



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

A Nossa Família Merece Respeito: uma análise sobre a formação do *ethos* midiaticizado do deputado federal Pastor Marco Feliciano¹

Our Family Deserves Respect: an analysis about the formation of the mediatized ethos of federal deputy Minister Marco Feliciano

Marina Martinuzzi Castilho²

Aline Roes Dalmolin³

Resumo: Este artigo tem o intuito de apresentar uma das sínteses do trabalho de dissertação defendido em maio de 2019. A partir da leitura de que vivenciamos uma ascensão conservadora também vista pela polarização política, trazemos leituras e aportes teórico-empíricos com o objetivo de analisar a formação do *ethos* midiaticizado do deputado federal Pastor Marco Feliciano. Explorando conceitos norteadores da pesquisa realizada sob a tríade mídia-política-religião, enxergamos a potencialidade de descrever movimentos que caracterizam a atuação religiosa e parlamentar desta personalidade. Neste exercício, reconhecemos uma experiência midiaticizada da sociedade, capaz de afetar e ressignificar discursos institucionais da igreja, da família e do parlamento.

Palavras-chave: Mediatização; Ethos; Marco Feliciano.

Abstract: This article intends to present one of the syntheses of the thesis work defended in May 2019. From the reading that we experience a conservative rise also seen by political polarization, we bring theoretical-empirical readings and contributions with the objective of analyzing the formation of the mediated ethos of federal deputy Pastor Marco Feliciano. Exploring concepts guiding the research conducted under the media-political-

¹ Trabalho apresentado ao III Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 6 a 10 de maio de 2019.

² Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, linha de pesquisa “Mídia e Estratégias Comunicacionais”. E-mail: mari.castilho@gmail.com

³ Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), líder do grupo de pesquisa do CNPq “Circulação midiática e estratégias comunicacionais” e Doutora em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). E-mail: dalmoline@gmail.com.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

religion triad, we see the potential of describing movements that characterize the religious and parliamentary performance of this personality. In this exercise, we recognize a mediated experience of society, capable of affecting and re-signifying institutional discourses of the church, family and parliament.

Keywords: Mediatization; Ethos; Marco Feliciano.

1.Introdução

Após as últimas eleições de 2018, o contexto político brasileiro vive a consolidação de uma agenda ultraconservadora – observada em posicionamentos institucionais e impulsionada por fenômenos mediatizados. As marcas de ações conservadoras vêm, no entanto, se destacando no país desde a segunda década do século 21, demonstrando uma acirrada disputa de interesses nas instâncias políticas e legislativas que suportam o nosso Estado Democrático de Direito, estabelecido pela Constituição Federal de 1988.

O decurso de importantes acontecimentos verificados nas esferas midiática, religiosa e política, ainda no ano de 2013, nos apresenta uma interseção de olhares propositivos para uma pesquisa desenvolvida no campo das Ciências Sociais e Humanas (CSH). De lá para cá, vivenciamos o segundo processo de *impeachment* de um presidente eleito desde a redemocratização, destacando operações de atores e grupos sociais específicos que contribuíram para uma polarização política extrema da realidade em que nos encontramos. Esse ano também foi reconhecido como um dos períodos recentes mais intensos de mobilização política e protestos de rua realizados a nível nacional.

A partir da mediatização desses eventos, percebemos rapidamente uma unificação de “pautas” em torno do sentimento coletivo de indignação com os casos de corrupção envolvendo agentes e instituições federais, do descontentamento com o desvio de verbas públicas, enquanto os setores básicos da saúde, educação e transporte público, por exemplo, demonstravam precariedade pelos quatro cantos do país. As chamadas



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

“jornadas de junho” marcaram importantes desdobramentos a nível social e político, desencadeando também um complexo cenário de conflitos institucionais, econômicos e culturais em torno de projetos de governo para “tirar o Brasil da crise”.

Também em decorrência desse cenário, no pleito eleitoral de 2014, o Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP) verificou que, desde o período da ditadura civil-militar, não se constituía um Congresso Nacional tão conservador⁴ no país.

Ancorando-nos na pesquisa de Cunha (2017, p. 99, grifo nosso), enxergamos que a segunda metade do século 21 é marcada por um neoconservadorismo, principalmente protagonizado por lideranças evangélicas e a forma como são apresentadas:

[...] modernas, pertencentes aos novos tempos, em que a religião tem como aliados o mercado, as mídias e as tecnologias (em afinidade com o liberalismo econômico contemporâneo), sem deixar de se afirmar como defensoras de conteúdos conservadores, em especial, no que dizem respeito à *rigidez moral e ao controle dos corpos*.

Para a autora, essa dinâmica também emerge enquanto reação a transformações socioculturais ocorridas no país, especificamente com relação a conquistas no âmbito dos direitos humanos e de gênero⁵. Convergindo para essa leitura, a mais recente pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) sobre a religião declarada (ou não) da população brasileira revelou o aumento de 61% no número de pessoas consideradas seguidoras da religião evangélica. O período analisado foi de 2000 a 2010 – recorte temporal também trazido por Cunha (2017) a respeito do neoconservadorismo latente.

Matérias e rumores surgidos antes das eleições de 2018 colocaram em evidência um projeto elaborado por lideranças evangélicas: de conquistarem mais espaço

⁴ Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,congresso-eleito-e-o-mais-conservador-desde-1964-afirma-diap,1572528>>. Acesso em: 8 jul. 2019.

