



O Reino Simbólico de Edir Macedo¹

João Victor TORRES²

Êmili Adami ROSSETTI³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

O presente artigo tem por objetivo descrever o reino simbólico edificado pelo Bispo e Empresário Edir Macedo no que toca a produção religiosa engendrada pela mídia contemporânea. Para isso, descreveremos os tentáculos midiáticos que sustentam a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e o discurso do Bispo enfatizando a produção simbólica. Entendemos que a síntese discursiva dessa instituição, que parte de um ponto central de poder, obtém destaque por operar de forma exemplar sob os meios de comunicação de massa nos seus mais infintos desdobramentos.

Palavra Chaves

Edir Macedo; Igreja Universal; Mídia; Simbólico; Comunicação.

1.0 Introdução

A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), que tem como líder o Bispo e empresário Edir Macedo, é uma das instituições cristãs que melhor se adaptou ao uso das novas tecnologias, daí a nomenclatura “nativa midiática”. Inaugurando um templo por dia em média (MARIANO, 1999) Macedo não se acomoda ou se satisfaz com o contato realizado no templo face-a-face, ele amplifica de parecida forma o domínio sobre os principais meios de comunicação fazendo deles verdadeiros púlpitos desterritorializados. Mesmo contando com as falanges da tecnologia, esse líder, entretanto, não abre mão da presença física do seu rebanho.

A finalidade desse artigo reside na demonstração dos inúmeros mecanismos tecnológicos e midiáticos utilizados por Edir Macedo, que funcionam como verdadeiras munições simbólicas na construção do maior e mais bem sucedido grupo neopentecostal do Brasil. Isso significa: cinco mil templos, dez mil pastores e mais de 1,8 milhões de fiéis. Para esse exercício reflexivo, nos servirá como metodologia: a pesquisa

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais, do XV Intercom Nordeste, realizado de 12 a 14 de junho de 2013

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN, email: joavictorct@gmail.com

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN, email: emilirrossetti@gmail.com



bibliográfica, que possibilitará a releitura de clássicos que trataram da interface midiática, como as ciências da religião (levando sempre em consideração a juventude da área comunicativa e a sua incapacidade de dar conta da complexidade de tal fenômeno); o método “histórico novo”, que escava o passado e denuncia as condições de possibilidades que faz um certo fenômeno vir a tona; e, por fim, a descrição, que sintetiza, desde interpretações, algumas inferências a partir dos materiais empíricos investigados.

Os tentáculos comunicativos que podem ser selados tanto no culto presencial como também por meio da eletricidade, de ondas ou da fibra ótica, tornam divinal o discurso do Bispo, isto é, onipresente. Sabemos que a produção simbólica vista por nós de forma tão expressiva através dos meios de comunicação de posse de Macedo é somente a ponta do *iceberg*, uma nata superficial, tendo em vista os ocultamentos que englobam as necessidades sociais, individuais, da contemporaneidade, da mídia e da religião. Com efeito, nos comprometemos neste restrito espaço a apresentar de forma sucinta o intercâmbio simbólico que parte de um centro de poder (neste caso, a figura do Bispo) e se irradia em forma de forças para zonas longínquas de tensão.

Na próxima seção descreveremos um pouco da história do líder em questão e do surgimento da IURD. Todavia, nosso real objetivo é apresentar as máximas dessa instituição, ou seja, como as produções símbolos são organizadas e distribuídas, já que “não estamos em um universo meramente físico, o homem vive em um universo simbólico. A linguagem, o mito, a arte, a religião são partes desse universo” (CASSIER 2005, p.48).

2.0 Na ex-funerária o verbo se fez homem.

Edir Macedo é carioca e nasceu na cidade de Rio das Flores em fevereiro de 1945. Oriundo de uma família pobre de migrantes, ele é filho de Eugênia Macedo Bezerra e Henrique Francisco Bezerra. Juntos deram origem a 33 filhos. Desse número, atualmente só existem sete, já que 10 morreram e 16 foram “abortados”. Aos 17 anos, em 1962, ingressou na Secretaria de Finanças do Estado do Rio de Janeiro (RJ), onde atuava como servente na Loteria do Rio (Loterj). A década de 70 para Macedo é



marcada pela sua presença nas Universidades. Estudou matemática e estatística. A primeira, na Universidade Federal Fluminense e a segunda, na Escola Nacional de Ciências e Estatísticas. Ambas as formações, nos confirma Mariano (1999), não foram concluídas. Em 1981 se desliga da Loterj.

