissão da mensagem era estabelecido por uma lógica de mão única, não dialógica. O fluxo de informação típico da mídia de massa é invertido, quando um emissor difunde determinada mensagem para muitos receptores, em direção a um modelo no qual, potencialmente, todos os receptores são também emissores. Essa mudança vigente no processo comunicacional ocasiona tensões na prática jornalística e, neste caso, na relação com o campo religioso. Machado (2002, p.5) observa que:

No ciberespaço, pela primeira vez, os movimentos sociais, até então atores políticos dependentes na medida que a difusão do registro verbal na cena comum passa pela mediação das organizações jornalísticas, podem sem os impedimentos colocados pela tecnologia necessária para manter os meios convencionais, contribuir para a constituição de um espaço público democrático.

A seguir, extraímos uma postagem feita no blog de Macedo, intitulada “Campanha do grupo Folha não para”, publicada no dia 18 de junho de 2010 e com 293 comentários (até o dia 30 de agosto de 2010):

18 de junho de 2010: Campanha do grupo Folha não para

Por razões escusas, o grupo Folha continua em sua campanha difamatória contra a Igreja Universal.

Veja o tom das perguntas de um repórter do jornal Folha de S. Paulo, enviadas para a IURD. Analise as respostas e tire suas próprias conclusões.

Folha de S. Paulo: Tive acesso a 5 novas gravações das videoconferências realizadas pelo bispo Romualdo Panceiro no ano de 2008, na sede da IURD, em São Paulo, em conexão com pastores e líderes regionais de todo o País. Num desses vídeos, o bispo Romualdo aparece anunciando que estava custeando 7 passagens aéreas e estadia para Jerusalém, Israel, aos pastores que obtivessem maior crescimento de arrecadação de dízimos em suas igrejas, em todo o Brasil. Em outro trecho, o bispo diz que a igreja detém um programa de computador que permite comparar a arrecadação de dízimos, mês a mês, em cada igreja espalhada pelo Brasil. Em outro vídeo, o bispo Romualdo disse que os pastores não devem limitar o valor possível do dízimo do fiel, mas poderiam "estipular" tal valor.

Assim, indago:

1 - Esta premiação aos pastores ocorre todos os anos? Em caso positivo, qual o objetivo?

R: "Premiação", dentro do contexto da pergunta, é mais um termo preconceituoso adotado pela Folha de S.Paulo. A viagem para Israel não é considerada uma premiação e sim uma missão religiosa almejada por cristãos evangélicos de todo o mundo. Entre os 15 mil pastores da Igreja Universal do Reino de Deus, que atuam no Brasil, isso não é diferente. A missão religiosa na IURD, entre outras peregrinações, consiste em levar pedidos de oração dos fiéis a lugares sagrados, como o Monte Carmelo, a Muralha de Jerusalém e o alto do Monte Sinai, por exemplo. Uma árdua e esgotante escalada de mais de dois mil metros a pé. São viagens cansativas e curtas, de quatro, cinco dias, no máximo, em que, quase sempre, consome-se mais tempo em deslocamentos aéreos do que nos locais em que são realizadas orações pelos fiéis. Essa é a "premiação" de pastores e bispos da IURD.

2 - Como ocorre o controle das ofertas e dízimos por esse programa de computador? Qual o objetivo desse controle?

R: Trata-se de um procedimento interno da IURD.

3 - Folha de S. Paulo: O que significa não limitar o valor do dízimo?

R: Como já explicado reiteradas vezes, a IURD é uma denominação evangélica neopentecostal, que possui como doutrina a Teologia da Prosperidade. Ou seja, acredita na intervenção divina também para o bem-estar material do homem. Os frequentadores da IURD têm liberdade absoluta para fazer ou não doações financeiras e da maneira como entenderem correta, direito plenamente garantido pela Constituição Federal.

4 - Quais os comentários/esclarecimentos da igreja e do bispo Romualdo Panceiro a respeito dessas videoconferências? Qual o objetivo, alcance e resultados?

R: O exercício de fé pregado pelos pastores da IURD tem como único fundamento a prática dos ensinamentos da Bíblia. Ou seja, se as pessoas contribuem cada vez mais é porque simplesmente elas recebem cada vez mais. Esse é o princípio do crescimento da IURD, que a faz estar presente hoje em mais de 180 países.

5 - Outros comentários que julgar necessários.

R: Mais uma vez, a Folha de S. Paulo usa expressões e frases fora do seu contexto original para atacar a IURD, seus líderes e mais de 13 milhões de fiéis em todo Brasil. Ao explorar trechos maldosamente pinçados de uma pregação de três horas de duração, o jornal adota uma postura radical e inadmissível de preconceito religioso. A Igreja Universal repudia essa postura e mantém-se firme na pregação dos valores do Evangelho, indispensáveis para a consolidação de um país mais justo.

Assessoria de imprensa
Igreja Universal do Reino de Deus

A entrevista enviada por um repórter da Folha de São Paulo (cujo nome não é publicado) à assessoria da IURD, busca saber a existência de uma premiação aos pastores das igrejas de todo o Brasil e o funcionamento de um programa de computador que a igreja utiliza para controlar as igrejas que mais arrecadam dinheiro.

O repórter teve acesso a vídeos que documentam encontros da cúpula da IURD revelando o estabelecimento de um prêmio, uma viagem para Israel, aos sete pastores que mais arrecadassem dízimos dos seus fiéis. As imagens de videoconferências, comandadas em 2008 pelo bispo Romualdo Panceiro, apontado por Edir Macedo como seu sucessor, são postadas no site da Folha Online. Elas demonstram a pressão exercida sobre os pastores para que aumentem a coleta de recursos. Da sede da igreja em São Paulo, Panceiro se conectava com os principais pastores e bispos da Universal, no Brasil e no exterior. Romualdo orientava

os pastores a estipular o valor do dízimo. Panceiro ainda conta que o desempenho dos pastores seria checado por um programa de computador.

O blog do bispo Edir Macedo publica a entrevista da Folha de São Paulo dois dias antes de a matéria ser veiculada pelo jornal, 18 de junho de 2010, e a Folha no dia 20 de junho, conforme ilustração abaixo.

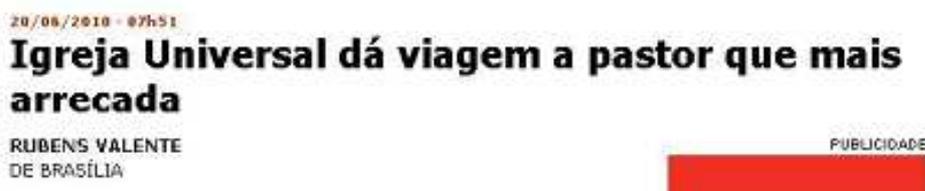


Figura 38 - Reportagem Folha de São Paulo¹¹³

Com isso, a IURD faz uma operação que antecipa o fluxo do acontecimento, dizendo ao seu público antes da Folha de São Paulo. Em produção, há manifestações discursivas heterorreferenciais à instituição jornalística (“campanha difamatória”, “termo preconceituoso”, “atacar a IURD”, “trechos maldosamente pinçados”, “preconceito religioso”) que são atualizados e desdobrados em circulação:

Por: Joana 18 de junho de 2010 às 22:05

Bispo,
Para mim e minha família as organizações Globo já era.
Temos acompanhado através da internet o baixo Ibope da emissora. Até quem não é frequentador da IURD tem notado isso. Em relação a satisfação a Igreja, amém. Mas para nós a nossa vida fala por si (pela fé) que temos aprendido a manifestar na IURD. Falem o que quiser, só sabemos que fomos curados, libertos, abençoados e salvos. Ai de nós se não usarmos a fé. (Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/06/18/campanha-do-grupo-folha-nao-para/?cp=1#comments>. Acesso em: 30 ago. 2010).

Por: Michelle 18 de junho de 2010 às 22:15

Que insistência mais chata desse jornal, que, mais uma vez, vem com os mesmos assuntos e acusações sem fundamentos, por isso que eu nem perco meu tempo lendo esse jornal que manipula informações.

¹¹³ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/753501-igreja-universal-da-viagem-a-pastor-que-mais-arrecada-veja-video.shtml>. Acesso em: 30 ago. 2010.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/06/18/campanha-do-grupo-folha-nao-para/?cp=1#comments>. Acesso em: 30 ago. 2010).

Por: JADIEL SANTOS-ESPERANTINA 19 de junho de 2010 às 08:50

ATÉ QUANDO!!! UMA COISA É CERTA DEUS É COM A IGREJA UNIVERSAL, SE CADA UM DE NÓS DESLIGARMOS DA GLOBO, O BRASIL SERIA MAIS JUSTO, 1 PONTO É 60 MIL DOMICILIO, AJUDA-DOS DERRUBAR A AUDIENCIA DESTA IMUNDA GLOBO. POSSO CONTAR CONTIGO? EU JA TENHO 2 ANOS QUE NÃO LIGO NA GLOBO, A COPA ESTOU ASSISTINO NA BAND!!.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/06/18/campanha-do-grupo-folha-nao-para/?cp=2#comments>. Acesso em: 30 ago. 2010).

Por: Malcolm M. 19 de junho de 2010 às 18:45

Prezado Jornalista do Grupo Folha,
Existe texto e existe contexto. O amigo parece não saber ou fingir não saber a diferença.

Se a sua função é relatar, então fale do contexto da tal conferência. Qualquer um pode escrever um texto e levá-lo para o lado que quiser.

Leitores da IURD,

Uma vez mais, boicotemos o Grupo Folha/UOL e peçam aos seus amigos e familiares que façam o mesmo.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/06/18/campanha-do-grupo-folha-nao-para/?cp=6#comments>. Acesso em: 30 ago. 2010).

Por: MARIA LUIZA 20 de junho de 2010 às 19:54

BISPO MACEDO, TUDO O QUE SE REFERE A GLOBO, ASSINATURAS DE REVISTAS, JORNAL, LIGAR A TV É ESTRITAMENTE PROIBIDO NA MINHA CASA, SE TODOS EVANGÉLICOS DA IURD FIZESSEM O MESMO ELES JÁ TERIAM SUMIDO DA MÍDIA. ISSO QUE FICAM PUBLICANDO É O DESESPERO, PORQUE A CADA DIA ELES CAEM MAIS DE INVEJA. A IURD, OS PASTORES, BISPOS, É QUE CADA VEZ MAIS CRECEM E APARECEM. NINGUEM É OBRIGADO A NADA, POR ISSO OS SRS. NÃO TEM QUE DAR SATISFAÇÃO DE NADA, DEUS ABENÇOE CADA VEZ MAIS O SR E A D. ESTER ABUNDANTEMENTE.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/06/18/campanha-do-grupo-folha-nao-para/?cp=9#comments>. Acesso em: 30 ago. 2010).