⁵ Em seu livro, Cunha (2017) detalha uma série de propostas e textos legislativos que demarcam lutas feministas e da população LGBT em defesa da igualdade de gênero e da diversidade sexual, buscando o fim da violência contra setores historicamente chamados de “minorias”. Para mais detalhes, consultar Cunha (2017) pp.87-157.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

representativo nos âmbitos legislativo federal e estadual⁶. Por outro lado, sabemos que a presença desses atores nas disputas eleitorais não é tão recente. Desde o início das articulações para a formação da Assembleia Constituinte em 1986, os interesses do grupo evangélico começaram a aparecer na esfera política. Naquela época, o número de deputados federais eleitos chegou a 33, o que garantiu a posição de quarta maior bancada daquele Parlamento (MAIA, 2006).

Dessa forma, sabemos que há 30 anos o setor pentecostal negocia recursos e apoios institucionais com as demais representações políticas. Ao perceber essa historicidade, reconhecemos também que a ascensão de correntes evangélicas no espaço público brasileiro está diretamente relacionada a um processo comunicacional, seja nos períodos de radiodifusão e teledifusão, seja na crescente disseminação da internet por todas as camadas sociais.

A partir dessas premissas, salientamos leituras e compreensões (CUNHA, 2017) acerca de uma ascensão neopentecostal em convergência a valores neoliberais, redesenhando a atuação de igrejas e atores pertencentes a esta corrente religiosa. O intuito, portanto, desta investigação é de caracterizar a formação do *ethos* midiaticado de uma importante personalidade política e religiosa brasileira: o deputado federal Pastor Marco Feliciano, reeleito em 2018 com quase 240 mil votos⁷.

Exploramos a vastidão dessa proposta a partir de algumas discussões trabalhadas na dissertação defendida no mês de maio de 2019, pelo Poscom-UFSM. Trazemos, assim, eixos teóricos que conectam as transformações da religião e da política em contato com a midiaticação (BRAGA, 2007, 2017; SODRÉ, 2010 e VERÓN, 1997). Neste caminho, utilizaremos a conceituação de “*ethos*” como uma ferramenta operacional capaz de exemplificar discursos e formações de sentido expressos pelo objeto aqui delimitado.

⁶Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/01/1951330-evangelicos-querem-estrela-gospel-e-filho-de-bolsonaro-para-senado.shtml>>. Acesso em: 10 mar. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/03/potencial-vice-de-bolsonaro-magno-malta-quer-multiplicar-bancada-religiosa.shtml>>. Acesso em: 12 mar. 2018.

⁷Disponível em: <<https://especiais.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/candidatos/sp/deputado-federal/pastor-marco-feliciano-1920/>>. Acesso em 8 jul. 2019.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

2.A conceituação de *ethos*

Ao falarmos do conceito de *ethos*, compreendendo que ele perpassa por toda nossa reflexão e observação empírica, é importante situarmos de onde vem nossas referências para construirmos essa discussão. O termo “*ethos*” é originário das contribuições aristotélicas na obra “Retórica” (384-322 a.C.), em que o filósofo grego também apresenta os conceitos de “*logos*” e “*pathos*” no intuito de demonstrar a eficácia de um discurso (RODRIGUES, 2008). Numa longa e profunda elaboração acerca das razões e emoções constitutivas do ato discursivo, Aristóteles articula essas instâncias no sentido de observar as qualidades do orador – e de sua oratória – no momento em que se expressa ao(s) ouvinte(s) (ARISTÓTELES, a.C. apud RODRIGUES, 2008).

Resumidamente, trazemos para nossa leitura a definição dessas três principais categorias, adentrando, em seguida, aos pontos específicos que destacam a formulação conceitual de *ethos* que buscamos explorar em nossa investigação. Já com algumas sínteses realizadas, retomamos uma descrição primária em que temos: *ethos* enquanto uma prova de caráter [o orador]; *pathos* como a instância emotiva sentida no ato discursivo, e *logos* na qualidade de inferência ao discurso em si (RODRIGUES, 2008). Essas dimensões fundamentam, em princípio, a capacidade de persuasão intrínseca ao ato discursivo, desenhando a importância dada às enunciações desde os mais remotos tempos da sociedade ocidental. Nossa ressalva para alguns termos conversa com a intenção de encarar o discurso como um elemento transversal em nossas análises e revisões de literatura.

Partindo da leitura de Foucault (1999), exploramos o conceito de discurso enquanto central nas ações que delineiam disputas de poder e relações institucionais no contato com indivíduos e grupos da sociedade ocidental moderna. A constatação de que toda atividade discursiva é ordenada, distribuída e exercida a partir de locais e ações previamente instituídas, nos ancora para atentarmos à historicidade e o controle presentes em nossas experiências diárias.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

A fim de chegarmos a uma caracterização acerca do *ethos* midiatizado do pastor e deputado federal Marco Feliciano, novamente trazemos notas sobre esse conceito e, conseqüentemente, uma distinção do marco teórico. Em convergência à vasta possibilidade de explorar os apontamentos da retórica, o “*ethos*” é utilizado em diferentes tipos de expressões e, nas palavras do sociólogo Sodré (2010, p. 45, grifo nosso), constitui “[...] a consciência atuante e objetivada de um grupo social – onde se manifesta a compreensão histórica do sentido da existência, onde têm lugar as interpretações simbólicas do mundo – e, portanto, a *instância de regulação das identidades individuais e coletivas*.”.