Seu contato com o pentecostalismo teve início no ano de 1963, aos 18 anos de idade, por meio da Igreja Nova Vida. A conversão e a aproximação se deram após a cura de bronquite e dos ataques asmáticos da sua irmã. Mesmo envolvido com a transformação, Macedo conta, por meio de um testemunho⁴, que costumava procurar, mesmo assim, a Igreja Católica e os terreiros de Umbanda em momentos de fraqueza e sufoco.

Em 1975, depois de quase 12 anos como célula da Nova Vida, o bispo, que nesse momento nem poderia ser chamado assim, ao lado de Romildo Soares, funda a Cruzada do Caminho Eterno. Até então sem títulos de pastores, ausência que se justifica por nunca terem ocupado posições eclesiais, obtiveram consagração posteriormente através do missionário Cecílio Carvalho, pertencente à Casa da Bênção. Um desentendimento entre outros membros que compunham a Cruzada resultou em uma nova cisão. Dia primeiro de novembro de 1977 (curiosamente o dia de Todos os Santos): nasce a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD).

No subúrbio do Rio de Janeiro, bairro da Abolição, Macedo fazia seu primeiro encontro em 1977, ano de surgimento da IURD - é possível que nem ele mesmo imaginasse que anos depois realizaria algo semelhante a partir de uma teleconferência. Podemos dizer que a instituição de Macedo, inclusa no modelo neopentecostal, nasceu como um embrião da facção Pentecostal Nova Vida quando Macedo e Romildo Soares, ambos pertencentes a essa igreja, decidem criar seu próprio templo. A diferença de foco dos dois dirigentes resultou ainda na exoneração de Soares, que, mais tarde, fundou a Igreja Internacional da Graça de Deus. Único na função de anunciar a boa nova da sua teologia, desde então, Macedo só obteve êxito. Hoje a IURD é a 29ª maior designação religiosa do globo, com seis milhões de pessoas espalhadas por todo o mundo. A razão de tal triunfo não deve ser atribuída jamais a uma causa única, mas acreditamos que a

⁴ Matéria na íntegra disponível em : <http://acervo.folha.com.br/fsp/1995/09/17/2/>. Acesso em 13 abr. 2013.



produção simbólica é um das armas mais bem pensadas por esse líder. A seguir, trataremos de algumas regularidades que são notáveis na síntese discursiva de Macedo.

3.0 A munição simbólica iurdiana

As produções simbólicas dessa Igreja estão ancoradas na crença no arrebatamento do povo de “Deus”, isto é, um grupo seletivo de pessoas será salvo enquanto um número de pessoas que não tem compromisso com a fé no Cristo será igualmente condenado. Outro pilar significativo em sua comunicação é a luta contra o mal, ou a promoção da guerra santa. O Diabo e sua legião inimiga devem ser expulsos e humilhados. São eles os responsáveis por todas as agruras e infortúnios que assombram o mundo palpável. Nessa concepção, a figura profana mantém contato, por conseguinte, com o cotidiano. Os vícios, a depressão, as doenças, o suicídio, os medos, os desmaios, o desemprego são índices da sua ação. A expressão diabólica também está associada aos ritos das religiões africanas, daí o imperativo da Guerra Santa e a justificativa da IURD de ser a pioneira nessa prática. Mirados no exemplo de Jesus, que expulsou demônios, a instituição segue reproduzindo rituais de exorcismos. A presença de testemunhos que funcionam como provas narradas publicamente da eficácia do poder e ação de “Deus” na vida do fiel ganha importante valor nesse instante. É ele, pois, quem valida as aprovações pelas quais o rebanho passa, sobretudo na guerra contra o mal. Da mesma forma, por meio dessas confissões são também expostas as conquistas e vitórias conseguidas graças à ação de “Deus” na vida pessoal do sujeito.

O contexto de ameaças é o terreno fértil que faz germinar a Teologia da Libertação, caracterizada pela visão ascética e rejeição às coisas mundanas. O investimento no discurso maléfico é tamanho a ponto de fazer pairar a dúvida: a IURD é um segmento dualista ou monoteísta? A relação do profano com o cotidiano parece-nos compreensível pela figura desestabilizadora do Diabo, mas a ligação do sagrado com a bem-aventurança só é justificada com a Teologia da Prosperidade.

