

Folha Universal. A interface do neopentecostalismo com a mídia impressa.¹

Lígia Fumaneri ROSA²
Marcelo Fernando de LIMA³

Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba - PR

Resumo

O presente artigo se propõe a refletir sobre o periódico impresso Folha Universal, produzido pela Igreja Universal do Reino de Deus, quanto ao seu desenvolvimento e relevância. A análise tem como objetivo discutir o surgimento do Neopentecostalismo, a utilização dos meios massivos jornalísticos para fins religiosos, o conteúdo divulgado e sua relação com a comunicação e o livre acesso a informação.

Palavras-chave: Comunicação especializada; Religião; Neopentecostalismo; Igreja Universal do Reino de Deus; Editoração.

INTRODUÇÃO

Comunicar é imprescindível, fato que pode ser observado desde os primórdios. No aspecto religioso a tecnologia de impressão gerou uma revolução comunicacional ao permitir a rápida impressão de conteúdo, a maior circulação de informações, a independência sobre a leitura e as interpretações, e a influência do poder eclesiástico.

Este trabalho explora as interfaces entre a comunicação religiosa e a mídia jornalística impressa utilizada pela Igreja Universal do Reino de Deus. Além disso, esta análise busca mostrar a representatividade da Folha Universal perante o público, de acordo com as concepções de comunicação das autoras Dominique Wolton e Cicília M. Krohling Peruzzo.

A metodologia utilizada é a análise bibliográfica e documental, que se destina a revisar aspectos históricos e teóricos que a fundamentam, assim como a identificar a importância da mídia impressa para os neopentecostais. O período abrangido, maio a julho de 2016, tem como propósito compreender a atual posição do jornal.

¹ Trabalho apresentado no II06 – Estudos Interdisciplinares do XXXIX Congresso de Ciências da Comunicação. São Paulo – São Paulo, realizado de 05 a 09 de setembro de 2016.

² Estudante de Graduação, 5º semestre do Curso de Comunicação Institucional da UTFPR, e-mail: lfumaneri@yahoo.com.br

³ Orientador do trabalho. Jornalista (PUCPR), doutor em Letras (UFPR), professor-adjunto do Curso de Comunicação Organizacional da UTFPR e do Mestrado em Estudos de Linguagens, e-mail: marcelolima@utfpr.edu.br

Esta pesquisa foi dividida em três capítulos. O primeiro sobre a conexão entre comunicação e religião, e o surgimento do neopentecostalismo. O segundo sobre a Igreja Universal do Reino de Deus e a Folha Universal. O terceiro, sobre os formatos comunicacionais. Ao final é compreendida a análise do periódico.

COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO.

Os meios de comunicação

Os meios de comunicação recobrem uma multiplicidade de sentidos, dada a profissionalização das práticas e a proliferação das tecnologias, que acrescentam novas vozes, discursos e despertam o interesse de ciências tão diversas, entre elas a filosofia, história, psicologia, sociologia e a teologia.

Durante a sua construção o campo das ciências sociais e os meios comunicacionais estiveram continuamente ligados a evoluções e revoluções internas, em contextos históricos diversos, vivenciando até o início do século XXI quatro principais ápices, são eles: invenção da escrita nos primórdios da civilização, a concepção da prensa de tipos móveis no início da época moderna, o desenvolvimento da comunicação a distância por meio radiofônico e audiovisual, durante o século XX e por fim, o surgimento dos meios eletrônicos e da internet no século XXI.

Esses períodos têm em comum o propósito de criar uma nova cultura de formação dos indivíduos, com a utilização de novos formatos de transmissão e produção de conhecimento. As ideias que se originam a partir do Renascimento Cultural, buscam uma maior autonomia, porém o mesmo sentido pode ser verificado anteriormente, como exposto sobre a criação do alfabeto ocidental, pelo autor Marshall McLuhan (1996), em “Os meios de comunicação como extensões do homem”.

