
As Estratégias Discursivas Utilizadas Pelos Pastores Nas Redes Sociais: Deive Leonardo e a Mdiatização da Fé.¹

Arthur Eduardo Oliveira de OLIVEIRA²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ.

RESUMO

Este trabalho pretende refletir sobre a midiatização da fé, com base na análise da performance dos pastores evangélicos no Instagram, à luz do interacionismo simbólico. Objetiva-se compreender as representações dos pastores evangélicos no Instagram analisando as relações de alteridade dos evangélicos no ambiente virtual. Como metodologia foi utilizada a análise do discurso, a partir da análise do perfil do youtuber Deive Leonardo. Refletimos sobre seu estilo de linguagem e sentidos reproduzidos. Concluiu-se que as redes sociais impactou o gerenciamento dos papéis sociais dos pastores, transformando suas relações de alteridade e o ambiente que os cerca.

PALAVRAS- CHAVE: Análise do discurso; Evangélicos; Pastores; Redes Sociais; Instagram;

1. Introdução:

Este trabalho pretende refletir sobre a midiatização da fé, com base na análise da performance dos pastores evangélicos no Instagram, à luz da corrente sociológica do interacionismo simbólico.

Objetiva-se com esse trabalho compreender as representações dos pastores evangélicos no Instagram; refletir a respeito do impacto das redes sociais dentro das igrejas evangélicas; demonstrar as relações de alteridade dos evangélicos através das redes sociais e os impactos dessas relações na sociedade.

Como metodologia foi utilizada a análise do discurso. Foi analisado o perfil do *youtuber* Deive Leonardo, pastor com maior número de seguidores no Brasil³. Refletimos sobre seu estilo de linguagem e sentidos reproduzidos no *Instagram*.

Concluiu-se que as redes sociais impactou o gerenciamento dos papéis sociais dos pastores evangélicos, transformando suas relações de alteridade e o ambiente que os cerca.

A produção dos sentidos acontece socialmente, dentro de um processo histórico, de forma que, enquanto indivíduos interdependentes, os atores sociais são chamados à interpretação do mundo à sua volta. Porém, ao iniciar esse trajeto, existe uma

¹Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Comunicação e Religiões do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Univali, realizado de 5 a 6 de setembro de 2024.

² Doutorando do curso de Comunicação do PPGCom - UFF, email: aeoo21989@gmail.com

³ Fonte: Instagram. Informação coletada em 28 ago. 21.

necessidade ao analista discursivo, de abandonar a ilusão da possibilidade de se interpretar o sentido das palavras, uma vez que eles são polissêmicos e a linguagem não é dotada de transparência.

Compreende-se que todo discurso carrega a percepção do emissor e este é um processo de significação intencional, carregado de interesses, correspondente à uma determinada estratégia de um grupo social. Assim, a representação é um componente essencial dos discursos. Segundo Roger Chartier (1988) não existe neutralidade no texto, uma vez que, ao se olhar uma realidade, usa-se categorias que já apontam para alguma coisa:

As percepções do social não são de forma alguma discursos neutros: produzem estratégias e práticas (sociais, escolares, políticas) que tendem a impor uma autoridade à custa de outros, por elas menosprezados, a legitimar um projeto reformador ou a justificar, para os próprios indivíduos, as suas escolhas e condutas. Por isso esta investigação sobre as representações supõe-nas como estando sempre colocadas num campo de concorrências e de competições cujos desafios se enunciam em termos de poder e dominação. (CHARTIER, 1988, p.17)

Eni Orlandi (1999) compreende a não existência de homogeneidade no discurso, de forma que toda formação social tem mecanismos de controle e interpretação. Com isso, percebe-se que fenômenos culturais tem natureza política e são locais de disputa. Logo, o discurso tem o poder de atravessamento e dá sentido às coisas, uma vez que, tal processo não é apenas uma simples equivalência de palavras.