Por: Alexandre Nunes 19 de junho de 2010 às 09:38

Opa bispo, mais uma vitória para nós, o senhor sabe que aqui na empresa onde trabalho quando tem esses escandalos o meu diretor tem mais interesse em conhecer o trabalho da igreja, com os vídeos publicados pelo Uol, da qual meu diretor recebeu por email, ele pode ver a pregação do bispo Romulado referente à crise, e a empresa onde trabalho estava em crise, nisso ele ouviu a verdade de como sair daquela situação, ouviu a pregação do bispo sem ir à igreja, foi muito forte.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/06/18/campanha-do-grupo-folha-nao-para/?cp=2#comments>. Acesso em: 30 ago. 2010).

Nas mensagens selecionadas acima, observamos distintos desdobramentos feitos pelos fiéis internautas. Há manifestações discursivas diretas ao jornalista da Folha (“Prezado Jornalista do Grupo Folha”), denotando conhecimentos sobre o exercício jornalístico (“Se a sua função é relatar, então fale do contexto”). Também há pedidos feitos aos leitores do blog (“boicotemos o Grupo Folha/UOL e peçam aos seus amigos e familiares que façam o mesmo”, “POSSO CONTAR CONTIGO?”) e comentários que denotam noções de audiência (“1 PONTO É 60 MIL DOMICILIO”, “Temos acompanhado através da internet o baixo Ibope da emissora”) e desqualificação do jornal (“eu nem perco meu tempo lendo esse jornal que manipula informações”).

No último comentário observa-se uma experiência estritamente midiaticizada. Um empresário em crise recebe uma notícia por email e através da pregação encontra a solução para o problema financeiro (“a empresa onde trabalho estava em crise, nisso ele ouviu a verdade de como sair daquela situação, ouviu a pregação do bispo sem ir à igreja”).

As falas ainda fazem referência a outras mídias, midiaticizando no dispositivo a repulsa aos veículos relacionados à Rede Globo (“TUDO O QUE SE REFERE A GLOBO, ASSINATURAS DE REVISTAS, JORNAL, LIGAR A TV É ESTRITAMENTE PROIBIDO NA MINHA CASA”, “A COPA ESTOU ASSISTINDO NA BAND!!”).

Com isso, observamos um campo não-midiático realizando a sua experiência institucional religiosa por meio de uma processualidade estritamente midiática. O blog do Edir Macedo redesenha os processos de definição de acontecimento e produção da notícia pedindo comentários aos seus fiéis, como podemos observar no início da postagem: “Analisar as respostas e tire suas próprias conclusões”.

Ao publicar no blog a entrevista do jornalista do Grupo Folha, antecipadamente, cria-se um modelo de enunciação que põe em risco a exclusividade das informações quebrando sigilo entre fonte e jornalista. A IURD por ser fonte, liberta-se da dependência dos meios de comunicação de massa, pois se utiliza de seu dispositivo midiático para quebrar a temporalidade de uma redação jornalística, colocando em seu poder o controle sobre o trabalho de edição jornalística da Folha, dando visibilidade ao processo de produção da notícia e, ainda, fazendo pedidos aos seus leitores para que comentem os mecanismos utilizados pela instituição jornalística para obter informações.

Pelo blog, é possível a agregação de fiéis em torno de interesses comuns, independentes de fronteiras ou demarcações territoriais fixas. E a rede não está conectada

apenas por laços sociais em torno de interesses comuns, mas sim por ligações sociotécnicas. Nesse sentido, Gasparetto (2006) defende que, no caso do fenômeno do contato religioso, este passa cada vez mais a ser explicado pela intervenção da atividade técnica, e não mais pela comunidade real que participa de celebrações religiosas. O autor elenca um conjunto de causas que fazem a religião se estruturar, hoje, em função do neodevocionismo.

Entre elas, podemos destacar o processo de racionalização da modernidade, em que a razão instrumental acaba convertendo o mundo em algo previsível e dominável, em algo desprovido de sentido em si mesmo. As pessoas não se sentem mais representadas pelas antigas mediações. Na fadiga do poder mediador, na falta do valor simbólico do transcendente, a Igreja e outras instituições sociais acabam se sentindo perdidas, como se acontecesse um desaparecimento do sentido simbólico capaz de constituir alteridade e identidade, e acabam recolocando o problema no seio das neocomunidades (GASPARETTO, 2006, p.05).

Assim, as novas tecnologias acabam promovendo a reorganização das comunidades tradicionais - que antes era marcada pela comunicação direta - redesenhando a audiência à distância, convertendo-as em novas aglomerações, “novas tribos” e novos coletivos. O autor denomina “comunidades de pertencimento” uma prática midiática, que por meio de seu dispositivo, engendra, organiza e faz operar a existência de novos coletivos. Vejamos a seguir, como essa situação aparece midiaticizada pelo blog. A postagem tem como título “México vê realizado um sonho de fé” e foi publicada no dia 18 de setembro de 2010, com 63 comentários adicionados (até o dia 22 de outubro de 2010).

18 de setembro de 2010: México vê realizado um sonho de fé

No ano do bicentenário da independência do México, é inaugurada a primeira Catedral da Igreja Universal do Reino de Deus naquele país.

Tudo começou num local muito pequeno, em setembro de 2003. Com apenas 50 pessoas, começamos como um núcleo da igreja; fazíamos reuniões numa sala e havia um pequeno terreno que dava acesso ao local. Então, construímos um galpão no terreno para 240 pessoas e, em pouco tempo, o trabalho foi crescendo, e as pessoas começaram a assistir às reuniões do lado de fora.

A partir daí, passamos a ter muitos problemas com um vizinho que começou a perseguir a igreja. Ele se incomodava com o movimento de gente que estava havendo. Passamos a fazer seis reuniões aos domingos, para que houvesse lugar para abrigar as pessoas que vinham, e todos os domingos esse vizinho colocava umas caixas de som no telhado da sua casa, viradas para a igreja, e colocava música a todo volume para perturbar os cultos.

Muitas vezes, ia para a porta para insultar as pessoas e ao pastor, para provocar briga, saía e riscava os carros dos membros.

Numa ocasião, o tal vizinho chegou ao ponto de subir no telhado da igreja e dar marretadas no telhado, parecia que tudo ia desabar, provocou tanto que acabou agredindo a um obreiro. Veio a polícia e todos foram parar na delegacia e o delegado não quis nos ouvir e se voltou contra o obreiro, decretando a deportação dele por haver brigado com um mexicano, porque um estrangeiro não pode tocar em um mexicano, sendo que o vizinho que era o agressor e não o rapaz. Mas como deportar o jovem se ele também era mexicano? O delegado estava tão possesso que nem percebeu e não acreditou que o obreiro era mexicano. A mãe dele teve que ir correndo para casa para buscar a certidão de nascimento e provar que ele era mexicano.

A perseguição aumentava cada vez mais para desanimar as pessoas que frequentavam a igreja. Todas as semanas, tínhamos problemas, aborrecimentos, o pastor muitas vezes vinha chorando de indignação diante da situação porque nunca nos davam a razão. Éramos discriminados e a única coisa que podíamos fazer era orar e clamar para que Deus mudasse aquela situação. Sofríamos ao ver como as pessoas eram insultadas quando vinham à igreja, mas quanto mais éramos perseguidos mais o povo se apegava a Deus e se fortalecia na fé; se dava conta que era o próprio satanás incomodado com o desenvolvimento da obra de Deus. Até que Deus nos deu condições de comprar um galpão velho na Avenida Rio Totolica n° 13-A, onde funcionava uma fábrica.

Preparamos esse local e dividimos o galpão ao meio. Colocamos a metade como estacionamento e na outra metade colocamos a igreja. Só dessa maneira poderíamos funcionar sem problemas. Essa nova igreja já tinha capacidade para 800 pessoas e, graças a Deus, o trabalho foi crescendo ainda mais, as pessoas sendo libertas, tendo as suas vidas transformadas pelo poder de Deus. Chegou a um ponto que o galpão já estava pequeno e em algumas reuniões as pessoas tinham que ficar no estacionamento, onde colocávamos um telão para que elas pudessem participar.

Foi quando decidimos derrubar tudo e construir a nossa Catedral, a primeira de muitas que virão, para a honra e glória do Senhor Jesus. Aí foi outra batalha. Começamos a construção e já estávamos terminando as obras e a delegação de Naucalpan, “a Prefeitura”, começou a colocar obstáculos e não queria nos dar o alvará de funcionamento. A obra estava quase terminada e não podíamos inaugurar. Seguimos todos os trâmites exigidos, fizemos tudo o que eles nos mandaram, andávamos para cima e para baixo com os papéis na mão e não queriam nos dar os alvarás. Esgotamos todos os recursos legais e não nos autorizavam. Foi quando tomamos a decisão de marcar a inauguração pela fé, sem ter os alvarás para funcionar. Confesso que foi uma loucura, mas era um absurdo que a administração anterior tivesse autorizado a construção da igreja e a atual não nos desse os alvarás de funcionamento.

Então, marcamos para o dia 8 de setembro de 2010 a inauguração e começamos a anunciar, crendo que Deus daria a solução para este problema, porque tudo estava sendo feito para Ele e Ele teria que se manifestar. Foi um desafio; foram muitas orações e jejuns, muito clamor para que tudo se resolvesse, porém, tudo estava travado. Na semana da inauguração, a prefeitura liberou todos os alvarás e passou a nos apoiar de uma maneira surpreendente, e uma vez mais o reino de Deus prevaleceu sobre as forças do

inferno. O Senhor Jesus disse que as portas do inferno não prevaleceriam sobre a sua Igreja e esta palavra se cumpriu uma vez mais.