O alfabeto significou o poder, a autoridade e o controle das estruturas militares, a distância. Quando combinado com o papiro, o alfabeto decretou o fim das burocracias templárias estacionárias e dos monopólios sacerdotais do conhecimento e do poder. (MCLUHAN. 1996. p. 101)

As invenções passam a gerar mais que autonomia, elas criam um forte impacto no agir humano. Segundo SILVA ([2009]. p.41), “permitiu fixar o pensamento sobre um suporte material, retomá-lo, aprofundá-lo e, sobretudo, quebrou a exigência de se compartilhar o mesmo ambiente para a emissão de uma mensagem, além de garantir a duração de um enunciado por longo tempo. ”

Relação da prensa de tipos móveis e a Igreja

A invenção da prensa de tipos de metais móveis por Johannes Gensfleisch Zur, mais conhecido como Johannes Gutenberg, em 1450, em Mainz na atual Alemanha, provocou alterações significativas na cultura e nos meios de comunicação, e se mostrou como um invento conturbado desde seu aparecimento.

A reação da Igreja Católica que inicialmente havia sido de beneficiação, ao imprimir uma maior quantidade de cartas de indulgências e logo, arrecadar mais fundos. Tornou-se desfavorável, emitindo respostas de contestação e negação, após 23 de fevereiro de 1455, quando o primeiro livro impresso moderno foi lançado por Gutenberg, a *Bíblia Mazarin* – A Bíblia de 42 linhas.

A história aponta que a intenção de Gutenberg ao imprimir e replicar a Bíblia Gigante de Mogúncia, cuja as 1.300 páginas eram escritas à mão, em alemão, foi de fixar as palavras divinas do Santo Livro na mente da maior quantidade de homens que pudessem ser alcançados, sem nenhuma intenção subversiva.

O temor da Igreja se baseava no princípio do fim da Galáxia Teológica:

Composta por catedrais, igrejas, capelas, mosteiros, conventos e os mais diversos tipos de retiro, era tal galáxia habitada por milhares de padres e freiras, organizados em ordens santas espalhas por quase toda a Europa, ao redor de quem flutuava uma poeira cósmica de peregrinos, penitentes e pecadores de todos os tipos. Sustentada pelos dízimos – a primeira lei da gravidade do mundo religioso – e pela fé das gentes, a Galáxia Teológica, depois de um império de mais de mil anos, estava com seus dias contados e tudo por causa daquele invento. Era o púlpito e o sermão, o manuscrito do monge, que recuavam assustados com o produto do prelo de Gutenberg. (SCHILLING. [2010])

Ao retirar o monopólio do conhecimento das Escrituras das autoridades eclesiásticas, deu livre acesso aos fiéis a interpretação dos textos religiosos. Dessa forma, a fé e a influência da Igreja na sociedade foram abaladas, uma vez que, ao controlar a leitura a Igreja impedia a compreensão divergente dos dogmas cristãos.

Até esse momento [advento da prensa de Gutenberg], os analfabetos formavam quase a totalidade da população, e a Igreja junto com a nobreza formava a estrutura social da civilização, cujo domínio era exercido com base na fé e nos dogmas impostos pela obediência às escrituras. (FEITOSA. 2013. p.4)

Ao todo foram impressas 180 Bíblias de 42 linhas, com um total de 1.282 páginas, divididas em dois livros e 290 gravuras feitas à mão. No período atual, restam 48 exemplares em acervos de museus ao redor do mundo.

O impacto causado pela introdução da nova prensa na sociedade europeia, é também retratado por Victor Hugo no livro “Nossa Senhora de Paris”, de 1831. Como exposto no trecho: “A invenção da imprensa é o maior acontecimento da história. É a revolução mãe... é o pensamento humano que larga uma forma e veste outra... é a completa e definitiva mudança de pele dessa serpente diabólica, que, desde Adão, representa a inteligência. ” (HUGO, Victor, 1831. Apud. SCHILLING, [2010])

A tradução da Bíblia para o alemão foi de grande importância para a Reforma Protestante, visto que até então, o livro sagrado era lido e escrito em Latim, o que restringia sua circulação.