Conceitualmente, a Teologia da Prosperidade funciona como uma fenda na história do cristianismo. Ela rompe com os ideais de simplicidade e com os votos de pobreza como pré-requisitos para a salvação. Ao invés disso, o compromisso com



Cristo (que é firmado dentro da igreja) é garantia de sucesso, saúde, felicidade e estado financeiro nobre (FREESTON, 1993. p, 106). Um contrassenso, se interpretarmos o versículo 21 do capítulo 19 de Mateus: “Jesus respondeu: – Se você quer ser perfeito, vá, venda tudo o que tem e dê o dinheiro aos pobres e assim você terá riquezas no céu. Depois venha e me siga”. Ora, a vida de privações encarou na contemporaneidade um grande desafio. O consumismo e a indústria cultural e do entretenimento, assim como o mercado da moda, são possíveis condições que poderiam estar implicadas com essa transmutação teológicas que reinterpreta ensinamentos e mandamentos do evangelho. Ela:

Encaixou-se como uma luva tanto para demanda imediatista de resolução ritual de problemas financeiros e de satisfação de desejos de consumo dos fiéis mais pobres, a grande maioria, como para a demanda (infinitamente menor) dos que almejavam legitimar seu modo de vida, sua fortuna e felicidade (MARIANO, 1999. p, 149).

Se as nossas interpretações realmente estão corretas, poderíamos dizer que a mídia funcionou como um marco na história do (neo)pentecostalismo, já que a indústria cultural (apresentada com mais detalhe na próxima seção), o consumo e a fábrica do entretenimento estão diretamente associadas e vinculadas ao surgimento dessa tecnologia. A mídia é um elemento presente na construção dos hábitos e nos modos de vida. Teria ela a força e o dinamismo para reinventar uma teologia cristã milenar, isto é, o ascetismo? Longe do fatalismo ou da relação de causa e efeito, acrescentamos que, no mínimo, os meios de comunicação participam de forma ativa dessa ruptura teológica. A importância desse tópico está vinculada à reprodutibilidade de um esquema simbólico que em muitos momentos será (re)negociado nas mais diferentes extensões do homem.

4.0 As primeiras ondas: a falange radiofônica

Como sinalizamos, a IURD nasceu de uma protrusão da Igreja Nova Vida e, curiosamente, teve sua maior expansão na década de 80, quando começou a se apropriar das primeiras rádios. Vejamos o que Mariano (1999) nos narra ao descrever sobre as modificações sofridas pela instituição depois da conquista do rádio:

Em 1982, dobrou de tamanho, passando a contar com 47 templos em 8 estados. Em abril de 1983, chegou a 62 templos e alcançou mais estados. Em agosto de 1984, avançou para 85 templos em 10 estados. No mês do ano seguinte, saltou para 195 templos em 14 estados e no



Distrito Federal (...) Sua expansão se deve, em alguma medida, a sua eficiência nos meios de comunicação de massa, sobretudo o rádio, veículo pelo qual sempre fez proselitismo (Idem p.65-66).

Macedo parece entender que jogar com os signos em larga escala era um exercício que se desdobrava em reprodução de templos e fiéis. Nunca se contentou somente em alugar horários nas emissoras de rádio como fazia na gênese da Universal. Sabendo dos efeitos de sentidos que a manipulação dos símbolos poderia causar, ajustava seus programas em horários posteriores aos apresentados pelos representantes dos cultos afro-brasileiros. O ápice de um dos pilares dessa conquista nos diz Mariano (1999), acontece em 1990, quando Macedo amplia os tentáculos radiofônicos estabelecendo uma rede de cerca de 40 emissoras nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul, Bahia, Goiás, Minas Gerais e Ceará. Para Hoover (*apud* GOMES, 2010), esse mecanismo pode ser entendido como uma nova forma de se fazer religião, ou seja, a frequência nos encontros, nos cultos perde espaço e “em seu lugar aparecem programas religiosos transmitidos pelo rádio e pela televisão. Esse enfraquecimento das denominações tradicionais é apontado pelo autor como um importante fenômeno de crescimento do individualismo nas questões relativas à fé” (idem, p,82).

Hoje a IURD contabiliza 78 emissoras de rádio (AM e FM). Penha Rocha (2006) em 2006 falava em uma área de abrangência das emissoras iurdianas de 75 por cento no espaço nacional. Atualmente, com a provável atualização e expansão, esse número deve ser superado, o que caracteriza a Rede Aleluia como um exemplo vivo da comunicação de massa no país. Segundo o site Donos da Mídia⁵ (que só contabiliza as rádios no modo FM), Macedo é proprietário ainda da 9ª rede de rádio em FM e 4ª rede de TV no Brasil. Modesto e Guerra (2012) nos dizem que: “com exceção dos estados da região Norte Acre e Roraima, a Rede Aleluia de Rádio está presente em todos os outros estados brasileiros, com forte concentração na região Sudeste (34 emissoras), seguida pelo Nordeste (14 emissoras) e Sul (13 emissoras)” (idem. p, 5).