A inauguração foi um sonho que se tornou realidade, foi uma verdadeira festa. Tivemos mais de três mil pessoas presentes nessa reunião e precisamos colocar caixas de som nas escadas da igreja para que as pessoas que não puderam entrar, escutassem a Palavra de Deus e as orações do lado de fora. As pessoas choravam e agradeciam a Deus por essa grande vitória. Hoje, temos um lugar digno para o povo de Deus. É como o bispo Macedo tem nos ensinado: sem sacrifício, não se conquista nada nessa vida. Nunca podemos desistir dos nossos sonhos. As lutas virão sempre, mas com fé, sacrifício e perseverança alcançaremos nossas metas. A Catedral está localizada em Naucalpan, estado do México, e tem capacidade para cerca de 1600 pessoas, um amplo estacionamento, elevadores, escolas Bíblicas, berçários, ar condicionado. Um sonho que se tornou realidade. Deus seja louvado.

Bispo Paulo Roberto Guimarães

No espaço do blog, Macedo também publica mensagens de outros bispos, pastores, obreiros, testemunhos e relatos de fiéis. É o caso da postagem acima que trata da inauguração de uma igreja no México, descrita pelo bispo Paulo Roberto Guimarães. A mensagem relata o surgimento da igreja, as perseguições e o processo de liberação de alvará para o funcionamento da IURD naquele país. A infraestrutura da igreja é midiaticizada no discurso, exaltando sua capacidade de acomodação dos fiéis, estacionamento, elevadores, ar-condicionado, berçário.

A inauguração do novo templo é vista como resultado de muita luta por parte de obreiros e a liberação do alvará como resultado do poder de Deus. Pelo discurso, nota-se que a inauguração da igreja é resultado de um engajamento da comunidade religiosa, como podemos observar através do discurso de pertencimento (“tínhamos problemas”, “éramos discriminados”, “éramos perseguidos”, “decidimos derrubar tudo e construir a nossa Catedral”).

Nesse sentido, o discurso se constrói a partir de uma noção de estereótipo que é reconhecida a partir das representações compartilhadas e relacionadas com a cultura dessa comunidade religiosa. A seguir, destacamos alguns comentários publicados referente a essas mensagens:

Por: Renato Pinheiro 24 de setembro de 2010 às 09:33

A vitória é nossa em o nome de JESUS, mais uma guerra vencida, vamos arrebentar muito mais.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/09/18/mexico-ve-realizado-um-sonho-de-fe/#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Auridesia 22 de setembro de 2010 às 22:01

Estive presente nessa inauguração, foi muito forte ver o povo de Deus feliz recebendo essa vitória em Naucalpan, a primeira de muitas outras que teremos aqui no México para honra do nosso Senhor.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/09/18/mexico-ve-realizado-um-sonho-de-fe/#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Andre – Curitiba 19 de setembro de 2010 às 09:19

Olá!

É uma guerra em todo lugar. Aqui no litoral do Paraná, Pontal do Paraná, tem um Pastor e sua Esposa, numa IURD bem pequena, no ano passado eu fui para esta cidade passar férias e frequentei aos cultos, e não dava + de 10 pessoas, neste ano eu retornei a esta cidade e na sessão do descarrego ja dava + de 50 pessoas e muitos testemunhos. Percebi que ao fundo da Igreja havia duas bicicletas, com esta bicicleta o Pastor e sua Esposa saem todos os dias evangelizar e a Igreja ta crescendo.

Amém

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/09/18/mexico-ve-realizado-um-sonho-de-fe/?cp=1#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Thiago M. 18 de setembro de 2010 às 21:06

Olá Bispo,

Fiquei muito feliz em saber que inauguramos esta catedral! Eu estive lá no mês passado e por pouco não tive a oportunidade de participar desta reunião! Na ocasião, eu visitei a igreja de Tlanepanta que fica no subúrbio da Cidade do México, e pude ver de perto a importância do trabalho da igreja no país!

Um abraço,

Thiago

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/09/18/mexico-ve-realizado-um-sonho-de-fe/?cp=1#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Daniel 19 de setembro de 2010 às 08:42

Prezados,

Me emocionei muito ao ver este depoimento do Bispo Paulo Roberto Guimarães, pois a exatos 13 anos eu liguei a tv na noite de Natal e já eram duas da manhã eu estava chorando por ter sido um dos piores natais da minha vida, mas de repente uma reunião no Brás e este bispo me levou a um arrependimento onde incrivelmente durante a oração passou toda a minha vida e tive os olhos abertos, descobri o tesouro escondido, a pérola preciosa, JESUS o seu sangue me fazia renascer, Parabens amigo.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/09/18/mexico-ve-realizado-um-sonho-de-fe/?cp=1#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Os comentários postados denotam que há uma constituição da comunidade religiosa em grupo valorizando e exaltando a conquista da inauguração da igreja. Eles também se

sentem incluídos nesse processo de conquista (“A vitória é nossa”, “inauguramos esta catedral”, “a primeira de muitas outras que teremos aqui no México”). Em uma das postagens, o fiel relata uma experiência vivida por ele apontando o crescimento da IURD, a exemplo da publicação do blog. Isso é possível porque a produção “oferece” algo que é atualizado na instância do reconhecimento. Ou seja, a postagem comenta os sacrifícios da igreja e o fiel atualiza esse discurso (“É uma guerra em todo lugar”).

Também, ao postar a respeito do crescimento da igreja, estimula que sejam contadas outras experiências, ocorrendo a mediação do espaço geográfico (“eu visitei a igreja de Tlanepanta que fica no subúrbio da Cidade do México”, “Aqui no litoral do Paraná, Pontal do Paraná.”). A assinatura da postagem também leva à mediação da lembrança quando um fiel relembra o encontro que teve com o bispo (“este bispo me levou a um arrependimento onde incrivelmente durante a oração passou toda a minha vida”).

O blog é utilizado para dar visibilidade às ações da igreja, esclarecendo aos seus fiéis sobre o destino do dízimo. A seguir, apresentamos a postagem intitulada “Olha aí, geeente!”, do dia 15 de abril de 2010, com 308 comentários (até o dia 05 de maio de 2010):

15 de abril de 2010: Olha aí, geeente!

Onde vão os nossos dízimos e ofertas.

A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) inaugurou neste domingo (11) mais uma catedral em São Paulo, desta vez, na Vila Marina, Zona Sul da capital. A reunião de inauguração, realizada às 18h, foi ministrada pelo bispo Clodomir Santos, responsável pelo trabalho evangelístico no Brasil.

Com a presença de milhares de pessoas, o bispo explicou em sua pregação que, assim como no passado, em que templos eram erguidos através de sacrifício, assim é hoje na Igreja Universal. Ele enfatizou que tudo que a IURD conquistou foi com muito esforço. E destacou que o sacrifício é a condição de Deus para inaugurar a nova vida de uma pessoa.

Em seguida, o bispo Clodomir ministrou a oração pela cura e libertação do povo. Durante a reunião, todos puderam clamar pela justiça de Deus em suas vidas e ainda buscar Sua Presença.

Na ocasião, o bispo convocou todos os presentes para a grande concentração de fé denominada “O Dia D”, que acontecerá simultaneamente em todos os estados brasileiros no dia 21 de abril.

A catedral de Vila Mariana está localizada na Rua Domingos de Moraes, 2051 – Centro/SP.



A publicação trata da inauguração de um templo, na Vila Marina, em São Paulo e apresenta slides com diversas fotos da igreja. A mensagem também fala do sacrifício da IURD na inauguração de igrejas e ressalta a convocação feita durante a ocasião para o Dia D (também chamado Dia da Decisão), evento promovido pela IURD que reúne fiéis, simultaneamente, em todas as capitais do país para orarem por dias melhores. A seguir, destacamos alguns comentários e seus desdobramentos a partir da oferta discursiva da produção:

Por: Mauro de Belém 19 de abril de 2010 às 20:13

Eis ai a resposta para a UOL. Aonde é empregado nossos dízimos e ofertas? Na obra de Deus. Os ignorantes não entendem. Por isso Jesus disse: "Graças te dou, ó Pai, Senhor do céu e da terra, que ocultaste estas coisas aos sábios e entendidos, e as revelaste aos pequeninos".Mt 11:25. Eu sou muito feliz de ser um destes pequeninos pois usufruo do melhor desta terra, principalmente quando entro numa IURD. Ar-condicionado, cadeiras estofadas, som maravilhoso, estrutura segura, é d+ é de Deus!

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-aigeeente/?cp=12#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: LUZINETE CORREA - VITORIA -ES 16 de abril de 2010 às 17:54

AS PESSOAS ANTES DE CRITICAREM E ACUSAREM OS BISPOS DE LADRÕES E OPORTUNISTAS, DEVERIAM USAR A FÉ INTELIGENTE. O POVO BRASILEIRO É INTELIGENTE, SÓ QUE INFELIZMENTE SÃO MARIA VAI COM AS OUTRAS. ASSIM QUE PARAREM E REFLETIREM VERÃO PARA ONDE VÃO OS DÍZIMOS E AS OFERTAS. OS TEMPLOS UNIVERSAIS SÃO TESTEMUNHO

VIVO, LUXUOSOS, CONFORTÁVEIS, TEM TUDO DO BOM E DO MELHOR NÃO SÓ PARA OS ADULTOS, COMO PARA OS JOVENS E CRIANÇAS. ALEM DE PROPORCIONAR OPORTUNIDADES DE EMPREGO PARA O POVO.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-ai-geeeente/?cp=8#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Stephanie 16 de abril de 2010 às 16:23

AII QUE BENÇÃO, A MINHA CATEDRAL ESTÁ NO SITE !! ESSA INAUGURAÇÃO TAO ESPERADA PELOS PASTORES, OBREIROS E MEMBROS FOI UMA BENÇÃO !!

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-ai-geeeente/?cp=8#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Fernanda Marques(Vila Mariana) 16 de abril de 2010 às 14:52

A catedral da Vila Mariana foi um presente de Deus para todos nós que fazemos parte desta familia de fé.

Não posso deixar de dizer o quanto ela ficou linda.

Mas o mais importante é que ela nos dará a oportunidade de ganhar muito mais almas para o reino de Deus.