Reforma protestante e materiais impressos religiosos

A Reforma Protestante teve seu início no final do século XII, momento no qual surgiam na Europa movimentos que pediam mudanças internas na Igreja Católica Apostólica Romana, entre eles, os liderados pelo sacerdote e professor da Universidade de Oxford, João Wycliff e o sacerdote e professor da Universidade de Praga, João Hus.

Entretanto, a Reforma só foi concretizada no dia 31 de outubro de 1517, na Alemanha, quando o frade agostiniano Martinho Lutero, utilizou-se da cultura de pregar em locais públicos os avisos e comunicados sobre o feriado do dia de todos os santos e finados, respectivamente dia 1 e 2 de novembro, e diante da venda de indulgências do João Tetzel, fixou nas portas da igreja do castelo de Wittenberg, suas 95 teses, em que convidava a comunidade acadêmica e a os teólogos católicos à discutirem sobre penitência, indulgências e a salvação pela fé.

No ano seguinte Lutero é convocado a Roma para responder as acusações de heresia, ao se recusar a ir e mantendo sua posição, em 1521, é publicada a *Decret Pontificem Romanum*, bula de excomunhão e a promulgação do *Edito de Worms*. Levando-o a se refugiar no castelo de Wartburgo, onde começa a traduzir as Escrituras, sobre a proteção do príncipe-eleito da Saxônia, Frederico, o Sábio.

A Reforma Protestante rapidamente se espalhou pela Europa, retomando os padrões bíblicos do Novo Testamento, apresentando novas condutas para os cristãos e modernizando a prática medieval do culto católico, ao defender as doutrinas de:

- Justificação pela fé (A supremacia da fé sobre as obras): Baseado no ensinamento do Apóstolo Paulo sobre a passagem *Romanos 1:17*, “O justo viverá pela fé”, de modo que o homem não é justificado por suas obras, mas pela fé em Jesus Cristo.

- Infallibilidade da Bíblia (Supremacia das Escrituras sobre a tradição): O livro sagrado é a palavra de Deus inspirada pelo Espírito de Santo, assim sendo, é infalível e encontra-se acima de qualquer tradição religiosa, inclusive acima do Papa, ao contrário do que era pregado pela Igreja Católica Romana.
- Sacerdócio de todos os crentes (Supremacia do povo sobre o sacerdócio exclusivo): Todo crente é sacerdote e tem livre acesso à presença de Deus, de modo que o único intermediário entre Deus e o homem, é Jesus Cristo.

O resultado da Reforma é a divisão da Igreja do ocidente entre católicos romanos e os reformados ou protestante, originando o protestantismo. Historicamente, a Reforma Protestante é o primeiro movimento a utilizar massivamente os meios de comunicação ao reproduzir, por meio da prensa de Gutemberg, as 95 teses de Lutero, que disseminaram as ideias do movimento por toda a Europa.

Neopentecostalismo e a Igreja Universal do Reino de Deus

O protestantismo é uma das vertentes do Cristianismo que teve sua origem a partir das Reformas na Europa contra as práticas da Igreja Católica, no século XVI. Lutero, dá fim as imagens dos santos, o celibato e o uso do latim nas celebrações, mantendo o batismo e a eucaristia. Os inimigos dos reformistas se referem aos seguidores como “luteranos”, de modo que os mesmos preferem ser chamados de “evangélicos”, termo hoje amplamente utilizado para se referir a esses fiéis.

Segundo o cientista da religião, João Décio Passos, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), a explicação para a ramificação se dá: “O protestantismo tem uma pedra fundamental: a autonomia. A ideia de que só Deus salva, a subjetividade do indivíduo e a possibilidade de assumir e viver as diferenças, gera uma variedade enorme de igrejas.”⁴

A independência e a liberdade pregada por Lutero abre espaço para o surgimento de diferentes correntes religiosas, entre elas: o protestantismo histórico, que engloba as igrejas Presbiterianas, Batistas e Metodistas; o Pentecostalismo – nascido nos Estados Unidos a partir da aceitação das manifestações do Espírito Santo, como a Congregação Cristã, Assembléia de Deus, Deus é amor e a Igreja do Evangelho Quadrangular e por fim, o Neopentecostalismo, representado pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), a Renascer em Cristo e a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra.