⁵ O site que reúne dados sobre a radiodifusão brasileira pode ser acessado a partir do link: <http://donosdamidia.com.br>. Acesso em 26 mar. 2013.



É necessário lembrar que os primeiros passos que demarcaram a apropriação do rádio pela religião (a ordem contrária também é verdadeira) foram dados nos Estados Unidos (EUA), ano de 1921, pela Igreja Episcopal do Calvário (GOMES, 2010) em Pittsburgh. O Radioevangelismo é, portanto, um fenômeno fecundado e centrado pelo americano e que influenciou decerto as práticas religiosas da IURD (provavelmente de outras igrejas também). Para se ter ideia da metástase do rádio no território em questão, Gomes (2010) no diz: “a primeira rádio comercial começou na década de 20, e, em janeiro de 1925, 63 de 600 estações em operações nos Estados Unidos disseram pertencer a Igrejas ou a grupos religiosos” (idem, p, 51).

Há quase um século de sua estreia como ferramenta de difusão cristã, é salutar lembrar que talvez haja um equívoco no uso da expressão “nova forma de se fazer religião” quando se imagina, neste caso, o rádio como instrumento proliferador dos ideais cristãos. Ora, o discurso, embora repaginado e readaptado a essa tecnologia, mantém certos critérios e prioridades de uma verdade teológica secular. Poderíamos talvez pensar como Deleuze (1988), isto é, em uma virtualização da religião. O Virtual nessa perspectiva não oferece oposição ao real, mas funciona como uma sinonímia de atual. Poderíamos então pensar no rádio como a segunda falange virtual incorporada ao reino de Macedo, já que a primeira se desenvolve de forma presencial, no culto face-a-face.

5.0 A compra da Rede Record: a falange audiovisual

A exemplo do rádio, os moldes do televangelismo também saborearam da fonte norte-americana. Muitos pastores, inclusive, foram remanejados do rádio para a televisão para desenvolver o mesmo trabalho “catequético”. O contexto em que o televangelismo é enraizado tem como condições de produção a presença de uma população descrente, fragilizada e desnorteada com o turbulento século XIX. Século esse tão marcado pela contestação das instituições já cristalizadas e a repugnância de certos conservadorismos. Nietzsche (2012) já havia anunciado a morte de Deus causada pelo fortalecimento e a consolidação do saber científico como guia fundamental para o homem. Cabia agora à religião contornar sua vulnerabilidade e reascender a luz do seu rebanho. Nos diz Gomes (2010): a televisão funcionou como “uma boa ferramenta para



espalhar os ideais do reavivamento para o maior número de pessoas possível” (Idem, p.58). Ele prossegue:

Dada a complexidade e a vastidão do mundo contemporâneo, os locais acanhados do templo limitam a proclamação do Evangelho a todos os povos e regiões. Logo, os modernos meios de comunicação representam um instrumento providencial para ajudar o cumprimento da missão. Eles permitem inclusive atingir as pessoas que não se dirigem ao templo para rezar, mas permanecem em casa cuidando de seus afazeres. Sem pedir licença, eles visitam, via televisão, os lares das pessoas, levando-lhes a mensagem do evangelho (GOMES, 2012. p, 81).

A princípio, os programas produzidos nos EUA eram transmitidos pela televisão brasileira. Com o passar do tempo e a necessidade de adaptação local, os pregadores nacionais entram em cena construindo uma cultura peculiar e específica para o país. Sem abandonar o rádio, era a vez da televisão se tornar seu principal suporte de pregação. No caso especial de Edir Macedo, o processo teve ênfase com a aquisição de uma rede de televisão aberta.

Ano de 1990 Macedo toma posse da Rede Record depois de comprá-la por 45 milhões de dólares. Com apenas 13 anos de idade a IURD tinha motivos de sobra para comemorar o estabelecimento de mais um pavimento do seu império. A erupção, todavia, dessa aquisição não foi vista de forma altruísta pelas instâncias midiáticas já estabelecidas. A Rede Globo⁶ passou a mover uma empreitada contra o empresário e Bispo. O armamento, na maioria das vezes, estava associado às estratégias simbólicas de persuasão. Ora por meio de minissérie⁷, ora por meio de reportagens exaustivas, como é o caso do chute da santa, e ainda, as recorrentes denúncias de corrupção e enriquecimento ilícito do mentor da igreja.