O pensamento de Orlandi (1999) vai de encontro às reflexões de Thompson (1998), quando o mesmo descreve a consciência de classe e as experiências manipuladas dentro dos termos culturais, corroborando a cultura não como um local estático e homogêneo, mas sim como um campo conflituoso marcado pela heterogeneidade de diversos atores:

Mas uma cultura é também um conjunto de diferentes recursos, e que há sempre uma troca entre o escrito e oral, a dominante e o subordinado, a aldeia e a metrópole; é uma arena de elementos conflitivos que somente sob uma pressão imperiosa - por exemplo, o nacionalismo, a consciência de classe ou a ortodoxia religiosa predominante – assume a forma de um “sistema”. E na verdade o próprio termo “cultura”, com sua invocação confortável de um consenso, pode distrair nossa atenção das contradições sociais e culturais, das fraturas e oposições existente dentro do conjunto. (THOMPSON, 1998, p.17)

Assim, um bom caminho para se trilhar nessa análise, seria o exame das condições de produção que estão condicionando o dizer dos interlocutores, pois

entende-se que, os sentidos não estão prontos, eles são dependentes das relações de poder onde estão se formando.

Ao se pensar na ruptura existente na década de 1960⁴ na análise discursiva, percebe-se a presença de um legado marxista que pode ser captado na simples maneira de se dizer alguma coisa. Tal ato reproduz a luta de classes, de forma que o indivíduo só consegue explicar o mundo, a partir de um determinado lugar social, reforçando a ideia de que os sentidos são formados dentro de um processo histórico. À esse processo, Orlandi (1999) chama de “forma encarnada na história para produzir sentidos”.

Ao se trazer a perspectiva da análise discursiva para a área da religião relacionada ao ciberespaço, tendo clareza que os sentidos são efeitos de relação de poder de contextos específicos, esse estudo passa a buscar o entendimento das relações de alteridade dos pastores evangélicos e seus fiéis através das redes sociais.

Evocando o pensamento de Norman Fairclough (2001) sobre o uso da linguagem como forma de prática social, uma questão central assume a posição de norte neste trabalho: quais são as estratégias discursivas utilizadas por estes líderes religiosos nas redes sociais? Para o linguista britânico, “implica ser o discurso um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação” (FAIRCLOUGH, 2001, p.91).

Dessa forma, abre-se um precedente nesta pesquisa acadêmica para o estudo da representação dos pastores midiáticos, buscando-se compreender como seus fiéis reconhecem sua autoridade, que, a partir do discurso, pode evocar, em determinadas situações, alguns sentidos e, em outras, silenciar outros.

Desde o *boom* da internet e o uso das redes sociais, uma coisa é certa: a igreja evangélica e seus líderes se apropriaram de tais tecnologias para ocuparem determinados lugares no ciberespaço, revelando uma igreja que não se limitaria mais à quatro paredes. Se no início a presença de evangélicos na internet era vista, moralmente falando pelos próprios, como algo reprovável, hoje o que se vê é, praticamente, uma obsessão por um maior número de seguidores nas redes sociais, sendo quase impossível pensar em igrejas que não tenham um perfil em redes sociais, como o *Facebook* ou *Instagram*.

⁴ A Análise do Discurso na década de 1960 apresenta uma ruptura com o século XIX, ao se relacionar com questões criadas em três domínios de disciplinas: a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise. Ver ORLANDI, 1999, p.19.

Carlo Ginzburg (2002) lança luz teórica e metodológica ao refletir sobre as frestas de um texto. Segundo o teórico, as palavras estão sempre carregadas de um discurso ideológico, que, a partir de seus significados e direções, apontam para contextos de interações e tensões. Não seriam apenas as palavras que teriam importância na construção de um discurso, mas as verdades ou mentiras, coisas boas ou não, importantes ou triviais, que pode-se localizar nas frestas de um texto.