Que Deus Abençoe.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-ai-geeeente/?cp=8#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: LILA -SÃO PAULO 16 de abril de 2010 às 12:13

RESPOSTA AO COMENTÁRIO 138.ME DESCULPE SRA. DANIELA, MAS O DEUS QUE NÓS SERVIMOS É GRANDE E PODEROSO PARA FAZER COISAS EXTRAORDINÁRIAS EM NOSSAS VIDAS, ELE JAMAIS IRIA ACEITAR QUE A IURD ERGUESSE UM TEMPLO MENOR NA ÁFRICA, SABE PORQUE? PORQUE LÁ AS PESSOAS ESTÃO NECESSITADAS DE DEUS, SÃO PESSOAS CARENTES EM TODOS OS SENTIDOS E EM BREVE AQUELA CATEDRAL VAI SE TORNAR PEQUENA PARA AQUELES POVOS. QUE DEUS POSSA ABRIR A SUA MENTE E POSSA ENXERGAR ISSO. QUE DEUS A ABENÇOE.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-ai-geeeente/?cp=6#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Simone Ipiranga II 16 de abril de 2010 às 09:55

ARREBENTOU!!!!!!

SOMOS ASSIM MESMO, OUSADOS, CORAJOSOS E AUDACIOSOS, QUERENDO A CADA DIA O MELHOR, MELHOR PARA TODOS QUE CREEM NESTE DEUS TÃO IMENSO QUE NÃO FAZ NADA PEQUENO NA VIDA DAQUELE QUE CRER, E NÓS CREMOS NESTE DEUS, DEUS QUE É PREGADO PELA IURD E ASSIM SOMOS UMA NAÇÃO FORTE E CORAJOSA, PROVA DISSO SERÁ NO DIA 21 DE ABRIL.

BISPO MACEDO, ESTAMOS ESPERANDO A SUA PRESENÇA NA NOSSA MAIS NOVA E LINDA CATEDRAL DE SP.

DIA D O DIA DA DECISÃO PARA MUDAR A NOSSAS VIDAS!

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-ai-geeeeente/?cp=5#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Jéssica Lopes 16 de abril de 2010 às 09:30

Ta ligado Bispo essa é a fé, enquanto tentam nos parar mais arrebentamos e vamos em frente...Nosso alvo é Cristo e tudo que fazamos para glorificar o nome dEle com certeza a Globo, a Folha de São Paulo a Uol e etc; nunca relatam isso...mais vamos em frente na certeza da vitória..

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-ai-geeeeente/?cp=5#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Cibele 15 de abril de 2010 às 19:47

Estou muito feliz em ver no blog do sr. como foi a inauguração da catedral de vila mariana, domingo eu estava imaginando como estaria sendo eu estava aqui na minha IURD fazendo a obra da mesma forma fico feliz de saber que mais uma casa de meu Pai se abre uma de muitas que serão inauguradas, muito linda e abençoada, que Deus continue nos abençoando desta forma pois essa é nossa recompensa ver pessoas servindo a Deus de verdade. Um abraço e PARABÉNS IURD !!!

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-ai-geeeeente/?cp=2#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Lucas Cordeiro 15 de abril de 2010 às 17:53

Com o dinheiro que a IURD recebe, dá pra construir 500 desses. Tenho certeza que Cristo ficaria muito mais feliz se essa grana toda fosse usada pra alimentar quem passa fome. Única coisa que sinto ao ver uma foto dessas é NOJO.

Que a Graça e a Paz de Cristo esteja com vcs e que pensem mais nisso.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-ai-geeeeente/?cp=1#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

Por: Claudio Coelho 15 de abril de 2010 às 18:11

Ao Lucas Cordeiro...

pega todo dinheiro arrecadado e constrói 500 dessas e tira dinheiro da onde para fazer a manutenção das outras?

Vc acha que a eletropaulo dá a luz de graça pra igreja? Vc acha que a semasa dá a água de graça para a igreja? Fora os outros compromissos mensais da igreja.

Amigo se não tem sabedoria para falar algo melhor é ficar calado.

Do que adianta alimentar quem passa fome hj e deixar elas nas garras do diabo por toda a vida.

Dá NOJO ao ver uma foto dessa ou dá inveja?

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2010/04/15/olha-ai-geeeeente/?cp=1#comments>. Acesso em: 04 jan. 2011).

A abertura do blog permite que os fiéis manifestem a experiência de ser um membro da igreja (“Eu sou muito feliz de ser um destes pequeninos”, “SOMOS ASSIM MESMO,

OUSADOS, CORAJOSOS E AUDACIOSOS”), midiatizando no blog os vínculos vividos presencialmente na igreja (“A catedral da Vila Mariana foi um presente de Deus para todos nós que fazemos parte desta família de fé”), qualificando a infraestrutura da igreja (“Ar-condicionado, cadeiras estofadas, som maravilhoso, estrutura segura”, “OS TEMPLOS UNIVERSAIS SÃO TESTEMUNHO VIVO, LUXUOSOS, CONFORTÁVEIS, TEM TUDO DO BOM E DO MELHOR”).

O sistema religioso também opera de modo autorreferencial ao dar visibilidade à inauguração da igreja e os fiéis manifestam suas alegrias com a midiatização (“A MINHA CATEDRAL ESTÁ NO SITE”, “Estou muito feliz em ver no blog do sr. como foi a inauguração da catedral de vila mariana”). Aproveitam o espaço para interagir com outros fiéis (“RESPOSTA AO COMENTÁRIO 138”, “Ao Lucas Cordeiro...), com o próprio dono do blog (“BISPO MACEDO, ESTAMOS ESPERANDO A SUA PRESENÇA NA NOSSA MAIS NOVA E LINDA CATEDRAL DE SP”) e para se dirigirem a sistemas heterorreferenciais (“Eis aí a resposta para a UOL”, “a Globo, a Folha de São Paulo a Uol e etc; nunca relatam isso...”).

Nesse processo interativo também é visível a fragilidade do sistema. Embora no blog fique explícito que somente comentários relevantes ao assunto serão autorizados, percebe-se que um dos comentários “furou” o sistema ao publicar um comentário ofensivo à igreja (“Única coisa que sinto ao ver uma foto dessas é NOJO”), gerando conflito entre os internautas (“Amigo se não tem sabedoria para falar algo melhor é ficar calado).

Por meio do fechamento operacional o sistema do blog faz autorreferência a outros dispositivos internos. No exemplo a seguir, a postagem do dia 23 de setembro de 2009, destaca a estreia do portal de notícias R7, da Record. A publicação gerou 242 comentários (até o dia 10 de julho de 2010):

23 de setembro de 2009: Uma grande novidade

Você, caro internauta, que me acompanha no blog vai ganhar uma grande novidade. Tudo o que você precisa na internet agora em um só lugar, sem complicação. Tudo com uma linguagem direta e bastante acessível. Estreia neste domingo o novo portal de notícias do Brasil: o R7. O portal fará uma cobertura completa e ágil dos fatos do dia a dia, esporte, entretenimento, polêmicas, saúde, cultura no Brasil e no mundo. O R7 também terá informações indispensáveis, como mapas e rotas, previsão do tempo e a situação, on line, do trânsito e dos aeroportos. Serviços e notícias em tempo real com a marca do jornalismo verdade da Record.

O bom do R7 é que a gente não precisa mais recorrer aos portais tendenciosos e aliados da rede esgoto para ter as últimas notícias. E o meu blog também vai estar no R7. Espero todos vocês neste domingo, às 20 horas.

Anote aí o endereço: www.r7.com

Até lá!



Na postagem, Edir Macedo se dirige diretamente ao seu público (“Você, caro internauta”) anunciando o novo portal de notícias da Rede Record. Destaca a acessibilidade do site, o conteúdo das informações e a qualidade do jornalismo, manifestando sua autoridade e crença na credibilidade do produto que anuncia (“a marca do jornalismo verdade da Record”). Há marcas discursivas que denotam convocação de seu público para o acesso exclusivo ao portal, descartando ao fiel, as chances de acessar outros sites concorrentes (“a gente não precisa mais recorrer aos portais tendenciosos e aliados da rede esgoto”), fazendo referência direta à Rede Globo em tom depreciativo e de criticidade. Há, neste caso, uma operação heterorreferencial por parte do sistema religioso.

Ao final, é acoplado ao sistema o link que redireciona o fiel ao portal R7 e abaixo, um vídeo institucional que anuncia a estreia do site. Em circulação, é possível visualizar como aparecem as marcas discursivas:

Por: Márcia 18 de outubro de 2009 às 12:59

Boa tarde bispo, fico feliz por mais essa novidade e que através desse site possamos ganhar muitas almas pra Jesus!!!! Que Deus o abençoe....

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/09/23/uma-grande-novidade/#comments>. Acesso em: 05 jan. 2011).

*Por: **Glenner Marlius** 29 de setembro de 2009 às 09:03*

Bispo, vamos orientar as pessoas a colocarem o "r7.com" como sua página de entrada na internet. Assim, toda vez que a pessoa acessar, abrirá na página do "R7.com". O caminho é o seguinte: na "barra de tarefas", clique em "ferramentas", depois em "opções da internet". Em seguida, no "menu principal", clique em "geral"; logo abaixo terá um campo para o internauta incluir a site que será a sua página de entrada na internet. Então, deve-se digitar: "www.r7.com", clicar em "aplicar" e, depois, "ok"
(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/09/23/uma-grande-novidade/#comments>. Acesso em: 05 jan. 2011).

*Por: **marlene feles** 3 de outubro de 2009 às 20:18*

BOA NOITE BISPO. ACABEI DE ACEITAR A SUGESTAO DA GLENNER MARLIUS E COLOQUEI NA O R7 NA MINHA PAGINA DE ENTRADA. SUGIRO QUE OS PASTORES COMECEM A ORIENTAR O POVO NAS IGREJA.COM RELAÇÃO A ISSO. FIQUEI MUITO FELIZ AO OUVIR, QUE A [REDE LODO] PERDEU PONTOS PRO [PANICO NA TV] ATE ELES ESTAO COLOCANDO OS [MARINHOS] PRA TRAS. QUE DEUS ABENÇOE O SENHOR.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/09/23/uma-grande-novidade/#comments>. Acesso em: 05 jan. 2011).

*Por: **Gilmar** 26 de setembro de 2009 às 09:52*

Bispo, tenho a plena certeza que já arrebatamos com o R7, esse é mais um meio de comunicação que Deus nos proporciona para combater o mal e o mar de mentiras que se levanta contra nós.

Parabéns ao senhor e a todos os cristãos.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/09/23/uma-grande-novidade/?cp=9#comments>. Acesso em: 05 jan. 2011).