Antes de Guerra Santa, esse embate nos faz refletir muito mais sobre um confronto midiático-mercantil, já que os oponentes almejavam, antes de tudo, firmar um contrato e um vínculo sólido com o público receptor no intuito de anabolizá-lo. É sabido por nós que a relação de fidelidade é vital para os anunciantes. A compra da TV Record, todavia, não denotou que a emissora passaria a oferecer 24 horas de programação religiosa. A grade seguiu um padrão

⁶ Dez anos depois desempenho forte perseguição à Legião da Boa Vontade (LBV), de Paiva Netto, e à Igreja Renascer em Cristo, da Bispa Sônia Hernandes.

⁷ Intitulada como Decadência (1995), a minissérie causou grande polêmica. Mariel, personagem de Edson Celulari, chegou a citar frases ditas pelo Bispo Edir Macedo. Na época de sua exibição, a Rede Globo estava em "guerra" com a Igreja, tendo exibido várias reportagens contra o líder da igreja semanas antes da estreia da minissérie.



clássico mantendo presente programas como: *talk-show*, noticiários, novelas, programas de auditório e *reality-shows*. A parcela de tempo que trataria da vertente religiosa de forma “explícita” se restringiu às madrugadas. Com efeito, se pensarmos em termos proporcionais, poderíamos inferir que a grade da emissora é muito mais profana (por estar associada ao mundo real das sensações) do que sagrada ou cristã, já que nos horário de pico de audiência nenhuma mensagem “diretamente” e “claramente” proselitista surge para caracterizar a natureza de tal emissora.

Nove anos depois (em 1999), o latifúndio midiático de Macedo é redimensionado com a compra da rede UHF TV Mulher, batizada em seguida de TV Família. Essa ação faz o bispo ocupar um espaço paralelo ao da TV aberta. A relevância dessa compra, em termos mercadológicos e espaciais está associada ao sinal (via satélite) agora com alcance nacional e capacidade para atingir áreas não cobertas pelo VHF⁸. Dessa forma, além da arquirrival Rede Globo, a guerra do UHF da Universal é travada com outras duas frentes: “uma delas contra a Rede Vida, da Igreja Católica, e a outra, a Rede Gospel, da Igreja Apostólica Renascer em Cristo” (REFKALEFSKY, 2005. p, 5).

Segundo Refkalefsky (2005), a estratégia mercadológica de Macedo tem inspiração nas táticas da Rede Globo, isto é, reagir frente a qualquer ocupação de espaço (ou possibilidade) esboçada pelos adversários. Dessa forma, as organizações da Globo (há três décadas) acomodam-se nos mais diferentes tipos de mídias (TV a cabo -- produção, programação e distribuição -- internet, jornal impresso popular, revistas segmentadas) antes que seus competidores o façam primeiro. A IURD, como aluna aplicada, segue o mesmo caminho. Em 2004, depois de conceber um portal (Arca) na internet, foi inaugurada a TV Arca, uma espécie de emissora online com transmissões 24 horas por dia e com programação *on demand* (disponível para que o internauta baixe o conteúdo).

Hoje, embora a programação da Rede Record acompanhe um modelo clássico diretamente modelado pelo mercado midiático dos anúncios publicitários, é importante ressaltar que em muitos momentos a emissora funciona como uma assessoria dos assuntos que tratam (in)diretamente da igreja. Há inúmeras reportagens que envolvem a figura do bispo nos horários de pico, e essa alusão indiscutivelmente promove a instituição religiosa em questão. Um dos casos que podemos utilizar como demonstração é o lançamento do livro autobiográfico do empresário, Nada a Perder.

⁸ A sigla faz alusão ao termo “*Very High Frequency*”, que pode ser traduzido por: frequência muito elevada. Tal frequência designa a faixa de radiofrequências de 30 a 300 MHz. A VHF é comumente utilizada para transmissão de rádio FM (normalmente em 88-108 MHz) e transmissões televisivas (em conjunto com a faixa de frequência UHF).



Com cobertura exclusiva do Jornal da Record⁹, foram disponibilizadas mais de quatro matérias em dias diferentes para cobertura do acontecimento¹⁰, que ocorreu em diversos estados.