Outro estudo que se apresenta promissor nesta articulação é o da autora⁸ Rodrigues (2008), no qual encontramos diálogos entre as primeiras noções de *ethos* e tensionamentos com as experiências social e discursiva. A título de concentrar os pressupostos que nos movem, ressaltamos a relação do *ethos* com as interações sociais e simbólicas existentes em determinados contextos ou situações comunicativas, destacando também os aspectos histórico-culturais existentes – e preexistentes – em tal comunicação. Essas formulações nos garantem um olhar dialético acerca dos significados e sentidos construídos em um ato discursivo, bem como direções de interpretação ancoradas em elementos não só discursivos, mas na amplitude de questões que envolvem as relações sociais.

Temos, então, o conceito de *ethos* expandido de sua formulação inicial, reconhecendo as contribuições modernas que atrelam esta dimensão a uma experiência mais complexa do que uma prática persuasiva colocada em discurso para ouvinte(s). Ao tratarmos dessas leituras e investigações, compreendemos que o *ethos* desenha-se sob várias ações humanas que, por sua vez, estão em formação e contato com uma multiplicidade de elementos sociais – individuais e coletivos. Essa perspectiva sociológica acompanha-nos, principalmente, no sentido de assimilar transformações

⁸ Em seu texto, a autora promove uma exposição do conceito a partir das leituras de Eggs (2005), Amossy (2005) e Maingueneau (2006), explicitando argumentos que nos ajudam a observar a centralidade do *ethos* enquanto um conjunto mais amplo de significações e expressões nas relações pessoais e, conseqüentemente, discursivas.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

recorrentes das esferas políticas e culturais, o que necessariamente perpassa pelas mudanças discursivas.

3. Mediatização, discurso e as novas lógicas de construção da realidade social

A obra de Cunha (2017) demarca a presença de um processo de mediatização na relação entre religião e política no país. A autora destaca como ambas as instituições assumem a lógica produtiva das mídias baseada na espetacularização. Ou seja, a centralidade midiática presente nas práticas sociais adquire novas perspectivas ao pensarmos na circulação de mensagens e discursos – religiosos e políticos.

A linguagem trabalhada por Braga (2017), em mediatização, caracteriza e busca operacionalizar o processo comunicacional como central nas relações socioculturais que experimentamos. Nosso intuito, portanto, parte de conseguir caracterizar o sujeito Marco Feliciano enquanto mais um expoente dessas novas lógicas interacionais que participam da construção de nossa realidade atual. Nas palavras de Braga (2017, p. 10-11):

[...] a mediatização não oferece apenas possibilidades pontuais de fazer coisas específicas que não eram feitas antes (ou eram feitas de outro modo); ou apenas problemas e desafios igualmente pontuais. O que parece relevante, em perspectiva macro-social, é a teoria de que a sociedade constrói a realidade social através de processos interacionais pelos quais os indivíduos e grupos e setores da sociedade se relacionam.

Ao entendermos essa dimensão, lembramos que o autor também discorre e interpreta a oralidade e a escrita enquanto um desses fenômenos interacionais de referência, relacionando o ingresso do indivíduo em uma sociedade a partir de “[...] processos mais ou menos longos de aprendizagem e formação.” (BRAGA, 2007, p. 12). Dessa maneira, exploramos o conceito de discurso, compreendido enquanto prática constituinte, histórica, formadora e dialética de nossas experiências. Numa gama possivelmente infinita de estudos que dão conta de descrever a ação discursiva, tomamos para nossa reflexão a obra elaborada por Michel Foucault (1999) em “A Ordem do Discurso”.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Nesse texto, Foucault (1999) explana de que forma reside nas pessoas um desejo de realmente descobrir a calma e transparência do discurso, sem considerar sua singularidade e complexidade exterior. A essa “aspiração tão comum”, o autor tece “respostas da instituição”, delineando sua perspectiva de sistemas de poder integrados por instituições sociais responsáveis por disciplinar e regularizar as vidas humanas. Essas condições são analisadas pelo autor a partir da ênfase entre duas regiões – da política e da sexualidade –, nas quais “[...] os buracos negros se multiplicam [...] como se o discurso, longe de ser esse elemento transparente ou neutro no qual a sexualidade se desarma e a política se pacifica, fosse um dos lugares onde elas exercem, de modo privilegiado, alguns de seus mais temíveis poderes.” (FOUCAULT, 1999, p. 9).

A sexualidade e a política, portanto, ora tratadas por Foucault (1988) no desenvolvimento da sociedade moderna, são trazidas para nossa análise como forma de pensar transformações discursivas e transversais à atuação de Marco Feliciano na atual configuração da sociedade brasileira.

Como sabemos, as vinculações apontadas por Verón (1997) retrabalham os sentidos a partir da afetação dos (e com os) meios de comunicação. Seguindo uma proposta pragmática para pensar esse processo, Braga (2017) admite a formação de circuitos e “dispositivos interacionais” a partir de dois elementos básicos para a eficácia de um ato comunicacional: os códigos e as inferências. Na visão do autor, o repertório que construímos em nossas experiências é a constituição de dizeres e situações que vivemos, permeadas pelas práticas institucionais que consolidam nossas expressões acerca do mundo e da vida cotidiana. Esta leitura adquire importância, uma vez que localizamos os discursos de atores religiosos ancorados em proposições históricas e disputas institucionais anteriores à luz conceitual da midiatização.

Assim, na perspectiva do processo comunicacional, Braga (2017) nomeia a ação dos participantes de um episódio interacional enquanto tentativas deste processo.