O Neopentecostalismo ganha força e destaque na mídia brasileira no início dos anos 80 ao pregar a “Teoria da Prosperidade”, colocando a fé do cristão como determinante para

⁴ Disponível em: <http://mundoestranho.abril.com.br/materia/como-surgiram-as-igrejas-protestantes>.

o crescimento financeiro, de modo que ao ter sua vida marcada pela plena-fé, o fiel será bem-sucedido, terá saúde física-emocional-espiritual e poderá buscar a prosperidade material. Diferente do pentecostalismo tradicional, os neopentecostais passaram a investir na televisão, rádio, jornais, editoriais, sites e a enfatizar a participação dos evangélicos na política e a pregação da cura divina. No Brasil, sua maior exposição se dá pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), fundada em 1977 pelo Bispo Edir Macedo, que possui hoje mais de 6 mil templos pelo Brasil, entre eles a réplica do Templo de Salomão, inaugurado na cidade de São Paulo em 2014, e se expandiu por 200 países, como, a África do Sul com 382 templos e os Estados Unidos, onde atua há 26 anos e conta com 190 templos.⁵

Segundo os dados sobre religião do censo de 2010, o mais recente divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os evangélicos são 22,2% da população brasileira, dos quais 1.813.243 participam da Igreja Universal do Reino de Deus. Contudo, os dados também mostram que a IURD, de 2000 a 2010, perdeu 229 mil fiéis.

Entre as igrejas Protestantes, a IURD ocupa o 4º lugar no ranking brasileiro, atrás da Igreja Assembleia de Deus, Igreja Evangélica Batista e Igreja Congregação Cristã do Brasil, respectivamente. Vale ressaltar também, que do total de fiéis 59.6% (1.117.040) são mulheres, enquanto os homens são 39.4% (756.203), em relação a etnia dos membros: 66% é parda, 21% branca, 11% negra, 1% indígena e 1% oriental.

A COMUNICAÇÃO EXERCIDA PELA IURD

A Igreja Universal do Reino de Deus possui a maior editora e gráfica Cristã do Brasil, a Universal Produções ou UniPro, que centraliza a produção do jornal Folha Universal, das revistas Ester, Plenitude e Obreiro de Fé, do portal eletrônico Arca Universal e do portal online de notícias R7. Além de deter a rede de rádio Aleluia, formada por mais de 55 emissoras, a sua própria gravadora, desde 1992, a Line Records, subdividida em três selos, a Rede Record de Televisão, comprada em 1989 pelo Bispo Edir Macedo, pelo valor de US\$ 45 milhões e o mais recente, a Univer – Ver para Crer, site que reúne conteúdo online de entretenimento cristão, e mantém perfis nas principais redes sociais, entre elas o *Facebook* e o *Twitter*.

Para compreender a forma de expansão e o cumprimento do seu ideal religioso como instituição, é necessário entender a forma na qual a IURD se estrutura como empresa

⁵ Dados do ano de 2012 – última estatística divulgada. Disponível em: <http://noticias.r7.com/brasil/noticias/expansao-da-igreja-universal-pelo-mundo-ja-atinge-quase-200-paises-20120818.html>

internamente – fator que a diferencia das demais instituições religiosas protestantes. Em muitos aspectos, sua estrutura se assemelha a utilizada pela Igreja Católica, hierárquica, com gestão financeira profissional, distinção entre a área teológica e a estrutural, plano de carreiras e administração exercida por um quadro de bispos e pastores, acima dos demais funcionários. O modelo de gestão hierárquica:

Permite centralizar a administração dos recursos coletados e fazer investimentos caros e estratégicos, como a abertura de novas congregações e frentes de evangelização, a construção de templos de grande porte, a compra de emissoras de rádio e TV, a criação de gravadoras, de editoras e de outros empreendimentos (MARIANO, 2004, p. 126).