É preciso ter em mente que as postagens de tais pastores são sempre um ponto de vista sobre a realidade e, por isso, é seletivo e parcial, condicionado pelas relações de força que se confrontavam no contexto de suas produções. Geralmente as informações contidas num *post* não se limitam apenas ao que está escrito, mas também informa sobre aquilo que foi silenciado.

Tendo em pauta a construção das identidades sociais, Fairclough (2001) dialoga com Ginzburg (2002) ao defender o papel do discurso na construção das dimensões da estrutura social, ou seja, “o discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo o mundo em significado” (FAIRCLOUGH, 2001, p.91).

Dessa forma, para esta pesquisa, analisei o perfil do *youtuber* Deive Leonardo, que é o pastor com maior número de seguidores no Brasil, tendo mais de 9 milhões de seguidores⁵. Refleti, ainda, sobre seu estilo de linguagem, que tipo de fotos e legendas que costuma postar e que sentidos busca reproduzir no *Instagram*.

Buscando compreender e interpretar comportamentos e tendências, o método utilizado para a pesquisa de campo foi o qualitativo. Este tipo de pesquisa apresenta características que correspondem às necessidades deste estudo, pois assim tem-se a possibilidade de explorar as razões por que pessoas fazem ou acreditam em algo, abrindo caminho para o entendimento das motivações de tais líderes na internet.

Objetiva-se levantar uma reflexão sobre o impacto que as redes sociais têm dentro das igrejas evangélicas e principalmente o uso das mesmas por seus líderes, além de pensar no afrouxamento do gerenciamento dos papéis sociais que a internet trouxe sobre este grupo religioso.

2. Identidade, religião e ciberespaço: O processo de desterritorialização da igreja evangélica:

⁵ Fonte: Instagram. Informação coletada em 28 ago. 21.

Compreende-se que as mudanças que o Brasil sofreu nas décadas finais do século XX e início do XXI, como o fim da Ditadura Militar, seguido da Redemocratização, o processo de globalização e a própria utilização em massa da internet, representaram mudanças significativas no segmento evangélico. Mesmo sendo bastante heterogênea em seu interior, a igreja evangélica conseguiu formatar um modo de comportamento na sociedade brasileira, porém ela também sofreu a influência das rupturas e transformações ocorridas, sejam elas políticas, sociais, culturais, econômicas, tecnológicas etc. A seguir, a relação de algumas igrejas que representam a multiplicidade e heterogeneidade de denominações presentes no atual cenário brasileiro:

- a) Protestantismo Histórico da Migração, que tem raízes na Reforma do século XVI, chegou ao Brasil com o fluxo migratório estabelecido a partir do século XIX, sem preocupações missionárias conversionistas. É representado pelas igrejas Luterana, Anglicana e Reformada;
- b) Protestantismo Histórico de Missão (PHM), também originado da Reforma do século XVI, veio para o Brasil trazido por missionários norte-americanos no século XIX. Correspondente às igrejas Congregacional, Presbiterianas, Metodista, Batista e Episcopal;
- c) Pentecostalismo Histórico, assim chamado por suas raízes nas confissões históricas da Reforma, veio para o Brasil no início do século XX com objetivo missionário. [...] Composto pelas Igrejas Assembleia de Deus, Congregação Cristã do Brasil e Evangelho Quadrangular.
- d) Protestantismo de Renovação ou Carismático, que surgiu a partir de expurgos e divisões no interior das chamadas “igrejas históricas”, em especial na década de 60 [...]. É formado pelas Igrejas Metodista Wesleyana, Presbiteriana Renovada e Batista em Renovação, entre outras;
- d) Pentecostalismo Independente (também denominado Neopentecostalismo) que, sem raízes históricas na Reforma do século XVI, surgiu (e surgem ainda hoje) de divisões teológicas ou políticas nas “denominações históricas” a partir da segunda metade do século XX. Tem como especificidades sua composição em torno de uma “liderança carismática”, a pregação da Teologia da Prosperidade e da Guerra Espiritual, a prática constante de exorcismos e curas milagrosas e o rompimento com o ascetismo pentecostal histórico. Sua enumeração é difícil, dada a profusão constante de novas igrejas: entre outras, Deus é Amor, Brasil para Cristo, Casa da Bênção e Universal do Reino de Deus.
- e) Pentecostalismo Independente de Renovação, que apareceu no final do século XX e ganha força no início do século XXI. Possui as características do Pentecostalismo Independente (alguns autores tratam este grupo de igrejas integrado ao outro), no entanto difere dele por ter como público-alvo as classes médias e a juventude, estruturando seu modo de ser para alcançá-los. Esse modo de ser atenua a ênfase no exorcismo e nos milagres e ressalta a prosperidade e a guerra espiritual. Grupo de igrejas composto pela Renascer em