O modo básico pelo qual a sociedade faz essa organização de tentativas aparece na forma de geração de *dispositivos sociais* para a comunicação – uma produção social de dispositivos interacionais que articulam duas características básicas: a necessidade de “códigos” compartilhados



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

entre os participantes; e o desenvolvimento de inferências. (BRAGA, 2017, p. 24, grifo do autor).

A abordagem do autor para a conceituação dos “códigos” vai do nível mais restrito de codificação até o nível mais vago das referências em comum, indicando a passagem por processos crescentemente flexíveis ou difusos. Dessa forma, da necessidade de interpretação, acionamos igualmente uma inferência abdutiva capaz de nos encaminhar para melhores explicações a partir dos dados e outras características contextuais, não havendo limite para o acréscimo de novos dados e reinterpretações destes. Assim, Braga (2017, p. 30, grifo nosso) também defende que as inferências não dizem respeito somente à interpretação do sentido mais provável da manifestação recebida, mas se direcionam para “*o melhor ajuste dessa manifestação nas perspectivas e no acervo do receptor para a continuidade do processo.*”.

Essa compreensão permite o autor assinalar que as inferências inerentes aos processos comunicacionais não podem ser levadas como hipótese que conta apenas com a “busca de melhor sentido” ou a “desambiguação da manifestação do falante”. Então, tal hipótese inclui referência a dados – como o acervo do participante-ouvinte –, as condições contextuais e os objetivos da interação conforme o episódio interacional e suas “lógicas práticas” (BRAGA, 2017, p. 30). Assume-se, portanto, que a interpretação e o ajuste reproduzem-se mutuamente, ocorrendo a adaptação do sentido percebido conforme os arranjos possíveis a nosso repertório. O resultado dessas ocorrências manifesta como “[...] os episódios interacionais são inferenciais (logo, tentativos) *no seu conjunto* – pois se trata de *alcançar algum tipo de ajuste em processo, entre todas as participações, e destas com seus contextos e objetivos, viabilizando uma ação em comum.*” (BRAGA, 2017, p. 30-31, grifo nosso).

Na obra em que apresenta o conceito “*ethos* midiatizado”, Sodré (2010) discorre profundamente sobre os processos sociais desencadeados pela intensificação do neoliberalismo global, hoje acentuado pela aceleração visível na circulação de mensagens, informações e produtos. A partir de uma série de exemplos, o autor destaca



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

a presença de uma “tecnointeração”, surgida pelo impacto da “economia digital” e, consequentemente, das novas formações discursivas experimentadas hoje.

Para o autor, a mediação é uma ordem de mediações realizadas socialmente, em que a comunicação entende-se como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e enfatizada, particularmente, na tecnointeração.

Trata-se de *dispositivo cultural historicamente emergente* no momento em que o *processo da comunicação é técnica e industrialmente redefinido pela informação*, isto é, por um regime posto quase que exclusivamente a serviço da lei estrutural do valor, o *capital*, e que constitui propriamente uma nova *tecnologia societal* (e não uma neutra “tecnologia da inteligência”) empenhada num outro tipo de hegemonia eticopolítica. (SODRÉ, 2010, p. 22, grifo nosso).

Adiante, comenta que uma das implicações desse processo é a qualificação particular da vida, definindo uma nova forma de presença do sujeito no mundo. Aqui, Sodré (2010) utiliza-se da classificação aristotélica sobre as formas de vida, demonstrando a constituição de um novo *bios* – pensado a partir dessa nova tecnologia de sociabilidade, a mediação. Defende, então, que esta “espécie de quarto âmbito existencial” (o *bios* midiático) *qualifica-se agora na tecnocultura*, própria dessas relações sociais. Assim, “[...] o que já se fazia presente, por meio da mídia tradicional e de mercado, no *ethos* abrangente do consumo, consolida-se hoje com novas propriedades por meio da técnica digital.”. (SODRÉ, 2010, p. 25).

Resgatando as contribuições de Verón (1997), apresenta-se o esquema em que o autor desenha uma possível representação simplificada dos fenômenos mediados. Essa configuração não demonstra nenhum processo linear, principalmente marcado entre uma “causa” e um “efeito”; ao contrário, a proposta coloca-se como um emaranhado de circuitos de “*feedback*”. Ou seja, entre as instâncias que Verón (1997) denomina “instituições”, “meios” e “atores individuais” ocorrem associações e interpelações que originam construções coletivas. Dessa maneira, sua análise explicita operações pelas quais os grupos são construídos:



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

O esquema identifica quatro zonas de produção coletiva: a relação da mídia com as instituições da sociedade, a relação da mídia com os atores individuais, a relação das instituições com os atores e a maneira pela qual a mídia afeta a relação entre instituições e atores (VERÓN, 1997, p. 14-15, tradução nossa).

Cada uma dessas zonas possibilita outras múltiplas formas de afetação, criando processos complexos que têm sua dinâmica modificada justamente a partir do relacionamento com a mídia. Tal caráter de afetação é uma via de mão dupla – todos seus participantes transformam-se mutuamente por essas interpelações, que demarcam um caráter global do processo de midiatização na própria transição para as “sociedades pós-industriais”, como denomina Verón (1997). Essa perspectiva é compartilhada por Sodré (2010) e outros autores brasileiros, possibilitando que cada tese indique caminhos e compreensões acerca desse processo.