*Por: **Érica** 24 de setembro de 2009 às 10:15*

Bom dia a todos,

R7 seja bem vindo!!! Que maravilha, nós merecemos esse mimo. Cara Luana, muito bem lembrado a Record News é excelente, aprendi a assisti-la e gosto muito. Na minha casa só dá Record, é uma questão de amor próprio, me sinto parte da IURD essa é a minha família e falou dos da minha casa "mexeu comigo", não seria nada inteligente deixar essa gente "entrar na minha casa", por isso é sempre Record... Afinal sou inteligente!!! E amo minha família.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/09/23/uma-grande-novidade/?cp=4#comments>. Acesso em: 05 jan. 2011).

*Por: **ROGERIO LIMA** 24 de setembro de 2009 às 09:08*

Que Deus continue inspirando o senhor! Quando li na Folha Universal que seria lançado esse novo portal fiquei muito feliz, pois quanto mais próximos

estivermos das coisas que provém do que é de Deus melhor. Estou ansioso e esperançoso pois creio que o sucesso será notório. Deus abençoe o Senhor. (Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/09/23/uma-grande-novidade/?cp=4#comments>. Acesso em: 05 jan. 2011).

Por: samuel de Camaçari 24 de setembro de 2009 às 07:34

BOM DIA BISPO ESTAMOS NESTA MESMA FÉ JÁ AREBENTOU TA LIGADO ESTAREMOS JUNTOS NESTE DOMINGO AS 20:HORAS JÁ A REBENTOUUUUUUUUUUU

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/09/23/uma-grande-novidade/?cp=2#comments>. Acesso em: 05 jan. 2011).

Por: gelson pino de barueri-sp 23 de setembro de 2009 às 21:46

É ISSO AÍ REDE RECORD NOS VAMOS ARREBENTAR! A PARTIR DE DOMINGO EU NÃO VOU MAS PRECISAR DE INFORMAÇÕES DE UOL NEM G1 PARA SABER DAS IMFORMAÇÕES , E SÓ VOU USAR O PORTAL R7, PRINCIPALMENTE PARA PESQUISAS ESCOLARES, E A MINHA PAGINA PRINCIPAL ÉO R7 E AINDA MAS EU VOU DIVULGÁLO PARA OS MEUS AMIGOS, NÃO VEJO A HORA DE CHEGAR DOMINGO.

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/09/23/uma-grande-novidade/?cp=2#comments>. Acesso em: 05 jan. 2011).

As falas dos internautas revelam um sentimento de comprometimento com os dispositivos midiáticos instituídos pela instituição religiosa (“SÓ VOU USAR O PORTAL R7”, “NÃO VEJO A HORA DE CHEGAR DOMINGO”, “ESTAREMOS JUNTOS NESTE DOMINGO AS 20:HORAS”). Eles midiaticizam esse compromisso ao aderir à “solicitação” de Edir Macedo e acreditam no poder divino como operador do dispositivo midiático (“através desse site possamos ganhar muitas almas pra Jesus!!!!”, “esse é mais um meio de comunicação que Deus nos proporciona”).

Nesse sentido, podemos observar uma relação de confiança entre a igreja e seu público. E os vínculos constituídos nessa relação passam pela noção da confiança. Giddens (1991, p. 41) a define como “crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema, tendo em vista um dado conjunto de resultados ou eventos, em que essa crença expressa uma fé na probidade ou amor de um outro, ou na correção de princípios abstratos (conhecimento técnico)”.

Gasparetto (2006) vai explicar que há um redesenho na configuração do habitat em que os indivíduos passam a confiar não mais na própria experiência, mas nos “conhecedores especializados”, que também se redesenha um novo conceito de Deus e de religião. Ou seja, há uma confiança no “especialista profissional que ‘sabe melhor’ o que é ‘bom para você’; um

especialista midiático, ‘o pregador’, que, por meio das estratégias de contato, oferece um novo modo de construir a comunidade religiosa” (GASPARETTO, 2006, p.05).

Essa confiança é fundamental em relação ao que Giddens (1991, p.35) chama de “sistemas peritos”, ou seja, “sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje”. A confiança em sistemas peritos é fortemente influenciada por experiências em pontos de acesso, caracterizados como “pontos de conexão entre indivíduos ou coletividades leigos e os representantes de sistemas abstratos (...) nas quais a confiança pode ser mantida ou reforçada” (GIDDENS, 1991, p. 91). Nesse ponto, destaca-se um determinado sistema funcionando em lógicas de mediação que permite criar vínculos de confiança entre o público (fiéis internautas) e os sistemas peritos (blog/Edir Macedo).

Observamos também que os fiéis se utilizam de conhecimentos de informática para instruir outros internautas, orientar o próprio dono do blog e outros pastores, além de aceitarem as sugestões (“Bispo, vamos orientar as pessoas a colocarem o ‘r7.com’ como sua página de entrada na internet”, “O caminho é o seguinte: na ‘barra de tarefas’, clique em ‘ferramentas’, depois em ‘opções da internet’”, “ACABEI DE ACEITAR A SUGESTAO DA GLENNER MARLIUS E COLOQUEI NA O R7 NA MINHA PAGINA DE ENTRADA.SUGIRO QUE OS PASTORES COMECEM A ORIENTAR O POVO NAS IGREJA”).

A estreia do portal R7 leva os fiéis fazerem referência a outros dispositivos da igreja que, por meio do fechamento operacional, operam a autorreferencialidade (“a Record News é excelente. Na minha casa só dá Record”, “Quando li na Folha Universal que seria lançado esse novo portal fiquei muito feliz”, “REDE RECORD NOS VAMOS ARREBENTAR”) e também heterorreferencialidade ao falarem de outras emissoras de televisão e outros sites de notícias (“FIQUEI MUITO FELIZ AO OUVIR, QUE A [REDE LODO] PERDEU PONTOS PRO [PANICO NA TV]”, “NÃO VOU MAS PRECISAR DE INFORMAÇÕES DE UOL NEM G1 PARA SABER DAS IMFORMAÇÕES”). E, ainda, utilizam a informação para propagar o comprometimento com a igreja nas suas relações pessoais (“EU VOU DIVULGÁLO PARA OS MEUS AMIGOS”).

A seguir, apresentamos uma postagem em vídeo, feita por Edir Macedo, no dia 15 de abril de 2009. A publicação gerou 326 comentários (até o dia 13 de maio de 2010) e fala sobre o uso da fé racional:

15 de abril de 2009: Quando a fé não funciona



O vídeo publicado tem duração de 5min 43 seg e aparece Edir Macedo falando para a câmera, dirigindo-se aos seus fiéis. Na mensagem, o bispo fala sobre o sofrimento das pessoas como resultado do uso da fé emotiva. Segundo ele, é essa a razão porque muitas fracassam. Porque vivem na fé emotiva. “Na guerra não existe emoção, existe cabeça. Na guerra da salvação nós precisamos usar a fé racional. Então, você que está com problemas, quando você se entrega aos sentimentos, você fica fragilizado. Use a sua cabeça, o seu raciocínio. Eu sei que a gente sofre muito por misturar a fé, que é o poder de Deus com as emoções. Não se deixe levar por isso”. A seguir, destacamos alguns comentários:

Por: André 15 de abril de 2009 às 22:34

Olá... desde que o blog foi ao ar tenho sido um leitor assíduo. Muito bom a interação realizada através dos textos e agora através de videos. Só posso dizer que tudo tem abençoado minha vida grandiosamente desde do momento que aprendi a colocar em prática a Fé que produz resultados.

Abs, André

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/04/15/quando-a-fe-nao-funciona/?cp=1#comments>. Acesso em: 07 jan. 2011).

Por: ANTONIO AUGUSTO 16 de abril de 2009 às 09:23

BOM DIA BISPO, QUE DEUS ABENÇOE ABUNDANTEMENTE, AGRADEÇO PELAS PALAVRAS DE FÉ, QUE NOS FORTALECE E DA DIREÇÃO SOBRE A FÉ INTELIGENTE, AGRADEÇO POR CONHECE O SEU BLOG, POIS DESDE QUANDO COMECEI A VISITA ,E LER AS

MENSAGENS, COMECEI A USA A FÉ INTERLIGENTE, A FÉ QUE DA RESULTADO, QUE TRANSFORMA E SALVA, QUE DEUS ABENÇOE. (Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/04/15/quando-a-fe-nao-funciona/?cp=3#comments>. Acesso em: 07 jan. 2011).

Por: **Lara** 16 de abril de 2009 às 09:43

Bispo, que legal este vídeo. Parece que o senhor esta bem aqui do meu lado. Me perdoe bispo, mais eu não sabia que o senhor era uma pessoa tão simples e simpático assim. Continue nos enviando vídeos como este.

Jesus o abençoe muito!

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/04/15/quando-a-fe-nao-funciona/?cp=4#comments>. Acesso em: 07 jan. 2011).

Por: **TATIANA SALES** 16 de abril de 2009 às 13:01

BOM DIA BISPO, ESSA MENSAGEM VEIO MESMO A CALHAR POIS EU HOJE AMANHECI ABATIDA E COM MUITA FALTA DE AR, E JÁ MANDEI TODO ESSE MAL PRO INFERNO JA ARRANQUEI O SENTIMENTO QUE ESTAVA SONDANDO MEUS PENSAMENTOS QUE EU ESTAVA DOENTE, JA VOU TRABALHAR ARRUMAR MINHA LOJA FAZER UNS SERVIÇOS PRO MEU ESPOSO JÁ ESTOU OTIMA, OBRIGADA PELO SENHOR EXISTIR POR DEUS USAR O SENHOR DESSA FORMA .FAZ MAIS VIDEOS ASSIM PARECE QUE O SENHOR ESTAVA AO MEU LADO CONVERSANDO UM ABRAÇO. NA FÉ TATIANA SALES

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/04/15/quando-a-fe-nao-funciona/?cp=5#comments>. Acesso em: 07 jan. 2011).

Por: **Thalita** 16 de abril de 2009 às 12:29

AAA Bispo, muito forte, vou mandar esse video para o maior número de pessoas, Deus o Abençoe!

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/04/15/quando-a-fe-nao-funciona/?cp=5#comments>. Acesso em: 07 jan. 2011).