O mesmo aconteceu com a cobertura dada às ações do Partido Republicano Brasileiro (PRB), o braço estratégico da Universal na Política do país, com mais de 66% de líderes ligados à Igreja¹¹. A demonstração pode ser dada pela matéria “Convenção Nacional do PRB discute ética, desenvolvimento e inovação”¹², exibida no dia primeiro de abril de 2013. O Domingo Espetacular, apresentado por Paulo Henrique Amorim, também obedece à mesma lógica de promoção. Nos 35 anos de aniversário da IURD, o programa exibiu reportagem de uma hora e quatro minutos intitulada: “Igreja Universal faz 35 anos e conquista milhões de fiéis em quase 200 países”¹³.

De forma tímida, como demonstramos, a grade da Rede Record, embora não utilize claramente a sua força (como mídia) para promover a todo tempo a figura do Bispo e da igreja, o faz quando transforma os acontecimentos associados à instituição e ao empresário em notícias veiculáveis. Com efeito, podemos dizer que a programação da Record mistura entretenimentos e informação e sempre que pode, divulga e fortalece a marca religiosa entre as brechas da programação. Agindo dessa maneira, podemos interpretar que, embora se trate de uma rede evangélica, Macedo está inclinado também para os interesses empresariais e concorrenciais, muito embora nos faça pensar que sua emissora em horários comerciais está banhada nas águas do laicismo despretensioso. Essa ilusão, inclusive, não deve ser vista como uma farsa, mas sim como uma ação coerente e lógica por parte dessas produções inseridas nos moldes capitalista.

⁹ Disponível em : <http://rederecord.r7.com/video/autobiografia-de-edir-macedo-e-o-livro-mais-vendido-em-todas-as-categorias-no-brasil-508b0ad5b61c07cf49753959/> (Acesso em 3/4/2013); disponível também em: <http://rederecord.r7.com/video/recordes-de-venda-do-livro-nada-a-perder-acontecem-tambem-no-exterior-50ba8130b61cf5a0f1d4e2b1/>. Acesso em 03 abr. 2013.

¹⁰ Links do programa exibido pelo Jornal da Record: <http://rederecord.r7.com/video/livro-nada-a-perder-de-edir-macedo-chega-aos-presidios-brasileiros-507debc36b71b6213ebecae/>. Acesso em 03 abr. 2013.

¹¹ De acordo com o portal Terra PRB tem mais de 66% dos candidatos ligados a IURD. Link disponível em: <http://noticias.terra.com.br/brasil/politica/eleicoes/prb-de-russomanno-tem-66-dos-dirigentes-ligados-a-universal.9cb99782ac66b310VgnCLD200000bbcccb0aRCRD.html>. Acesso em 03 abr. 2013.

¹² Links do programa exibido pelo Jornal da Record, disponível em: <http://videos.r7.com/convencao-nacional-do-prb-discute-etica-desenvolvimento-e-inovacao/idmedia/515a2d4a1d509e19278179ea.html>. Acesso em 03 abr. 2013.

¹³ Reportagem na íntegra no link: <http://rederecord.r7.com/video/igreja-universal-faz-35-anos-e-conquista-milhoes-de-fieis-em-quase-200-paises-50319d8392bb2102a71ae939/>. Acesso em 03 abr. 2013



6.0 Escrever certo por linhas tortas: a Folha Universal

Lançada em 1980, a revista Plenitude foi a primeira tentativa de comunicação pela via impressa idealizada por Edir Macedo. Por meio de gibis e alguns textos, as produções tinham a finalidade de entreter ao mesmo tempo em que informavam seu público alvo. Os textos eram escritos pelos próprios dirigentes da Igreja ainda de forma amadora, se refletimos sobre o aparato atual que cerca as produções midiáticas dessa empresa. Com a expansão da IURD, a revista ganhou corpo e passou a ter em média 60 páginas, sempre impressa em papel de qualidade e com projeto de arte gráfica profissional (ROCHA, 2006). Hoje a revista se encontra em processo de reprodutibilidade, isto é, também acessível no meio digital.

Doze anos após a criação da Plenitude, nasce o primeiro impresso da IURD: a Folha Universal. O jornal é distribuído gratuitamente em todo o território brasileiro, especialmente nos templos de fé, presídios e em casa de detenções. O jornal segue o formato berlinense¹⁴ (47x31,5) e é impresso em colorido com média de 25 páginas. Rotherg e Bovoloni (2012) nos dizem que a Folha Universal atingiu, no ano de 2010, tiragens semanais médias que variaram entre 2,5 e 3,5 milhões de exemplares, auditadas por instituto independente de verificação de circulação. Isso equivale, segundo os dois pesquisadores, a uma variação entre “30% e 42% da circulação total diária de jornais auditados em todo o Brasil no ano anterior” (ROTHBERG e BOVOLONI, 2012 p.21).