No momento em que pretendemos investigar a presença de Marco Feliciano em seus canais oficiais de mídia social, percebemos que as informações ali dispostas perpassam pela compreensão dessas novas relações e afetações geradas pela centralidade da mídia em contato com aquelas “zonas de produção coletiva”. A seguir, delineamos alguns traços que já ressaltam construções discursivas exploradas por atores religiosos e políticos. Salientamos, portanto, este recorte em torno das pautas “em defesa da família” e “em defesa da moral e dos bons costumes”, explicitando um conteúdo fortemente moral na atuação desses sujeitos entre as esferas legislativa e midiática.

4. Marco Feliciano: da celebridade gospel ao cargo parlamentar

No encaminhamento das explanações, partimos agora para a compreensão específica do ativismo exercido pelo pastor Marco Feliciano que, dentre outros indícios, garantiu sua visibilidade para alcançar o título de deputado federal em 2010, com reeleição nos dois pleitos seguintes, em 2014 e 2018. Nossa intenção com este tópico é referenciar o percurso histórico desse sujeito, apontando relações entre a midiatização religiosa e política, protagonistas na experiência do nosso objeto de pesquisa.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

A vivência evangélica de Feliciano inicia-se ainda em sua juventude, quando aos 15 anos de idade começou a trabalhar de maneira voluntária para a igreja Assembleia de Deus de sua cidade natal, Orlandia, localizada no interior do estado de São Paulo. Graduado em Teologia no Brasil e nos Estados Unidos, o pastor também se destaca como expoente da cultura gospel, possuindo um grande acervo de mídias produzidas entre livros e DVDs, com cerca de 3 a 4 milhões de exemplares já vendidos (FOLHA DE S.PAULO, 2013)⁹.

A partir de um novo levantamento de reportagens e opiniões veiculadas em portais de mídia, percebemos que a origem humilde do pastor é relatada por meio de dificuldades financeiras e familiares. Na longa entrevista¹⁰ concedida ao portal *Huffpost Brasil*, Feliciano comenta diversas passagens de sua trajetória pessoal que acabaram convertendo-se em produtos midiáticos, a partir da promoção de suas orações. O pastor relaciona alguns episódios de dificuldade e superação à experiência de outros fieis, mencionando como essas obras também ajudaram “muita gente que passava por situações parecidas”.

Ao começar a viver e sustentar-se como pregador itinerante e conferencista, o pastor passou a ficar conhecido por suas enérgicas e emocionantes falas que alcançavam, progressivamente, púlpitos e igrejas maiores, igualmente correspondidas pelo número de crentes e fieis. De acordo com a matéria publicada na *Folha de S. Paulo*, foi em 1999, aos 26 anos, que Marco Feliciano deu “um salto” em sua ocupação ao pregar no palco do maior evento evangélico do país, o Congresso Internacional dos Gideões Missionários – vinculado ao grupo Gideões Missionários da Última Hora (GMUH), presidido em Camboriú-SC. Essa organização surgiu no final da década de 1970, o que podemos relacionar ao processo de expansão pentecostal no país. Em sua 37ª edição, o Congresso Internacional dos Gideões tem como objetivo “a conscientização missionária visando despertamento do povo de Deus a serem contribuintes voluntários para o sustento dos

⁹ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/03/1247318-hoje-famoso-pastor-ja-foi-rejeitado-por-lideres-evangelicos.shtml>>. Acesso em: 20 out. 2018.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.huffpostbrasil.com/2015/09/01/marco-feliciano-cheirei-cocaina-tentei-maconha-mas-nao-conse-a-21684087/>>. Acesso em: 5 jan. 2019.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

missionários e apoio à ação social”.

De acordo com sua página oficial¹¹, o GMUH está presente em 42 países e o evento anual conta com a presença de milhares de pessoas do Brasil e do mundo. Ao acessarmos o portal com informações sobre o Congresso, percebemos a importância dada à transmissão dos cultos e ações dos missionários, que são transmitidos ao vivo por diversas rádios e ainda a TV Gideões, “possibilitando a escolha do internauta”. A extensa divulgação audiovisual de trabalhos da fé evangélica, além de relatos de batismo e outras experiências vividas no campo missionário destacam o caráter marcante da missão de evangelizar.

Assim, o pastor Marco Feliciano, ao conquistar espaço e legitimidade entre as igrejas onde pregava e na relação com os líderes que as presidiam, fundou seu próprio ministério no ano de 2008. Questionado sobre algumas práticas da igreja, Feliciano revela sua proximidade com questões mundanas e se diz um “revolucionário” comparado a outros pregadores:

[...] tudo precisa ser respeitado, só que *a Igreja também precisa passar por transformações*. Eu saí em paz e abri um ministério na minha região, onde há a *liberdade de se fazer o que quiser*. Não sou dono deles, sou um orientador espiritual, ensino na igreja. O que eles fazem na rua, na escola e no trabalho é de foro íntimo. *A Igreja mais antiga queria doutrinar a pessoa*. Pensei: será que não dá para ser *assembleiano e moderno sem ser mundano*? Na minha época, quantas meninas perderam o emprego porque precisavam colocar calça comprida? Fui um dos primeiros a colocar uma pulseira. Nenhum homem ou mulher da Igreja podia usar adornos. Fui um revolucionário. (FELICIANO, 2015, online, grifo nosso).