Isto é, devido a sua ideologia voltada à prosperidade, a implantação de uma rede de templos locais ligados a uma sede nacional, mundial ou até mesmo universal, possibilita o acúmulo de recursos em um caixa único, com o objetivo de manter os templos, buscar a expansão contínua e mais, criar material comunicacional que supra a necessidade de informações religiosas, socioculturais, políticas e de entretenimento de seus seguidores.

Em relação ao desenvolvimento de mídias próprias, o discurso utilizado pela instituição e divulgado por meio das colunas dos bispos nos materiais comunicacionais, são referências usadas pela mídia padrão sobre a IURD, que a descrevem sem vontade ou compreensão das causas e métodos da Igreja Universal. A posição de vítima perante a outras instituições midiáticas, assim como o discurso protecionista quanto a seus investimentos comunicacionais, é visto em todas as vertentes da IURD.

Folha Universal

A Folha Universal, é um jornal semanal da Igreja Universal do Reino de Deus, lançado em 15 de março de 1992, em forma de tabloide, assumindo formato standard de 16 folhas (32 páginas) todas impressas em cores, a partir de 1995. Em seu lançamento, a tiragem foi de 40 mil exemplares, fornecidos para o eixo Rio-São Paulo. Apesar da distribuição ser gratuita, até o início do ano de 2005 era possível comprar um plano de assinatura para receber o periódico em casa. Segundo informação do site da IURD⁶, a Folha Universal é o maior jornal evangélico do mundo.

Nesse trabalho serão analisados os exemplares de número: 1.259, 1.261, 1.263, 1.264 e 1.265, referente aos meses de maio a julho de 2016, período no qual a tiragem foi de

⁶ Igreja Universal do Reino de Deus. Disponível em: <<http://www.universal.org/>>. Acesso em 07 de julho de 2016.

1.723.750, com alcance nacional. O fornecimento do jornal ocorre de duas formas: mediante retirada na Igreja Universal do Reino de Deus e entregue nas casas e carros, próximo as filiais.

A Folha Universal possui um papel evangelizador, entretanto, apresenta junto a matérias de cunho religioso, informações de caráter social e cultural, buscando realizar uma análise religiosa agregada as notícias. As matérias também têm a intenção de legitimar a visão da IURD e sua interpretação dos textos bíblicos, ou seja, reflete o *modus operandi* da instituição neopentecostal.

Devido à sua disposição semanal, as matérias são fechadas uma semana antes do envio para a gráfica, de modo que se passam 15 dias entre o fechamento e a entrega para os templos, justificando a escolha de evitar matérias de atualidades de curto prazo, uma vez que, comparado aos jornas diários, a notícia chegará desatualizada aos fiéis.

A redação da Folha Universal está localizada na cidade de São Paulo e passou por mudanças estruturais e editoriais em 2013. Período em que foi assumida pela editora chefe, Thaís Toledo. A equipe hoje é formada por 40 integrantes, a maioria membros da Universal.

O periódico é dividido em dois cadernos, nomeados Caderno A e Caderno B ou Caderno Universal, que compreendem 20 e 12 páginas respectivamente. A análise dos exemplares acima citados, revelou a atual disposição das matérias e dos editoriais por página. Como apresentado pelas tabelas a seguir:

CADERNO A			
PAGINA	EDITORIAL	PAGINA	EDITORIAL
1	CAPA	11	Geral
2	Opinião	12	Oportunidades
3	Panorama	13	Oportunidades
4	Capa	14	Frases
5	Capa	15	Os 10 mandamentos
6	Capa	16	A escola do amor
7	Intellimen	17	PROPAGANDA
8	7 dias	18	Especial
9	7 dias	19	Especial
10	Geral	20	Ponto Final - FIM

TABELA 1 – DISPOSIÇÃO DOS EDITORIAIS DO CADERNO A DA FOLHA UNIVERSAL

CADERNO B (CADERNO UNIVERSAL)			
PÁGINA	EDITORIAL	PÁGINA	EDITORIAL
1	CAPA	7	Folha Mulher
2	Especial	8	Folha Mulher
3	Reflexão	9	PROPAGANDA
4	Aconteceu	10	Templo de Salomão
5	Folha Mulher	11	Templo de Salomão
6	Folha Mulher	12	Mundo