Cristo, Comunidades (Evangélica da Graça), Sara a Nossa Terra, Bola de Neve, outras. (CUNHA, 2007, p.15)

O século XX representou uma grande ruptura na ordem vigente, não apenas no âmbito tecnológico, mas principalmente na forma como os indivíduos passaram a se enxergar, se relacionar e se compreender na sociedade. Zygmund Bauman (2001) analisou tal período desenvolvendo o conceito de modernidade líquida, compreendendo que na atual conjuntura, a rigidez das relações foi sendo constantemente substituídas por uma fluidez:

O que todas essas características dos fluidos mostram, em linguagem simples, é que os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. Os fluidos, por assim dizer, não fixam espaço e nem prende o tempo. Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou o tornam irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la. (BAUMAN, 2001, p.8)

A transição e a nova percepção do tempo devido à modernização tecnológica dos meios de transporte e comunicação serviram como instrumento de quebra de paradigmas sobre o mundo, de forma que novas perspectivas surgiram na atualidade.

Bauman (2001) reflete sobre as principais características físicas dos líquidos em comparação com os sólidos, e entende que alguns pontos-chaves desta liquidez pode se relacionar com os seres humanos nesta era pós-moderna. Um dos focos da análise do autor incidiu sobre o processo da globalização, que transformou a relação do homem com o meio no qual está inserido.

Refletir sobre tal processo abriu caminhos para se pensar também num novo tipo de fiel. Não mais aquele identificado pelo seu afastamento das questões ditas “mundanas”, mas um fiel engajado nas questões seculares, como política, moda, entretenimento etc. Se a igreja pensava em ocupar os espaços na rede mundial de computadores, uma reformulação teria que acontecer no discurso de seus líderes.

Compreende-se que o ato de reformular é ideológico e não há neutralidade neste processo. Roland Barthes (2004) afirma que a língua é o objeto em que se inscreve o poder:

A linguagem é uma legislação, a língua é seu código. Não vemos o poder que reside na língua, porque esquecemos que toda língua é uma classificação, e que toda classificação é opressiva: *ordo* quer dizer, ao mesmo tempo, repartição e cominação. [...] um idioma se define

menos pelo que ele permite dizer, do que por aquilo que ele obriga dizer. (BARTHES, 2004, p.3)

Ao se pensar na representação dos pastores nas redes sociais, é preciso analisar também o processo de desterritorialização pelo qual as igrejas evangélicas têm passado nos últimos anos, pois, compreende-se que para o ambiente do ciberespaço, a performance e as estratégias discursivas utilizadas nos cultos presenciais não dariam conta do ciberespaço. A igreja que se propunha a lançar suas bases no ambiente virtual precisava também se preparar para receber um novo tipo de fiel, com linguagens e práticas diferenciadas.

Na grande maioria, o público que está consumindo esse tipo de religiosidade mais fluida e virtualizada, faz parte de uma geração que não conheceu o mundo sem a internet ou tecnologias digitais. Palfrey e Gasser (2011, p.14) sinalizaram a impossibilidade da distinção entre os mundos *online* e *off-line*: “em vez de pensarem na sua identidade digital e em sua identidade no espaço real como coisas separadas, eles tem apenas uma identidade [...]”.