Percebemos, aqui, a atualização das práticas religiosas exploradas ao longo deste capítulo, em que identificamos um representante neopentecostal defendendo a liberdade individual sem que isso caracterize um “ascetismo mundano” por completo. O “ser assembleiano e moderno” é também o que garante reconhecimento para Feliciano formalizar sua candidatura em 2010, apesar de, discursivamente, defender que essa

¹¹ Disponível em: <<http://www.gideoes.com.br>>. Acesso em: 20 dez. 2018.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

decisão veio de um “chamado de Deus” para dar continuidade à sua “missão” na Terra. Inferimos, portanto, a partir da difusão de cultos midiáticos e outras obras midiáticas, que o pastor constrói-se enquanto uma figura de força e um missionário legítimo que “entregou sua vida” para as graças divinas.

No *E-book* intitulado “Por que me tornei parlamentar”, lançado em 2018, pela MK Editora, Marco Feliciano descreve como Deus teria falado com ele por meio de um “sonho noturno”. Trazemos alguns trechos, dispostos ainda no capítulo introdutório do livro:

Sonhei que estava diante de uma porta fechada, onde havia uma identificação: “Gabinete do Governador”. No sonho, eu batia naquela porta, mas ninguém abria. Em minhas mãos eu carregava uma pasta, onde estava escrito a palavra “cruzadas”. Certamente em referência ao meu desejo de promover eventos evangelísticos. Continuava batendo a porta e não havia resposta. Até que uma voz veio de dentro do gabinete perguntando “Quem é?”. Eu respondi: “É o pastor Marco Feliciano”, mas a porta não se abria. Naquela mesma época eu tinha um programa na REDETV, por isso no sonho eu insistia dizendo: “É o pastor da TV.”. Porém a porta continuava fechada. No sonho, eu olhei novamente para a pasta em minhas mãos e as letras brilharam e a escrita mudou. Agora poderia se ler: “Deputado Federal mais votado entre os evangélicos de São Paulo.”. Foi quando repeti essa frase e a porta, que antes estava fechada, agora foi sugada para dentro e arremessada para longe, quando acordei.”. (FELICIANO, 2018, p. 13).

Essa passagem exemplifica de forma bastante espontânea as análises que buscamos evidenciar sobre a relação mídia-política-religião no Brasil. Antes de detalhar seu “sonho”, o pastor ainda comenta sobre os efeitos da discussão em torno do PL 122/2006 (da criminalização da homofobia), atribuindo a esse projeto – e sua aprovação em Comissões Temáticas da Câmara Federal – o avanço das circunstâncias que levaram a Igreja a “acordar para a vida política”, antes rechaçada, conforme as leituras visitadas. Logo após essa menção ao PL, denominado no livro como “lei da mordaza gay”, o Feliciano (2018, p. 10) relata o “desafio especial” que recebeu de seu amigo e conselheiro: “[...] diante do avanço da política de esquerda no Brasil, o Dr. Talma Bauer propôs que eu entrasse na política, emprestasse meu nome e prestígio para a *causa da família* e me



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

tornasse um *ativista cristão*.”.

Explicitamente, portanto, Marco Feliciano torna-se conhecido a partir do maior alcance de suas atividades evangélicas desempenhadas em pregações e cultos, além da intensa produção artística e cultural difundida por meio da cultura gospel. Sua visibilidade é construída e formada nos espaços evangélicos midiáticos. Com a leitura das próprias opiniões do pastor, também podemos atrelar o início de sua trajetória como deputado federal às questões e disputas institucionais verificadas no ambiente político. O pastor, assim, descreve essa escolha enquanto mais um “chamado de Deus” para “cumprir sua missão”.

5. Marco Feliciano e as mídias sociais: reconhecendo as estratégias midiáticas

Ao observarmos o sujeito Marco Feliciano, percebemos a presença de um pastor evangélico com intensa atividade (e visibilidade) midiática. Atualmente em seu terceiro mandato parlamentar, foi a partir de 2013 que Feliciano ganhou os “holofotes” e tornou-se conhecido entre veículos de comunicação e imprensa. Resgatando o episódio de sua nomeação enquanto presidente da CDHM, em que temos uma forte mobilização nas mídias sociais, percebemos que o uso dessas redes pelo pastor também passa por modificações. Ao compilar estudos e análises sobre esse caso, Cunha (2017) percebe um movimento mais amplo que emerge de atores religiosos evangélicos e suas ocupações em espaços políticos, destacando como esse período pode revelar um paradigma “[...] pelo fato de ser a primeira vez na história em que os evangélicos no Brasil se colocam como um *bloco organicamente articulado, com projeto temático definido: a defesa da família*.” (CUNHA, 2017, p. 71, grifo nosso).

A partir das premissas expostas, vimos como as mídias sociais digitais fazem parte do contato que o pastor e deputado mantém com seus milhares de seguidores entre as principais redes (*Facebook, Twitter, Instagram e YouTube*) em uso mundial. No início de 2017, a página oficial de Marco Feliciano redireciona-se para seu perfil na maior rede de relacionamentos da atualidade, o *Facebook*, deslocando também a organização de alguns



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

conteúdos, opiniões e notícias para seu *blog* oficial¹² que, no entanto, não é atualizado desde outubro de 2017.

Pensando na manifestação empírica para demonstrar os discursos midiáticos do pastor e deputado federal Marco Feliciano, recortamos para este trabalho algumas sínteses das análises realizadas em suas contas nessas redes. O olhar transversal dado ao exercício foi ao encontro de estratégias comunicacionais acionadas por Feliciano e sua Assessoria de Comunicação. Essa escolha possibilitou o destaque de temas mais recorrentes, assim como um levantamento prévio de ações e assuntos pautados pelo deputado em seu perfil nessas mídias.

