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

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

RESUMO

Este trabalho pretende refletir sobre a miatização 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;

CORPO DO TRABALHO

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 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)

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

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 1960³ 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.

³ 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.

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*.

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 seguidores⁴. Refleti, ainda, sobre seu estilo de linguagem, que tipo de fotos e legendas que costuma postar e que sentidos busca reproduzir no *Instagram*.

Leonardo é a típica liderança evangélica midiático ao qual esse trabalho se propõe analisar. O jovem pastor, de 31 anos de idade, chama a atenção pelas suas pregações carregadas de emoção, amizade com famosos, espiritualidade mais humanizada e, principalmente, atualização da figura pastoral.

Uma coisa salta aos olhos no site oficial de Leonardo. Ele não se apresenta como pastor, mas sim como *youtuber*: “Deive Leonardo é o Youtuber com o maior canal de pregação individual do mundo, com +200 milhões de visualizações, +4 milhões de inscritos no YouTube e +7 milhões de seguidores no Instagram”⁵.

Não se apresentar como pastor, mesmo sendo um, seria uma estratégia discursiva utilizada por Leonardo, que lhe permite expandir seus horizontes, alcançando assim um maior número de seguidores, até mesmo aqueles não identificados como evangélicos? Essa forma de apresentação consegue atender aos interesses daqueles que buscam praticar uma religiosidade mais fluida, não identificada com nenhuma placa de igreja.

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.

⁴ Fonte: Instagram. Informação coletada em 28 ago. 21.

⁵ Fonte: <<https://www.deiveleonardo.com.br/>> Acesso em: 23 ago. 21.

A partir da análise do discurso midiático do pastor Deive Leonardo, foi possível identificar de que forma se construiu sua autoridade discursiva e pastoral perante este novo tipo de fiel que é atuante nas redes sociais.

Com base na análise das teorias expostas ao longo deste resumo e também em algumas postagens, foi possível perceber um processo de dessacralização em torno da figura destes líderes evangélicos e uma atualização do ser pastor. Percebeu-se que o funcionamento das redes sociais no interior da sociedade pode revelar a interação social como um local de disputas de representações.

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.