A partir do momento que a tecnologia dos meios de transporte ganha força na sociedade, limites passam a ser transpostos e distâncias são encurtadas, ou seja, a localização geográfica deixa de ser um determinante nas relações sociais. A flexibilidade, característica desta sociedade, passa a ser um instrumento de poder e uma arma de dominação do espaço. O tempo passa a ser ressignificado pelos indivíduos:

O poder pode se mover com a velocidade do sinal eletrônico – e assim o tempo requerido para o movimento de seus ingredientes essenciais se reduziu à instantaneidade. Em termos práticos o poder se tornou verdadeiramente *extraterritorial*, não mais limitado, nem mesmo desacelerado, pela resistência do espaço (o advento do telefone celular serve bem como “golpe de misericórdia” simbólico na dependência em relação ao espaço: o próprio acesso a um ponto telefônico não é mais necessário para que uma ordem seja dada e cumprida. Não importa mais onde está quem dá a ordem - a diferença entre “próximo” e “distante”, ou entre espaço selvagem e o civilizado e ordenado, está a ponto de desaparecer). (BAUMAN, 2001, p.19)

Segundo a pesquisadora Paula Sibilia (2008, p.11), foi “muito rica, embora não tão longa, a história dos sistemas fundados no princípio de *broadcasting*, tais como o rádio e a televisão, tipos de mídia cuja estrutura comporta uma fonte emissora para muitos receptores”. O século XX foi palco do surgimento dos meios de comunicação em massa, baseado em tecnologias eletrônicas. Porém, na virada do milênio, os

computadores interconectados se consolidaram, a nível global, como o meio de comunicação hegemônico.

Os meios de comunicação em massa, a internet, a globalização proporcionaram a veiculação de imagens, informação e mensagens com grande intensidade num espaço curto de tempo. A partir disso, toda essa liquefação de paradigmas, que antigamente eram tão sólidos, mudou também a forma como as pessoas interagem entre si.

Sem a possibilidade de resistir aos efeitos do processo histórico, estes pastores midiáticos tiveram que repensar seu discurso no campo da internet. Orlandi (1999) consegue dar conta dessa ruptura ao refletir sobre os processos parafrásticos e polissêmicos. Para a pesquisadora, não há como fugir da tensão existente entre esses dois processos, uma vez que ao emitir um discurso, sempre há algo que se mantém. Porém, a polissemia opera no lado da ruptura:

Essas são duas forças que trabalham continuamente o dizer, de tal modo que todo discurso se faz nessa tensão: entre o mesmo e o diferente. Se toda vez que falamos, ao tomar a palavra, produzimos uma mexida na rede de filiação dos sentidos, no entanto, falamos com palavras já ditas. E é nesse jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já dito e o a se dizer que os sujeitos e os sentidos se movimentaram, fazem seus percursos, (se) significam. (ORLANDI, 1999, p.36)

É preciso ter o cuidado de não cair na ilusão de que o que se fala, é falado unicamente pelo indivíduo. Logo, o discurso que os pastores vão emitir nas redes sociais para esse novo tipo de fiel, vai de encontro à tensão parafrástica e polissêmica. Parafrástica, porque a comunicação não é um pacote fechado, ou seja, os indivíduos estão o tempo todo falando com o outro. Polissêmica, porque existe uma incompletude, onde nem os sentidos, nem o próprio discurso estão prontos e acabados. De alguma forma, essas lideranças falam com seus antecessores, porém, existe sempre uma atualização discursiva para o tempo presente.