A ênfase é aqui depositada para caracterizarmos a construção do objeto empírico desta pesquisa em uma sociedade em vias de mediação, não só centrada no uso de dispositivos e plataformas “técnicas” do âmbito comunicacional, mas sob a influência dos efeitos e afetações dos discursos, “protocolos” midiáticos. Ao enxergarmos como Marco Feliciano alcançou sua atual visibilidade, percebemos que sua presença e sua imagem – aqui entendidas como seu *ethos* – estão intercaladas aos movimentos contextuais explorados. Assim, temos uma atuação evangélica exacerbada pelos canais de mídia próprios deste segmento (gospel), além da divulgação e compartilhamento de peças próprias de Feliciano em suas contas oficiais nessas mídias.

A escolha por mapear os canais oficiais do *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *YouTube* justifica-se pela própria atividade empírica, em que enxergamos uma contundente atuação expressa pelo pastor e deputado nessas redes. Além disso, ressaltamos o caráter político-cultural, cada vez mais emergente, que tais redes imprimem a nossas experiências cotidianas no contato com a pluralidade de informações, atentando também para aquela formação de circuitos e sentidos reconfigurados pelas lógicas do processo de mediação.

¹² Disponível em: <<https://blog.marcofeliciano.com.br>>. Acesso em 2 jul. 2018.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

5.1 Entre o púlpito, o palanque e os fenômenos midiáticos

De maneira resumida, podemos dizer que os conteúdos visualizados apresentam elementos que inserem a devoção do pastor a Deus e à bíblia enquanto premissas “de bem” para denunciar e combater a “imoralidade” e “inversão de valores” vistas hoje na sociedade brasileira. Ao falar da corrupção, Marco Feliciano apoia-se no argumento de “não ter aparecido em nenhuma das listas”, em referência às descobertas da operação Lava Jato – em curso desde 2014, para investigar esquemas de propina entre representantes políticos e empresários.

Outros assuntos sobre os quais o parlamentar mais interage – seja por meio do compartilhamento de notícias ou de conteúdo próprio – também foram evidenciados pela observação exploratória: discussões sobre gênero e sexualidade; posicionamentos ideológicos e partidários realizados em salas de aulas; atos políticos de dentro ou de fora da Câmara dos Deputados (ou do Congresso Nacional); o cristianismo e o movimento evangélico com suas diversidades de pautas pelo país e o mundo; tudo isso intercalado à compilação da agenda semanal do pastor, na qual publiciza as datas e os locais em que se realizarão seus cultos e pregações, comumente atrelado a um convite para “toda a família”.

Verificamos que as mídias sociais trabalhadas exprimem o desejo de conectar pessoas, aproximar histórias e colaborar na difusão de informações e acontecimentos. Não é à toa, portanto, que conseguimos associar a presença intensificada de atores políticos e representantes religiosos entre essas esferas de comunicação. Ao relembrarmos os eventos que proporcionaram a ascensão de visibilidade do pastor e deputado Marco Feliciano, é incontestável sua presença nesses “canais” articulada a comentários e conteúdos diversos, que mobilizam posições contrárias e favoráveis à sua atuação parlamentar e enquanto líder evangélico.

Reconhecemos, portanto, como as expressões de alguns conteúdos são corriqueiras e convergentes, apontando para o que concerne aos formatos de divulgação assumidos sobre múltiplas estratégias, nas quais encontramos textos autorais, imagens, notícias em compartilhamento e vídeos. Essa diversidade também caracteriza uma



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

preocupação que Marco Feliciano (e sua Equipe de Comunicação) demonstra com seu contato ao público, utilizando-se dessas redes para conectar-se aos assuntos e às opiniões que por ali circulam e (re)constróem-se pelo processo de mediação.

Neste movimento exploratório, observamos a articulação de temas que constroem a presença midiática do pastor em suas mídias sociais. Retomando a leitura de Foucault (1999, p. 10), ao dizer que em toda a sociedade a produção do discurso é controlada, selecionada, organizada e redistribuída, o filósofo elabora o discurso como:

[...] não simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; [e] também, aquilo que é o objeto do desejo, visto que o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar.

No momento atual do país, situamos intensas disputas sociopolíticas, com ascensão de discursos conservadores proferidos em contraposição aos projetos e escândalos de corrupção que exploram os treze anos protagonizados pelo PT na presidência da República. O antipetismo é discutido como uma reação potencial de atores que, sob a lógica de construção de um “inimigo vermelho”, aciona delimitações discursivas em torno de projetos de governo e no que tange ao verificado retrocesso de direitos já conquistados pela população¹³. Com a recente eleição do presidente Jair Bolsonaro (PSL), percebemos o recrudescimento dessas investidas, em que se destacam¹⁴ os “valores da família” e a atenção dada às “ideologias de esquerda” que estariam sendo submetidas à população pelos trabalhos governamentais anteriores.

Na centralidade deste processo, temos as mídias sociais mais presentes enquanto espaços de discussões, compartilhamentos de ideias, notícias e manifestações públicas. Percebemos, até agora, como as publicações de Feliciano sobressaltam sua imagem

¹³Citamos aqui a Reforma Trabalhista aprovada em julho de 2017, disponível em: <<https://bit.ly/2ESTBPO>>. Acesso em: 18 abr. 2018; assim como os cortes em gastos públicos aprofundados pelo governo Temer, disponível em: <<https://glo.bo/2vijTLw>>. Acesso em: 5 abr. 2018.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46730648>>. Acesso em: 17 jan. 2018.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

particular atrelada ao compromisso divino expresso pela figura de Deus e, principalmente, manifestado pelo compartilhamento de passagens bíblicas específicas.