TABELA 2 – DISPOSIÇÃO DOS EDITORIAIS DO CADERNO B DA FOLHA UNIVERSAL

Entre as cinco edições analisadas, as variações entre editoriais e matérias são mínimas, ocorrendo na publicação de número 1.259 (22 a 28 de maio de 2016), na qual a página final deixou de ser inteiramente de propaganda e recebeu 50% de sua totalidade em conteúdo nos exemplares seguintes (junho a julho). Dentro do caderno B, as edições 1.263 e 1.265, tiveram o nome da seção “Aconteceu” alterado para “Superação”.

É importante destacar nesta análise a diagramação das capas. Em todas, a seção “Mulher”, encontrada a partir da página 5 do Caderno B/Universal, recebe destaque no canto superior esquerdo, acima do nome do jornal, mantendo sua posição constante em todas as publicações. Ganham também realce, a matéria principal do Caderno B/Universal e em quatro das cinco edições, com exceção da de número 1.261, “Os dez mandamentos”.

Foi possível observar o espaço dado a publicidade, um dos meios pelo qual a Folha Universal é subsidiada. No mês de maio, era possível encontrar 15 anúncios, dos quais 7 eram destinados a serviços e produtos da própria Igreja Universal. Já na última edição analisada (nº 1.265), são encontrados apenas 12 anúncios, sendo 8 de serviços e produtos da Igreja. Os demais anunciantes expostos, por ordem alfabética, são: Banco Renner, BR Vita, Claro HDTV, JotaPe Calçados, Kelma Cosméticos, OdontoFit, Ômega 3, Saúde Garantida e Sky.

OS FORMATOS DA COMUNICAÇÃO

A Religião e a comunicação se conectam desde os primórdios, visto que a transmissão da fé e das interpretações dos textos eclesiais se dá por processos comunicacionais entre duas ou mais pessoas. Assim sendo, é necessário compreender os formatos que a comunicação assume.

Dominique Wolton, em “Pensar a comunicação”, propõe o entendimento sobre essa área dividido em três sentidos: a Comunicação Direta, a dimensão mais normativa e que parte de uma experiência antropológica, representada pelo ato da troca, da compreensão e de

partilhas múltiplas, a Comunicação Técnica, que nasce da ideia de aproximar, de transmitir e difundir informações por meio da comunicação à distância mediatizada pelas tecnologias (televisão, rádio, jornal, informática, entre outros) e finalmente, a Comunicação Social, em que as técnicas comunicacionais se tornam uma necessidade fundamental para a economia e o mercado, tanto para as trocas de bem e serviço, quanto para os fluxos econômicos, financeiros e administrativos. (WOLTON. 1997. p.09-11).

Deve-se também, assimilar os formatos estudados pela doutora em comunicação, Cícilia Maria Krohling Peruzzo, que investiga em diversos âmbitos os aspectos da comunicação popular, alternativa e comunitária. A comunicação popular e alternativa tiveram sua origem entre as décadas de 1970 e 1980. Segundo Peruzzo (2006, p.4):

Em síntese, a comunicação popular e alternativa se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do “povo”. Possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o “povo” como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo. É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa. (PERUZZO. 2006, p. 4)

Isto é, representam uma forma alternativa de comunicação, que emerge da ação de grupos populares, com caráter mobilizador e é perpassada por canais próprios de comunicação. Porém, desde seu surgimento houveram diversas mudanças:

De uma comunicação dirigida a pequenos grupos e centrada nos aspectos combativos dos movimentos populares, passou-se – aos poucos – a ampliar seu alcance por meio da incorporação de meios massivos, principalmente de radiodifusão, e, portanto, de novos conteúdos e linguagens. (PERUZZO. 2006, p. 4)

A partir das mudanças, elas extrapolam os limites dos movimentos populares e do caráter combativo, adaptando seus discursos aos novos públicos e incorporando cultura e entretenimento. A comunicação alternativa se especifica por designar tanto a comunicação popular, como o tipo de imprensa não alinhada à mídia tradicional - a mídia alternativa. Para Peruzzo (2006, p.8), “O que caracteriza o jornal como alternativo é o fato de representar uma opção enquanto fonte de informação, pelo conteúdo que oferece e pelo tipo de abordagem. ”

Já o conceito inerente de comunicação comunitária:

[...] se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania. (PERUZZO, P.9. 2006).