Por: **Maria Claudia** 17th abril, 2009 as 1:15

Bispo foi muito bom poder estar a cada dia participando do seu Blog acompanhando tudo que Deus fala. E com certeza ficou muito bom o senhor estar passando essas mensagem ao vivo através de vídeo pois para mim ficou bem melhor . Deus abençoe o senhor a cada dia e te conserve um abraço!!!

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/04/15/quando-a-fe-nao-funciona/?cp=10#comments>. Acesso em: 07 jan. 2011).

Por: **Danielle** 16th abril, 2009 as 21:25

Amigo bispo, Simplesmente maravilhoso!

Minha mãe pediu pra que eu repetisse a noite inteira. Até eu gravar (risos).

Admiro a vontade que o senhor tem de sempre estar atualizado, e de inovar, usando todos os meios de comunicação para divulgar a mensagem da FÉ.

Que Deus abençoe ao senhor e a toda sua família!

Abs, Danielle

(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/04/15/quando-a-fe-nao-funciona/?cp=9#comments>. Acesso em: 07 jan. 2011).

Por: **Edithe** 16th abril, 2009 as 18:56

Boa Noite, Bispo,
Apareça mais em vídeo, achei ótima ideia, assim o senhor conversa mais comigo, bem pertinho.
Deus abençoe
(Disponível em: <http://bispomacedo.com.br/2009/04/15/quando-a-fe-nao-funciona/?cp=8#comments>. Acesso em: 07 jan. 2011).

Nas manifestações acima, observamos como os fiéis internautas mediatizam o dispositivo (“desde que o blog foi ao ar tenho sido um leitor assíduo”, “foi muito bom poder estar a cada dia participando do seu Blog”), ressaltando as possibilidades de interação com os fiéis (“Muito bom a interação realizada através dos textos e agora através de vídeos”) e a inovação no uso de ferramentas tecnológicas (“Apareça mais em vídeo, achei ótima ideia”, “Admiro a vontade que o senhor tem de sempre estar atualizado, e de inovar, usando todos os meios de comunicação”, “ficou muito bom o senhor estar passando essas mensagens ao vivo através de vídeo”).

O blog também aparece como operador da fé e de questões existenciais (“AGRADEÇO POR CONHECE O SEU BLOG, POIS DESDE QUANDO COMECEI A VISITA, E LER AS MENSAGENS, COMECEI A USA A FÉ INTERLIGENTE”, “JA VOU TRABALHAR ARRUMAR MINHA LOJA FAZER UNS SERVIÇOS PRO MEU ESPOSO JÁ ESTOU OTIMA, OBRIGADA PELO SENHOR EXISTIR POR DEUS USAR O SENHOR DESSA FORMA”). Ao mesmo tempo, surge como revelador da personalidade do dono do blog (“Me perdoe bispo, mais eu não sabia que o senhor era uma pessoa tão simples e simpático assim”).

A aparição do bispo em vídeo revela que a mediação cria uma outra realidade de contato, onde as barreiras temporais e geográficas já não têm tanta importância (“Parece que o senhor esta bem aqui do meu lado”, “assim o senhor conversa mais comigo, bem pertinho”, “FAZ MAIS VIDEOS ASSIM PARECE QUE O SENHOR ESTAVA AO MEU LADO CONVERSANDO”). Por meio das potencialidades interativas do ambiente virtual, os fiéis ainda podem compartilhar a mensagem do blog nas suas relações sociais (“vou mandar esse vídeo para o maior número de pessoas”).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa abordamos a midiaticização da religião em um dos contextos mais complexos da contemporaneidade e que exige dos pesquisadores um olhar apurado sobre questões relativas à emergência das novas tecnologias e seu impacto junto à sociedade. Inserida na linha de pesquisa “Midiaticização e Processos Sociais” do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS, este estudo vem agregar às pesquisas já existentes no programa, contribuindo, assim, com o campo da comunicação.

Ao debruçarmo-nos sobre a midiaticização da religião na internet, pontuamos alguns aspectos que foram sendo construídos ao longo do curso e que refletem um momento específico da pesquisa, do pesquisador e do tempo cronológico do estudo. A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), por ser uma igreja multimidiática, nos oferece uma gama de possibilidades de estudo, “recortes” e angulações. Mas foi através do blog de Edir Macedo que encontramos um objeto fértil a ser explorado, caracterizado por um discurso envolvente e um processo de construção do sagrado singular aliado às potencialidades da web 2.0. Desse modo, mobilizamos conceitos e teorias, articulados e contextualizados à temática e objeto, assim como a midiaticização abordada a partir da circulação.

Na primeira parte desta pesquisa buscamos mostrar que a relação entre mídia e religião, ambas devem ser consideradas nos seus contextos culturais e históricos, pois a midiaticização da religião não é um fenômeno universal deslocado de sua historicidade, cultura e localização geográfica. No embate entre mídia e religião, observamos, nitidamente, a existência de um reconhecimento social, pois a religião vê, nas competências e lógicas midiáticas, a base para seu plano de reconhecimento junto aos seus fiéis, ou seja, a legitimidade de uma instituição religiosa. E, atualmente, ela se dá por meio de suas práticas midiáticas. Apropriam-se de instrumentos do campo midiático afirmando sua legitimação, garantindo, assim, distinção perante outras instituições e afirmação de suas ideologias. Nesse sentido, torna-se importante uma atenção maior sobre as diversas maneiras que o formato das mensagens midiáticas se estabelece entre o emissor, o conteúdo e o receptor afetando, assim, às práticas religiosas. Pois, no caso da IURD, os meios de comunicação são utilizados como instrumentos/solução para atingir a sociedade e ampliar seu número de fiéis.

Acreditamos que as características dos meios são importantes na construção da narrativa, pois a mídia ajusta e molda representações religiosas para as modalidades de um veículo específico. Ao mesmo tempo, o campo religioso molda suas lógicas, redefine

estratégias em função dos avanços tecnológicos. Cada meio fornece representações muito diferentes das questões religiosas e, na verdade, envolve suposições completamente distintas sobre o que define a religião. Ou seja, rádio, televisão, cinema e internet constituem-se como meios singulares de contato com o público, gerando sentidos e simbólicas distintas. No caso da internet, verificamos que novas práticas constituem o fazer religião da atualidade, tais como navegar, clicar, “twittar”, acessar, etc, que fazem parte de uma religiosidade personalizada, que emerge da mídia, pois é possível receber conteúdo no email, no celular e compartilhar a mensagem via redes sociais.

Identificamos alguns estudos que se dedicaram a trabalhar tal fenômeno. A amostragem deu um panorama sobre distintos aspectos que vêm sendo trabalhados na atualidade. Grande parte dos estudos acerca da midiatização da religião foca-se na “leitura” de programas evangélicos, especialmente, via televisão, e nas estratégias discursivas de periódicos. O foco em mídias digitais é recente e ainda conta com pouca bibliografia, mas o interesse de trabalhos nessa perspectiva é crescente, conforme visualizamos.

Em seguida, realizamos um passeio pelo território complexo da midiatização, fazendo-nos apreender que sua processualidade aponta para um aspecto onde é apresentada como perspectiva institucional da mídia em sua interação com a cultura e a sociedade. Também, um conjunto de conceitos sociológicos pode ser aplicado, tornando, assim, possível especificar os elementos que compõem a lógica midiática para melhor analisar aspectos interacionais com as demais esferas sociais. A mídia, como instituição reconhecida, a partir do alcance de sua autonomia e centralidade como lugar onde se estabelecem dinâmicas de organização e funcionamento da sociedade, está transformando os modos de os sujeitos se relacionarem com ela. E isto tem grande impacto em instituições sociais como a religião.

Logo após, podemos apreender a existência de um novo vínculo na relação entre produção e recepção. Aqueles detentores da autonomia discursiva e dos modos de construção de suas realidades operam, a partir de sentidos que são postos na circulação, oferecendo ao polo da recepção, serviços pelos quais pedem reconhecimento, deslocando-os de uma posição até então “amorfa” e “atomizada”, para uma posição cogestora/ coprodutora. É, portanto, na circulação em dispositivos que os sentidos se fazem e, através dela, que podemos observar os modos como são produzidos e reconhecidos.

Com base em Niklas Luhmann, percebemos que a teoria sistêmica é fruto de inquietações frente à inexistência de uma teoria que possa dar conta de uma sociedade, a qual se apresenta cada vez mais complexa. Para o autor, os sistemas sociais são resultados de uma

diferenciação entre aquilo que designa o sistema e aquilo que é designado como o ambiente dele, e este ambiente, por sua vez, se apresenta como o lado mais complexo que sistema não pode abarcar. Assim, o sistema atua reduzindo a complexidade através de suas observações em relação ao ambiente. Os sistemas sociais também foram designados como entidades autorreferentes e autopoieticas, pois sua ordem interna é gerada a partir da interação dos seus próprios elementos (comunicações) produzidos a partir dessa mesma rede de interação circular e recursiva, que designa o próprio sistema.

Ao percorrermos esse caminho, nosso interesse consistiu em estudar a mediação a partir da circulação analisando o blog de Edir Macedo, para verificar os modos como este dispositivo reconfigura as práticas religiosas na interação estabelecida na internet. Primeiramente, consideramos que as possibilidades de interação no âmbito virtual colocam os fiéis internautas no mesmo patamar daqueles que produzem o discurso religioso, ou seja, atuam como coprodutores das mensagens religiosas, fazendo uso desses instrumentos “aproveitados” pela igreja para expressar suas religiosidades. Esse sentimento de coparticipação é possibilitado pela abertura do sistema religioso. Portanto, condicionado aos sistemas reguladores instituídos pela instância religiosa. Ou seja, por força da mediação a igreja acaba impondo um outro tipo de sistema de regras, àquele que não é de sua competência e sim do sistema de regras das lógicas midiáticas, conforme visualizamos por meio da descrição do funcionamento do blog de Edir Macedo.

O estudo da religião inserido na complexidade das interações mediadas por computador, permitiu compreender a existência de novas formas de relações e contato entre religião e fiéis. Com as possibilidades da web 2.0, a internet proporcionou a fusão de emissores e receptores, graças a instrumentos que contribuem para essa interação, como o compartilhamento e organização de informações, formação e desenvolvimento de redes sociais e colaborativas, valorizando a comunicação multidirecional e a inteligência coletiva.