Da replicação de postagens e informações, observamos uma tendência geral em divulgar mídias evangélicas, principalmente os portais *GospelPrime* e *PlenoNews* – também destacados no estudo de Cunha (2017), no cumprimento de uma função ativista, cristã e digital. Temos a disposição de imagens editadas graficamente que conferem um tom contemporâneo às campanhas do pastor, mobilizando sentidos que o aproximam do público usuário das redes sociais. Podemos dizer que Feliciano age como ativista, uma vez que, movimenta ações específicas nessas mídias, empreendendo novas formas de interação, dispondo conteúdos que extrapolam o imaginário cristão, sem deixar de lado seu compromisso com esses valores.

Cabe ressaltar que nossa observação centrou-se nas expressões verbais utilizadas nas postagens. Ao não aprofundarmos uma análise imagística não ignoramos sua importância para a compreensão desses fenômenos, mas, optamos por este recorte a fim de compreender as linhas da análise do discurso baseadas em elementos textuais.

Ao concentrarmos as disposições teórico-empíricas sugeridas, notamos como o *ethos* de Marco Feliciano aparece midiatizado pelas marcas institucionais da igreja e do parlamento. Sua atuação pastoral em contato com a atuação parlamentar, passando pelos processos midiáticos indicados, permite-nos associar o *ethos* midiatizado desse sujeito em confluência com as transformações em curso de nossa sociedade. Ao criar peças próprias para divulgação nas mídias sociais, reiterar pedidos de compartilhamento e definir os assuntos em seus perfis, Feliciano demonstra ser um reflexo contundente daqueles novos processos de interação experimentados pelas vias midiatizadas.

Presenciamos as estratégias de Feliciano voltadas para o segmento familiar “tradicional” (defendido como a união de pai, mãe e filhos), que estaria ameaçado pela “doutrinação e alienação ideológica da esquerda”. Essa relação é feita com os pontos comentados, em que enxergamos a intensificação do ativismo digital entre os atores evangélicos e políticos, principalmente associado a assuntos considerados centrais em seus mandatos representativos – a defesa da vida, da família, da moral e dos bons



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

costumes. Com algumas nuances ressaltadas neste mapeamento exploratório, identificamos como a pauta defesa da família é, de fato, protagonizada por Marco Feliciano em suas expressões nessas mídias sociais. O *slogan* de sua campanha eleitoral em 2018, inclusive, centrou-se pela intensa expressão e compartilhamento da #ANossaFamíliaMereceRespeito.

O reconhecimento que esse ator social confere às suas ações está diretamente ligado a sua presença na igreja evangélica e no parlamento brasileiro, por meio de seu mandato como deputado federal. Percebemos como o pastor legitima-se por essa representação política e, repetidamente, menciona seus eleitores e seguidores das mídias sociais quando publiciza novos vídeos e os repercute em todos os outros canais oficiais em que possui conta ativa. Ao se legitimar em referências bíblicas e constitucionais, propõe suas pautas políticas, muitas vezes, em reação a acontecimentos ou notícias circulantes nas esferas midiáticas.

Destacamos, assim, a importância de se observar movimentos dialéticos na leitura do sujeito social em questão. Materializado em discursos e práticas atuantes no cenário político e religioso atual, Marco Feliciano aciona dimensões institucionais – e autorreferenciais – que o colocam na identificação de discursos conservadores. Esse ideário conservador é reconhecido por Marco Feliciano e a aceitação de suas ideias acaba extrapolando o público fiel evangélico-cristão.

Referências bibliográficas

BRAGA, J. L. Mediatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, A. S. L. D.; ARAÚJO, D. C., BRUNO, F. (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Livro da XV Compós. Porto Alegre: Sulina, 2007.

BRAGA, J. L., CALAZANS, R. (Org.). *Matrizes Interacionais: A Comunicação Constroi a Sociedade*, vol. 2. Campina Grande: EDUEPB, 2017

CUNHA, M. N. *Do púlpito às mídias sociais: evangélicos na política e ativismo digital*. Curitiba: Editora Prismas, 2017.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

FELICIANO, M. Marco Feliciano: ‘Cheirei cocaína, tentei maconha, mas não consegui trazer’. [Entrevista disponibilizada em 1 de setembro de 2015, a Internet]. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/2015/09/01/marco-feliciano-cheirei-cocaina-tentei-maconha-mas-nao-conse_a_21684087/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

_____, M. *Por que me tornei parlamentar?* Rio de Janeiro: MK Editora, 2018.

FOLHA DE S.PAULO. Hoje famoso, pastor já foi rejeitado por líderes evangélicos. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 2013. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/03/1247318-hoje-famoso-pastor-ja-foi-rejeitado-por-lideres-evangelicos.shtml>>. Acesso em: 20 out. 2018.

FOUCAULT, M. *A Ordem do Discurso*: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 14. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

RODRIGUES, K. C. Em pauta o conceito de *ethos*: a movência do conceito da retórica aristotélica à sua ressignificação no campo da Análise do Discurso por Dominique Maingueneau. *Signum: Estudos da Linguagem*, UEL/Londrina, n.11/2, dez. 2008, p. 195-206.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. 5.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. In: *Revista Diálogos de la Comunicación*, n. 48, Lima: Felafacs. 1997