Raquel Recuero (2009) contribui com o debate ao refletir a respeito desta interação social no ciberespaço:

Esses fenômenos representam aquilo que está mudando profundamente as formas de organização, identidade, conversação e mobilização social: o advento da Comunicação Mediada pelo Computador. Essa comunicação, mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, amplificou a capacidade de conexão, permitindo que redes fossem criadas e expressas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador. (RECUERO, 2009, p.16)

Segundo Recuero (2009, p.24), “uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores.” Tomando como base a conceituação da autora, é possível perceber o ciberespaço como um local onde as pessoas se mostram para o mundo virtual, e mais do que isso, se preocupam em como estão sendo vistas. Recuero (2009) citando Sibilia, entende que a autora “chama de “imperativo da visibilidade” da nossa sociedade atual essa necessidade de exposição pessoal [...] É preciso ser “visto” para existir no ciberespaço” (RECUERO, 2009, p.27). Assim, esse imperativo é a própria necessidade de exposição pessoal.

Compreende-se que rede tem a ver com relacionamento e relacionamento tem a ver com pessoas. A partir disso, corrobora-se que uma rede social está diretamente ligado à um conjunto de dois elementos: atores sociais e conexões. Por conexões, se compreende que “[...] são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores” (RECUERO, 2009, p.25). Pensando nas conexões estabelecidas entre os atores, Recuero (2009) analisa os laços que compõem as conexões. Segundo a jornalista, “o laço é a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Ele é resultado [...] da sedimentação das relações estabelecidas entre agentes” (RECUERO, 2009, p.38).

Identidade nunca é uma coisa única, ou seja, um indivíduo pode evocar identidades múltiplas de acordo com o contexto no qual vive. Atendendo ao imperativo de visibilidade, compreende-se que não basta apenas criar um perfil virtual, é necessário ser atuante, pois redes sociais virtuais são apenas potencializadoras das relações humanas.

Segundo Magali do Nascimento Cunha (2007), em consonância com o contexto histórico de globalização, os pastores, principalmente os neopentecostais, souberam tirar proveito da combinação da cultura de mercado com a cultura de mídia:

A cultura de mídias não deve ser concebida apenas como uma versão atualizada da cultura de massas, um estado mais avançado no intercâmbio de produtos culturais com o aprimoramento das tecnologias e instituições dedicadas à ser compreendida, isto sim, como um novo quadro das interações sociais, uma nova forma de estruturação das práticas sociais, marcada pela existência dos meios. Nesse sentido, a mediação da sociedade, fenômeno da sociedade global, precisa ser reconhecida como a reconfiguração do processo coletivo de produção de significados por meio do qual um grupo social se compreende, se comunica, se reproduz e se transforma, a

partir das novas tecnologias e meios de produção e transmissão de informação.(CUNHA, 2007, p.19)

Para algumas pessoas participar deste sistema e obter a satisfação é um modo de vida, onde o consumo é o ponto chave. A cultura de mídia pode ser entendida como uma nova forma das estruturas sociais. Isso está ligado à uma nova forma de compreensão, comunicação e transmissão de informação no espaço coletivo, tudo isso, por meio das novas tecnologias. “É uma cultura da imagem que explora a visão e audição e com isso trabalha com ideias, sentimentos e emoções”. (CUNHA, 2014 apud DIAS etall, 2014, p.202). Será justamente sobre este tripé que se dará a construção da estratégia discursiva dos pastores evangélicos no ambiente do ciberespaço: ideias, sentimentos e emoções.

2.1. A construção do dizer evangélico nas redes sociais:

A midiaticização da igreja abriu espaço para outra questão: como os pastores dariam conta de um possível rebanho extraterritorial? Como cuidar e direcionar uma parcela da população que, ao mesmo tempo, estaria tão perto, no que tange à religiosidade, mas tão longe, a respeito de território físico? A presença engajada da liderança evangélica nas redes sociais poderia dar conta do rebanho local, que frequenta o templo e, ao mesmo tempo, ser uma resposta ao novo tipo de rebanho virtual. Segundo Recuero, (2009, p.44) “essa desterritorialização dos laços é consequência direta da criação de novos espaços de interação.” O espaço virtual presente nas redes sociais seria esse local de interação entre o pastor e o seu novo tipo de rebanho.