Por mais que aparentemente a mídia impressa da IURD venda a Folha como uma expressão institucional, podemos verificar que os exemplares vão muito além do tratamento de questões internas da empresa em tela. Um exemplo é a questão política, um dos assuntos preferidos na pauta do impresso. A edição 1.096 da editoria “Política e Fé”, publicada em 31 de março de 2013, trouxe matéria intitulada “A boa política na vida do cristão”. O tema abordado é o primeiro de uma série que visa a “orientar e mostrar a importância da política na vida do cristão”. O objetivo da produção é analisar

¹⁴ Isto é, ligeiramente maior do que o formato tabloide/compacto e mais estreito e mais curto do que o formato broadsheet..



o conceito da boa política¹⁵. Por meio dessa demonstração, a Folha (que se afirma como fonte de informação política para os seus leitores) funciona também como uma poderosa vitrine dos bons candidatos, no caso desse exemplo, candidatos do Partido Republicano Brasileiro (PRB). Essa talvez seja uma das razões dos assédios dos partidos à IURD nos períodos eleitorais.

Normalmente, as produções simbólicas oferecem arquétipos regados por uma teofania, isto é, um espécie de manifestação do sagrado no cotidiano. Passagens bíblicas como “Eu voto no homem de Deus, porque quando o justo governa há alegria (PROVÉRBIOS 29:2)” ou “Eu voto no homem de Deus, porque este governa com justiça: abre a boca a favor do mudo, pelo direito de todos os que se acham desamparados. Abre a boca, julga retamente e faz justiça aos pobres e necessitados (PROVÉRBIOS 31:8, 9)” funcionam como verdadeiras autorizações para que os fiéis jamais desvincilhem as eleições da fé. Ainda guiados pelas reflexões de Rotherg e Bovoloni (2012), os fiéis entendem que o voto adquire um valor que ultrapassa o exercício da cidadania. Para os dois autores, essa é uma forma de exorcizar o demônio da esfera da política, afugentar o mal e deixar que as pessoas boas tomem esse espaço.

Longe de privilegiar o caráter político, Martino (2001) traz um enfoque firmado na Teologia da Prosperidade quando investigou a mesma mídia. Em seu exame, que tem como corpus de análise um recorte dos meses de março e novembro do ano de 2000, a solução dos problemas para o país não estaria associada ao “voto consciente”, mas à crença na palavra prometida ao povo Deus. Segundo essas dizeres, os crentes estariam livres das situações precárias e desfavoráveis desde que fossem obedientes à IURD.

Evidente que a Folha Universal não trata somente de política, muito embora esse seja um tema pivô. Podemos registrar que a Folha traz também em sua materialidade textual assuntos do cotidiano como os vícios diários, a violência doméstica, dicas para manter a boa saúde, críticas à juventude “perdida”, ao consumismo, divulgação pessoal das atividades que envolvem o Bipo Macedo, entre outros temas.

¹⁵ A matéria foi divulgada tanto no meio impresso como na forma online e está disponível em: http://www.folhauniversal.com.br/nacional/politicaefe/noticias/a_boa_politica_na_vida_do_cristao-18134.html (Acesso 8/4/2013).



7.0 Um púlpito eletrônico: a Arca Universal

A última falange (de acordo com essa metáfora pensada especialmente para esta abordagem) que tende a compor o punho midiático do empresário é a Arca Universal. Um sistema comunicativo que abriga microsseguintos de interação. A partir desse site, o internauta tem acesso ao vasto latifúndio edificado por meio dos bytes. A Arca, que no dia 30 de abril de 2013 completou 12 anos, funciona como o caule rizomático para se chegar a outros filões da Igreja. O portal oferece link para sessões de jornalismo nacional e internacional (como é o caso do portal R7), histórias de vida por meio dos testemunhos de fé, séries referentes ao mundo cristão e espaço destinado ao entretenimento com testes bíblicos e jogos de erros e acertos. Notícias referentes a cultura e a esportes não são recorrentes, mas também marcam presença nesse espaço. É salutar destacar que o conteúdo simbólico produzido nessa vertente midiática não difere do apresentado nas formas escrita, áudio e visual.