A apropriação e os usos dos sistemas interativos na internet se estabelecem em função da demanda social por parte do público. Prova disso é o uso frequente de redes sociais como ferramenta de contato e estratégia mercadológica. E o campo religioso se apropria dessa ferramenta, que emerge de uma demanda social com grande intensidade, promovendo a divulgação de suas marcas, de seus dispositivos midiáticos e também estabelecendo contato com seu público, para que estes não se percam em “pontos de fuga”.

Assim, aspectos técnicos e sociais relativos ao desenvolvimento da internet potencializam a interatividade já existente na rede. Pelo blog, Macedo potencializa ainda mais

as trocas com seus fiéis e candidatos a fiéis, uma vez que prima por estabelecer contatos utilizando recursos distintos: linguagem diferenciada de textos, imagens, áudio e vídeo. Esses elementos, portanto, dão ao fiel internauta, a chance de expressarem sua fé e manterem uma experiência religiosa de caráter multimídia.

Através deste estudo, observamos que complexificação dos modos de funcionamento das mídias e das suas estratégias de contato, pode ser abordada pela problemática da circulação que funciona e se articula nas relações que se estruturam em redes complexas de discursividades no mundo virtual, a partir de estudos empíricos como o blog aqui analisado.

Instaura-se uma nova plataforma de circulação alterando as configurações e relações dos campos de produção (internet/ blog) e de recepção (internautas/fiéis). As regras passam a ser anunciadas para que os fiéis saibam como operar diante de tais interações e entender como devem percorrer a topografia das plataformas virtuais, neste caso, de como ter uma experiência religiosa mediada pelas novas tecnologias. Se antes, o homem ia ao encontro de Deus, hoje é Deus, intermediado por Edir Macedo via mídia, que vem ao encontro do homem.

Ao objetivarmos estudar a midiatização no âmbito da circulação, consideramos que isso só é possível por meio de marcas enunciativas presentes na instância da produção e da recepção. Isso porque na produção, há marcas que são visíveis (as que condicionam o regulamento da igreja). Enquanto na recepção, o processamento que ela faz dos pedidos feitos pela igreja, só se torna visível pelas marcas discursivas, ou seja, em circulação.

Por parte do campo religioso, que atua frente às lógicas de mídias, se desenvolve enunciações pedidas aos seus fiéis – ou candidatos a fiéis – reconhecimento e legitimidade de suas competências para, com isso, determinar e estabelecer regras para definir condições também de reconhecimento e legitimidade, por parte desses fiéis que se inscrevem nessa plataforma de contato e interação.

O campo religioso midiatiza-se para ampliar a visibilidade pública de suas ações. Para isso precisa negociar com a “lógica de mídia”. Assim, na atualidade, o papel da mídia na sociedade tem representado novos interesses no campo da comunicação, por ser ela um poderoso instrumento de poder simbólico. E é através deste comportamento do campo midiático que os indivíduos inseridos em seus contextos sociais produzem gramáticas de reconhecimento, baseadas em experiências culturais, políticas, religiosas e fraternas, em seus espaços tecidos localmente. Realizam-se, portanto, plenamente, pois ganham visibilidade e se fazem presentes no mundo virtual.

A maneira como a religião vai tomando seu lugar nesse novo mundo online é uma preocupação no cenário atual das relações entre mídia e religião. Há uma perda de referencial e uma certa fragmentação do “eu” (assim como no mundo offline). No mundo ciberespacial há uma potencialização das ações individuais e a aproximação do indivíduo com “poderes mágicos”, com a “divindade”, com Edir Macedo por meio do blog. Isso, portanto, mostra que a internet se constitui como um espaço apropriado para a reformulação dos modos de crença e prática religiosa individualizada através das facilidades que oferece a conectividade digital. Exemplo disso é que o fiel pode perfeitamente aderir ao blog e, assim, constituir-se como membro de sua religião, em interação com outros fiéis, com o líder religioso. Também, enviar dúvidas, submeter seu testemunho e, ainda, imprimir o boleto bancário para o pagamento do dízimo, sem a necessidade de sua presença física no templo religioso.

A virtualização dos espaços sociais modificam as relações interpessoais, provocando a fragmentação de locais de sociabilidade, possibilitando a criação de novos espaços e a intervenção da atividade técnica passa a explicar, cada vez mais, o contato religioso na atualidade. Percebemos que o deslocamento dos fiéis, de suas práticas sociais às práticas midiáticas, cria uma forma de manifestação do religioso, marcada pela centralidade no reconhecimento, pela visibilidade do “eu”, em que a consciência do “ser” com os outros e do “ser” com sua religião é construída pela participação no blog. Ou seja, as possibilidades de interação fomentam esse sentimento de participação dos fiéis, formando, assim, uma espécie de comunidade e redes de reconhecimento. Mostrando que a midiatização altera os processos tradicionais de celebrações e interações ritualizadas de comunidades de pertencimento religioso.

Podemos afirmar que o blog de Macedo não se constitui como uma “brincadeira” das novas tecnologias, pois é fortemente utilizado para defender a imagem da igreja contra ataques indesejados, reafirmando a sua transparência em relação aos seus fiéis, solicitando comentários para legitimar suas tomadas de decisões, seja de ordem espiritual, seja de ordem midiática ou de conflito. Assim, há uma nova forma de organização do campo religioso, tecida e regida por uma ordem tecnodiscursiva de caráter midiático.

Por meio da circulação e da análise de marcas presentes nos discursos, percebe-se que há uma atualização do repertório proposto pela esfera da produção, pois os fiéis se submetem a esta plataforma de interação, mostrando que não apenas a utilizam para praticar suas religiosidades, mas também denotam conhecimentos outros, como por exemplo, sobre mídias “concorrentes” às da IURD.

Edir Macedo torna-se uma figura central na condução das ações da igreja e do destino desses fiéis em recepção, ao mostrar a sua capacidade de líder religioso, de manter a ordem e a submissão dos seus fiéis. Sua imagem e sua “performance” no blog, seja através dos textos ou de suas aparições em vídeos, gera vínculos e confiança na relação com o fiel internauta. A relação passa a ser marcada pela proximidade, pela convivialidade e pelo contato, através da afetividade com o internauta. Então, além deles poderem comentar e contar suas histórias, o espaço interativo na internet também produz maior efeito verídico sobre a importância da IURD, para fazer com que suas vidas sejam transformadas, pois, no caso do blog, é um espaço de mediação dessas transformações e conquistas.

Inferimos que o blog se constitui como um espaço para a igreja controlar os fiéis, manter laços e atualizar vínculos por meio de suas estratégias de produção, condicionadas ao modo de operação dos dispositivos midiáticos. Também, acreditamos que ele é um meio pelo qual o fiel pode reafirmar sua fé, estabelecer contato direto com a instituição religiosa e fortalecer laços com a comunidade religiosa. Ao mesmo tempo, é um lugar de visibilidade do “EU” religioso que só é possível porque estes fiéis têm competências com a técnica, domínio e manejo de lógicas de mídia.

Todas estas discussões sobre as novas interações entre os campos midiático e religioso compreendem estudos na área da comunicação, em especial, a comunicação mediada pelas tecnologias de informação, pois o contexto em que ela está inserida também se transforma e se desenvolve continuamente, construindo e moldando novos formatos de interação na sociedade. Entre as perspectivas de estudo para a continuidade da pesquisa, podemos realizar um estudo sobre o Portal Arca Universal, análise das redes sociais como o Twitter e Comunidade Arca, além de um estudo de recepção com fiéis internautas para entender seus processos de construção do religioso e as motivações para suas inserções nesse meio.

Não é pretensão deste trabalho, esgotar a análise diante do que foi proposto, visto que ainda há muito mais coisas a serem abordadas, analisadas e discutidas. A pretensão desta pesquisa foi lançar bases para a reflexão acerca dessas questões, que se relacionam, sem dúvida, com as novas formas de relações entre igreja e fiéis no ambiente interacional da internet. Acreditamos, contudo, que esta pesquisa contribuiu com os estudos realizados até agora e esperamos que essas linhas provoquem “irritações” aos estudiosos do campo acadêmico e interessados no assunto, para que possamos seguir promovendo o debate a respeito das questões aqui levantadas.

BIBLIOGRAFIA

- ALVES, Rubem. **O que é religião?** 9ª ed. São Paulo: Loyola, 2008.
- ANDERSON, Perry. **As Origens da Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BANDEIRA, Alexandre Dresch. **Intersecção dos dispositivos midiáticos e religiosos: a midiatização como lógica do consumo na Igreja Universal do Reino de Deus**. Dissertação de Mestrado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, 2006.
- BAUMAN, Zygmum. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BEHS, Micael Vier. **Estratégias jornalísticas da Igreja Universal do Reino de Deus nas eleições 2006/2008: O caso da *Folha Universal***. Dissertação de Mestrado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, 2009.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Tratado de Sociologia do Conhecimento. 25ª ed. Petrópolis: Vozes, 2005.
- BORELLI, Viviane. **Da festa ao cerimonial midiático: as estratégias de midiatização da telermaria da Medianeira pela Rede Vida**. Tese de Doutorado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, 2007.
- BORELLI, Viviane (Org.). **Mídia e religião: Entre o mundo da fé e do fiel**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.
- BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0**. Como sobreviver e prosperar. On-line, 2008. BUCCI, Eugênio. Entrevistado por CASSOL, Daniel e BOFF, Felipe. Série Jornalismo Público. São Leopoldo. Out. 2008. Disponível em: <http://knightcenter.utexas.edu/journalism20.php>. Acesso em: 13 set. 2010.
- CAPRA, Fritjof. **A Teia da Vida: Uma Nova Compreensão dos Sistemas Vivos**. São Paulo: Ed. Cultrix, 1996.
- CUNHA, Magali do Nascimento. **O conceito de Religiosidade Midiática como atualização do conceito de Igreja Eletrônica em tempos de cultura “gospel”**. Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM). Salvador, 01 a 05 Set 2002. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP1cunha.pdf f ->. Acesso em: 24 mai. 2010.

ESTEVEES, João Pissara. **A ética da comunicação e os media modernos: legitimidade e poder nas sociedades complexas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1998.

FAUSTO NETO, Antonio. **Midiatização, prática social, prática de sentido**. Paper. Bogotá: Seminário Mediatização, 2006.