Finalmente, em relação a comunicação estratégica, é possível compreender seu significado de forma simples: “A estratégia como forma de definir e aplicar recursos com intuito de atingir objetivos previamente estabelecidos” (BUENO. 2009. p.55). Assim sendo, a comunicação quando inclusa no plano estratégico das organizações, sem distinção de segmentos, permite uma interação eficiente com os públicos, internos e externos. Aspecto esse, que se une a forma como a empresa é administrada, motivo pelo qual é importante compreender a forma como a Igreja Universal do Reino de Deus se estrutura internamente – uma administração estratégica, com setores financeiros e comunicacionais profissionais.

Na sociedade contemporânea esses formatos se misturam e coabitam, mas todos têm como premissa básica serem uma opção de canal de expressão de conteúdos infocomunicativos, favorecendo a emancipação humana e a interação, contribuindo para a melhoria das condições de existência dos indivíduos e das relações pessoais. Busca-se, portanto, uma transformação social, em prol da cidadania e da liberdade, por meio da circulação de ideias e da conscientização da comunidade em que atua. A comunicação, entre elas a religiosa, se adapta e se incorpora através dos séculos aos novos formatos e canais de difusão criados, assumindo formatos impressos, televisivos, radiofônicos e digitais.

CONCLUSÃO

O sucesso do protestantismo, não seria o mesmo sem a invenção da imprensa por Gutemberg. Desde os primórdios a ligação entre essa vertente do cristianismo, a Bíblia, a Confissão de Fé e os Catecismos, a tornou a “religião do livro”⁷ e propiciou o aparecimento de um clero letrado e culto, que atualizou e contextualizou a oralidade e a literalidade dos cultos ao estilo de vida dos seus fiéis - os receptores da comunicação.

O Neopentecostalismo, como a mais nova geração do protestantismo, passa a utilizar dos meios comunicacionais e a perpassar diversos formatos da comunicação, junto a técnicas mercadológicas, para criar um mercado religioso para seus seguidores. Diferente da mídia tradicional, a mídia religiosa exercida é institucional e apenas um meio para divulgação das doutrinas da instituição.

É por meio das tecnologias comunicacionais que a Igreja Universal do Reino de Deus procura propagar seus preceitos, ideologias e angariar fiéis. Desse modo, não há dúvidas de que a Folha Universal é um órgão oficial da Igreja e que assume desde sua criação,

⁷ Termo utilizado no estudo *Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de acertos e desacertos*, de CAMPOS, Leonildo Silveira.

características da comunicação popular e alternativa, embasada em planos estratégicos, com o propósito de criar uma identidade para seus fiéis, misturando de forma indissociável valores, interesses, princípios e ideologias.

A interação com seus públicos é mantida ao se partilhar nos cultos e transmitir nos meios de comunicação, suas convicções. Entre elas, a “Teoria da Prosperidade” que satisfaz as necessidades, principalmente, da camada social de mais baixa renda, que vê no discurso utilizado uma forma de ganhos pessoais e materiais.

Essa é uma das razões pela qual é possível justificar a continua circulação da Folha Universal, apesar das novas mídias digitais. O periódico semanal gratuito, engloba ao público da Igreja Universal, a camada da população brasileira que ainda não possui acesso à internet, tornando a distribuição gratuita um fator essencial e segundo, o seu compartilhamento fora da instituição, com a distribuição em casas e carros próximos as filiais, abrange a parcela da população que não participa da Igreja e a convida para o culto, a partir da disseminação das crenças da IURD.

Para os fiéis, o conteúdo disposto na Folha Universal serve como uma fonte alternativa de informação, que respeita os preceitos básicos da religião e contribui para a divulgação e disseminação do discurso religioso na comunidade. Entre esse público, a mulher tem um papel de grande relevância, uma vez que representa 59.6% dos integrantes, o que pode ser visto com a seção Folha Mulher, a maior do periódico.