O segmento institucional também está presente no cardápio da Arca. No link em questão, os fiéis podem fazer doações online, ter acesso a endereços dos templos de todo o Brasil e ainda acompanhar a programação veiculada na TV. O site abriga também a seção “Arca Mais”. O conteúdo dessa subdivisão inclui o acesso à Bíblia, a um livro de orações online e ainda a um canal intitulado “palavra amiga”, onde se pode ouvir a emissão de Edir Macedo sobre diversas contendas sociais. Nesse departamento, são disponibilizados, por fim, dois links para que o internauta possa configurar o acesso do site para o celular: o Real Simple Syndication (RSS) e o Mobile.

Para amarrar e cercar a instância de recepção, a Arca disponibiliza o link dos parceiros que introduzem e reforçam o mesmo discurso regular iurdiano. São eles: Blogs (encabeçado pelo Blog do Bispo Macedo), Centro Cultural Jerusalém (CCJ), Comunidade Universal, Educação Bíblica Infanto-juvenil Universal (EBI), Eu creio em milagres, Força Jovem, Folha Universal, Line Records (Record Produções e Gravações), Rede Aleluia, R7, Turminha da Fé (TF teen) e a Editora Gráfica Unipro. Os “Parceiros”, da mesma forma que as seções “Diversão”, “Institucional”, “Mundo Cristão”, “ArcaMais” e “Noticiais”, podem ter seus conteúdos compartilhados facilmente por meio de redes como Facebook e Twitter.



Com todos esses tentáculos de comunicação, a Arca atravessa a soleira dos lares e torna o conteúdo simbólico neopentecostal disponível em qualquer tempo. O púlpito readaptado e reatualizado ganha o nome de virtual, como já sinalizamos, pela sua modernização e contemporaneidade. Com efeito, a Arca acaba por completar a nossa sugestão metafórica de punho, de mão, quando imaginamos um centro de poder representado por Edir Macedo. Imaginamos em seguida as falanges, os ossos que compõem os dedos dessa mão que são representadas aqui pelo homem (no culto presencial) e por suas extensões, isto é, as linhas escritas, as ondas sonoras, as imagens visuais e hodiernamente os bytes.

Considerações Finais

Neste exercício objetivamos descrever e refletir a respeito do império simbólico construído por Edir Macedo, uma analogia utilizada por nós para expressar o poder desse empresário sobre os símbolos e os meios de comunicação. Descrevemos seus primeiros passos como líder, os recursos simbólicos regulares que se apresentavam nas mais diferentes mídias e como esse processo se deu a partir dos meios. Em alguns momentos recorreremos aos exemplos disponíveis nas mais diversas instâncias de produção discursiva.

A partir da seção “Munição Simbólica” tentamos traçar um modelo de regularidades discursivas que são utilizadas nas mais diferentes tecnologias. Isso não quer dizer, todavia, que se trata de um jogo de cartas marcadas, já que não ignoramos a ação e a peculiaridade de cada instrumento técnico. Seria leviano pensar os meios como meros disseminadores em larga escala. Estamos cientes de que as dispersões são regras de qualquer enunciação e de que a técnica é um instrumento parcial e definidor. Na sequência tratamos dos principais mecanismos de produção utilizados por Macedo. Percorremos as primeiras produções, baseadas ainda nas habilidades individuais, quando nasce a universal. Posteriormente, como já sinalizamos, tratamos das extensões e dos seus efeitos. A importância desse material reside na relevância dos efeitos da significação, já que confiamos que é a partir do discurso e da manipulação do símbolo que o império físico e midiático de Edir Macedo foi elaborado.



Referências

CASSIRER, Ernst. Ensaio sobre o homem: introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2005.

DELEUZE, Gilles. Diferença e repetição. Tradução: Luiz Orlandi, Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1988

FRESTON, P. Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 1993.

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

MARIANO, Ricardo. Neopentecostais: Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Ed. Loyola, 1999.

MARTINO, L. M. S. Jogos de sentido: a construção da opinião política em um jornal religioso. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2001.

MODESTO, C. F., GUERRA, M. Expansão midiática da programação radiofônica religiosa: estratégia, técnica e linguagem. INTERCOM, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1641-1.pdf>

NIETZSCHE, Friederich. A Gaia Ciência. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

REFKALEFSKY, E.. Estratégias de Comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus, no Brasil, e dos Televangelistas nos EUA: um estudo comparado. In: Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, 28.2005. Rio de Janeiro. Anais. São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/58558771798262954517269761410346029462.pdf>

ROCHA, Penha. As estratégias de Comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus. Tese de Doutorado. ECO, UFRJ, 2006.

ROTHBERG, Danilo e BOVOLONI, Mariane Dias. Religião, política e eleições na Folha Universal. Porto Alegre, UFRGS. Intexto n.27. 2012. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/30348/23475>