____. **Contratos de leitura**: entre regulações e deslocamentos. Diálogos Possíveis (UFBA), v. 6, 2007.

____. **Fragmentos de uma "analítica" da midiatização**. Revista Matrizes, v. 1, p. 89-105, 2008. In: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZES/article/view/5236/5260>. Acesso em: 17 jun. 2009.

____. A circulação além das bordas. In: ____; VALDETTARO, Sandra. (Org.). **Mediatización, sociedad y sentido**: diálogos entre Brasil e Argentina. 1. ed. Rosário: Departamento de Ciencias de la Comunicación - UNR, 2010. v. 1. 215 p.

____. **A Igreja doméstica**: Estratégias televisivas de construção de novas religiosidades. São Leopoldo: Cadernos IHU, ano 2, n.7, 2004.

FELINTO, Erick. **A religião das máquinas**. Ensaio sobre o imaginário da Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2005.

____. **Transhumanismo e mito**: notas sobre o culto do ciborgue. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Orgs.). Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulinas, 2003.

FERREIRA, Jairo. **Dispositivos midiáticos**. In: Intercom - XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org/bitstream/1904/20178/1/jairo+ferreira.pdf>. Acesso em: 04 mai. 2010.

FIGENBAUM, Ricardo Zimmermann. **Midiatização**: a reforma protestante do século XXI? Igrejas, dispositivos midiáticos e sistemas de valor, de visibilidade e de vínculo entre regulações e resistências. Tese de Doutorado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, 2010.

FLORES, Ana Cássia. **Práticas midiáticas da Canção Nova na internet**: afetação de lógicas comunicacionais católicas e midiáticas. Dissertação de Mestrado. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Programa de Pós-graduação em Comunicação, 2010.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da Religião**: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova. . Tese de Doutorado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, 2009.

____. **TV Canção Nova e a midiatização do neodevocional**. UNIrevista - Vol. 1, n° 3: (julho 2006).

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GOMES, Pedro Gilberto. **A Filosofia e a ética da comunicação na midiatização da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

_____. **O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sócio-simbólicas na contemporaneidade**. A relação mídia e religião. ENCONTRO DA REDE PROSUL, 2007, São Leopoldo: Unisinos, p.1-14. Anais eletrônicos. CD-ROM.

_____. **Processos Midiáticos e Construção de Novas Religiosidades**. Dimensões Históricas. Cadernos IHU, ano 2, nº 8. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.

_____. **Espiritualidade e Internet: o surgimento de uma nova religião?**. Revista do Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo, p. 35 – 38. 29 mar. 2010a. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/uploads/edicoes/1269895772.9426pdf.pdf>. Acesso em 29 jun. 2010.

_____. **Da Igreja Eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010b.

GOMES, Wilson. **Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo**. Petrópolis: Vozes, 1994.

GUTIÉRREZ, Luis Ignacio Sierra. **A TELE-FÉ: Religião Midiatizada**. Estratégias de reconhecimento de sentidos religiosos de telefiéis do canal Rede Vida de Televisão em Porto Alegre, RS. Tese de Doutorado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, 2006.

HJARVARD, Stig. **The mediatization of religion**. A theory of the media as agents of religious change. Northern Lights, v. 6, 2008a, p.09-26. Bristol: Intellect. Disponível em: http://www.atypon-link.com/INT/doi/pdf/10.1386/nl.6.1.9_1?cookieSet=1. Acesso em 02 mai. 2010.

_____. **The mediatization of society: a theory of the media as agents of social and cultural change**. Nordicom Review, n. 29, v. 2, 2008b, p.105-134. Disponível em: http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/269_hjarvard.pdf. Acesso em 02 mai. 2010.

HOOVER, Stewart M. & LUNDBY, Knut. Introduction: Setting the Agenda. In: HOOVER, Stewart M. & LUNDBY, Knut. (org.) **Rethinking media, religion, and culture**. Londres: Sage, 1997.

HORSFIELD, Peter. Medio, cultura y religión: una introducción. In: HORSFIELD, Meter; HESS, Mary; Medrano, Adán; Enríquez, Juan Carlos (Org.). **Medios y creencias**. Perspectivas culturales del cristianismo en el entorno mediático. México: Plaza y Valdés/Universidad Iberoamericana, 2007.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.

JACKS, Nilda. **Querência: Cultura Regional como Mediação Simbólica**. Porto Alegre: Ed. Universidade/ UFRGS, 1999.

JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. 2. ed. São Paulo: Ática, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria – São Paulo: Aleph, 2008.

KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LEMOS, André; PALACIOS, Marcos (Org). **Janelas do ciberespaço**. 1ª ed. Porto Alegre: Meridional, 2001.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **Metamorfoses da cultura liberal: ética, mídia, empresa**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LUHMAN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **La sociedad de la sociedad**. Trad. Javier Torres Nafarrate. Universidad Iberoamericana. México: Herder, 1998.

_____. **Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general**. Trad. Silvia Pappé y Brunhilde Erker; coord. Javier Torres Nafarrate. Barcelona: Anthropos; México: Universidad Iberoamericana, 2006.

MACHADO, Elias. O ciberespaço como fonte para os jornalistas. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, Universidade da Beira Interior, 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>. Acesso: 02 jan. 2011.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

_____. **Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático**. In: Diálogos de la Comunicación, Número 41. Lima: FELAFACS, 1995.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003.

MATA, Maria Cristina. **De la cultura masiva a la cultura midiática**. Diálogos de la comunicación, Lima: Felafacs, n.56, 1999.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: ____; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. México: Universidade nacional de la Plata, 2000.

PAEGLE, Eduardo Guilherme de Moura. **A “McDonaldização” da fé: um estudo sobre os evangélicos brasileiros** - Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia. Volume 17, set.-dez. de 2008.

PARENTE, André. **O Virtual e o Hipertextual**. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999.

PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. **O show da fé: a religião na sociedade do espetáculo**. Um estudo sobre a Igreja Internacional da Graça de Deus e o entretenimento religioso brasileiro na esfera midiática. Tese de Doutorado. Recife: Universidade Federal de Pernambuco. Programa de Pós-graduação em Sociologia, 2008.

PRIMO, Alex. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

PUNTEL, Joana Terezinha. **Cultura Midiática e Igreja: uma nova ambiência**. São Paulo: Paulinas, 2005.

RECUERO, Raquel. **Webrings: As Redes de Sociabilidade e os Weblogs**. Sessões do imaginário, Porto Alegre, v. 11, 2004. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/806/613>. Acesso em: 27 out. 2009.

REDEMPTORIS MISSIO, 1990. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jpii_enc_07121990_redemptoris-missio_po.html. Acesso em: 12 mai. 2010.

ROCHA, Maria da Penha. **As estratégias de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus**. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro. Programa Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, 2006.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**. Questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Presença, 1997.

_____. **Experiência, modernidade e campo dos media**. Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação. Portugal, 1999. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf>. Acesso em 12 jul. 2009.

SANCHOTENE, Carlos; BORELLI, Viviane. **Mídia e Religião: um estudo de recepção sobre a Romaria da Medianeira**. E-Compós (Brasília), v. 11, p. 1-17, 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/294/294>. Acesso em: 05 jan. 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. 3ª ed. São Paulo: Paulus, 2008.

SIBILIA, Paula. O show da vida íntima na internet: blogs, fotologs, videologs, orkut e webcams. In: CAIAFA, Janice; EIHAJJI, Mohammed. (Org.). **Comunicação e Sociabilidade: cenários contemporâneos**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

_____. **A intimidade escancarada na rede: blogs e webcams subvertem a oposição público versus privado**. 2003. Disponível em:
http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP08_sibilia.pdf. Acesso em: 24 jul. 2010.

SBARDELOTTO, Moisés. **Interações em Rituais Online: A Miatização do Fenômeno Religioso na Internet**. Trabalho apresentado no DT: Interfaces Comunicacionais do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul (INTERCOM SUL). Novo Hamburgo, 17 a 19 de maio de 2010. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0599-1.pdf>. Acesso em: 17 dez. 2010.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e miatização. In: MORAES, Denis. **Sociedade Miatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SWATOWISKI, Claudia Wolff. **Universal Produções: características de uma empresa de comunicação de massa evangélica**. In: X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC, 2004. Rio de Janeiro. Disponível em:
<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19606/1/Claudia+Wolff+Swatowiski.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2010.

TURKLE, Sherry. **A vida no ecrã: a identidade na era da internet**. Lisboa: Relógio D'Água, 1995.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la miatización. In: **Revista Diálogos de la Comunicación**, n.48, Lima: Felafacs, 1997.

_____. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2005.

WEBER, Silvio. **Jornal “O Santuário”**: onde e como o institucional e o comunitário se encontram. Dissertação de Mestrado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, 2009.

WHITE, Robert. **Teorias da Mídia e Religião** – sua evolução ao longo de 150 anos. In Revista Fronteiras – estudos midiáticos. Vol. IV, nº1. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. São Leopoldo, RS, Junho de 2002.

_____. **Religião & Mídia** – Na construção de culturas. In: HOOVER, Stewart M. & LUNDBY, Knut. Rethinking media, religion, and culture. Tradução do PPGCOM Unisinos. Thousands Oaks/Londres/Nova Deli: Sage Publications. International Educational and Professional Publisher, 1997.

_____. Cuestiones clave en el estudio de medios, religión y cultura. In: HORSFIELD, Meter; HESS, Mary; Medrano, Adán; Enríquez, Juan Carlos (Org.). **Medios y creencias**. Perspectivas culturales del cristianismo en el entorno mediático. México: Plaza y Valdés/Universidad Iberoamericana, 2007.

Artigos Online:

GONDIM, Ricardo. **Qual o futuro dos evangélicos brasileiros?** (Online). Disponível em <http://www.msevangélico.com.br/estudo.php?ID=69>. Acesso em: 31 mai. 2010.

SENA NETO, José Barbosa de. **A Religião da Pós-modernidade... A religião de mercado...** (Online). Disponível em: http://www.expadre.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=22:a-religiao-da-posmodernidade-a-religiao-de-mercado-&catid=29:artigos-doutrinarios&Itemid=37. Acesso em: 28 jun. 2010.

SOUZA, Ricardo Barbosa de. **A Pós-Modernidade e a Singularidade de Cristo.** (Online). Revista Eclésia. Edição 105, Dezembro/2006. Disponível em http://www.ecclesia.com.br/revistadet1.asp?cod_artigos=70. Acesso em: 28 jun. 2010.