A Igreja Universal do Reino de Deus, por meio da Folha Universal, incorpora a cultura do livro e das palavras escritas, herdadas do protestantismo, à mídia massiva, utilizando o periódico para exercer seu poder simbólico e anunciar a fé cristã. O seu diferencial em relação aos demais, é a elaboração de um discurso fácil de ser compreendido e aceito, atendendo a todas as camadas sociais e incorporando-se ao desejo dos espectadores ao fornecer a possibilidade de entretenimento, de soluções para problemas, crescimento pessoal e material, e interação como indivíduo e comunidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUENO, Wilson da Costa. Medindo o retorno do trabalho de assessoria de imprensa. In DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2008, cap. 21
- CAMPOS, Leonildo Silveira. **Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de acertos e desacertos**. Rever. PUC – São Paulo. 2008.
- FEITOSA, Carla Valéria da Costa. **Religião e mídia: comunicação e poder**. Tuiuti: Ciência e Cultura, n. 46. 2013.
- FILHO, Valdemar Figueredo. **Retórica Política do jornal Folha Universal**. Disponível em: < <http://docplayer.com.br/19406595-Retorica-politica-do-jornal-folha-universal-valdemar-figueredo-filho.html>>. Acesso em 10 de julho de 2016.
- IBGE. **Censo demográfico 2010**. Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Brasília. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/resultados.html>. > Acesso em 10 de julho de 2016.
- MARIANO, Ricardo. **Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal do Reino de Deus**. Estudos Avançados, v. 18, n. 52, p. 121-138, 2004.
- MATOS, Alderi Souza. **A reforma protestante do século XVI**. Disponível em: <<http://www.mackenzie.br/6962.html>>. Acesso em: 9 de julho de 2016.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Editora Cultrix. Edição 8. São Paulo. 1996.
- PERUZZO. Cicilia Maria Krohling. **Revisando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. XXIX Congresso Brasileiro de Comunicação. 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>>. Acesso em: 10 de julho de 2016.
- ROTHBERG, Danilo e DIAS, Mariane Bovoloni. **Religião, política e eleições na Folha Universal**. Intexto. Porto Alegre, UFRGS, n.27, p.20-37. 2012.
- SCHILLING. Voltaire. **História, cultura e pensamento – O prelo luminoso de Gutemberg**. [2010]. Disponível em: <<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/cultura/gutemberg.htm>> Acesso em: 07 de julho de 2016.
- SILVA, Alaine. **O pentecostalismo**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/religiao/pentecostalismo/>>. Acesso em: 09 de julho de 2016.

SILVA, Marcos. **A revolução da prensa gráfica.** São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe. CESAD. [2009]. Disponível em: <www.cesadufs.com.br/ORBI/public/uploadCatalogo/16593514122012Historia_da_Educacao_Brasileira_Aula_3.pdf> Acesso em 07 de julho de 2016.

SWATOWISKI, Claudia Wolff. **Universal Produções: características de uma empresa de comunicação de massa evangélica.** Intercom Sudeste – SIPEC. Rio de Janeiro. 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/96884821611930017765682506676084197838.pdf>>. Acesso em 08 de julho de 2016.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação.** Tradução de Vanda Anastácio. Portugal. Editora DIFEL – Difusão Editorial, 1997.

95 teses de Martinho Lutero. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/95-teses-de-martinho-lutero/>>. Acesso em 09 de julho de 2016.

A reforma protestante do séc. XVI. Disponível em: <http://www.iprb.org.br/artigos/textos/art51_100/art79.htm>. Acesso em 09 de julho de 2016.

Os meios de comunicação e as revoluções. Disponível em: <opinacao.wordpress.com/2011/10/30/os-meios-de-comunicacao-e-as-revolucoes>. Acesso em 08 de julho de 2016.

Protestantismo. Disponível em: <<http://historiadomundo.uol.com.br/idade-moderna/protestantismo.htm>>. Acesso em 10 de julho de 2016.