A utilização do rádio, da televisão e da internet potencializou a adesão de novos fiéis ao protestantismo. Isso pode ser considerado um ato missionário, só que atualizado no século XXI, ou seja, o que se enxerga nos dias atuais são missões evangélicas midiáticas. Além do consequente aumento no número de fiéis, isso gerou visibilidade nos espaços sociais, segundo Cunha:

[...] os cristãos são agora um segmento, um mercado em plena expansão [...]. A mudança de postura quanto ao proselitismo religioso retrata bem esse processo. Se no passado havia uma ênfase no convite à conversão e na divulgação da denominação religiosa, no presente, a programação de rádios FM e os programas televisivos são majoritariamente dirigidos ao público já vinculado à alguma igreja ou confissão (CUNHA, 2014 apud DIAS etall, 2014, p.205).

Para lançar luz sobre a construção discursiva, Michel Foucault (2014) corrobora que, através do discurso são exercidas as funções de poder e de controle sobre determinados grupos, em determinados períodos históricos. Dentro desta perspectiva, afirma o filósofo, o discurso em si é a explicitação do mundo no qual o próprio sujeito está inserido, ou seja, “[...] nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos” (FOUCAULT, 2014, p.46).

Uma vez que discursar está diretamente ligado ao poder, compreende-se que o discurso não é neutro, pelo contrário, ele busca um significado e tem um objetivo, o que nas palavras de Foucault (2014), seria o desejo manifestado ou ocultado. Mais do que isso, o discurso é o próprio objeto de desejo, porque através dele são revelados os ideais de uma luta ou aquilo que se busca apoderar:

Suponho que em toda a sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que tem por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade (FOUCAULT, 2012, p.8-9).

Entende-se que os limites aplicados ao discurso se ligam ao desejo e ao poder. Segundo Foucault (2014, p.10) “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo porque, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”. Quem tem a posse do discurso, tem a partir da linguagem o poder de seduzir, dominar e produzir sentidos.

Nesse ponto existe uma potência reprodutora, ao se pensar como os sujeitos se reproduzem na hora da linguagem, pois entende-se que o discurso não é apenas o que se diz, mas como o interlocutor esta interagindo. Assim é possível compreender porque algumas coisas fazem sentido apenas para determinada camada da população.

Quando os pastores nominam e interpretam o mundo à sua volta, isso é uma forma de poder. Porém, ao mesmo tempo que, os atores sociais criam sons, representações e moldam palavras, também se é sujeito do próprio dizer. Quando estes pastores enunciam seus discursos, eles se apóiam nos sentidos existentes antes deles, e isso é uma afirmação do que é “ser evangélico”.

Barthes (2004) compreende que o signo para fazer sentido precisa se repetir e ser compartilhado socialmente, dessa forma, os indivíduos tem base para aprenderem os estereótipos, que são determinadas características naturalizadas. Com isso, o grupo estabelece sentidos para determinadas palavras.

REFERÊNCIAS:

BARTHES, Roland. **Aula**. Editora Cultrix, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CHARTIER, Roger. **A história cultural entre práticas e representações**. Trad. de Maria Manuela Galhardo. Lisboa: Difusão Editora, 1988.

CUNHA, Magali do Nascimento. **A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad e Instituto Mysterium, 2007.

_____. **Do púlpito às mídias sociais: evangélicos na política e ativismo digital**. 1 ed. Curitiba: Editora Appris, 2019.

DIAS, Zwinglio Mota (Org.); PORTELLA, Rodrigo (Org.); RODRIGUES, Elisa (Org.). **Protestantes, evangélicos e (neo) pentecostais: história, teologias, igrejas e perspectivas**. 2ª ed. São Paulo: Fonte Editorial, 2014.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Trad. Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. 24 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

GINZBURG, Carlo. **Relações de força: história, retórica, prova**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

MAFRA, Clara. **Os Evangélicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 1999.

PALFREY, John; GASSER, Urs. **Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet/Raquel Recuero**. – Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

SIBILIA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

THOMPSON, E. P. **Costumes em Comum:** estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** São Paulo: Martin Claret, 2013.