

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

ANDRÉ LUIZ DE CASTRO SILVA

**ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS NO AUDITÓRIO
MIDIÁTICO NEOPENTECOSTAL**

**UBERLÂNDIA
2016**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

ANDRÉ LUIZ DE CASTRO SILVA

**ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS NO AUDITÓRIO
MIDIÁTICO NEOPENTECOSTAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação, da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência para a obtenção do título de Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação.

Área de Concentração: Tecnologias e Interfaces da Comunicação

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Marques Araújo

**UBERLÂNDIA
2016**

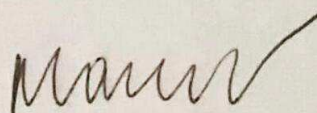
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

S586e
2016 Silva, André Luiz de Castro, 1981-
Estratégias argumentativas no auditório midiático neopentecostal /
André Luiz de Castro Silva. - 2016.
177 f. : il.

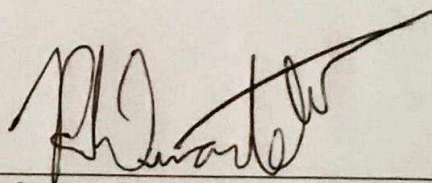
Orientador: Marcelo Marques Araújo.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia,
Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação.
Inclui bibliografia.

1. Educação - Teses. 2. Discussões e debates - Teses. 3. Religião -
Teses. 4. Mídia digital - Teses. I. Araújo, Marcelo Marques. II.
Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em
Tecnologias, Comunicação e Educação. III. Título.

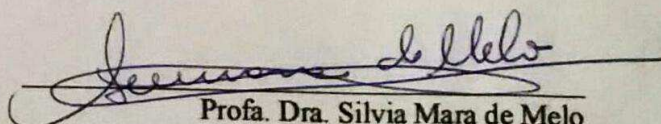
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Marcelo Marques Araújo
Universidade Federal de Uberlândia – UFU



Prof. Dr. Rafael Duarte Oliveira Venâncio
Universidade Federal de Uberlândia – UFU



Profa. Dra. Silvia Mara de Melo
Universidade Federal da Grande Dourados - UFGD

Ao Senhor Deus, que NUNCA desistiu de mim e me deu a chance de recomeçar, de nascer de novo!

À minha amada esposa Gercilaine e aos meus filhos Ana Clara e Samuel que SEMPRE estiveram ao meu lado em tempos de tribulação e de alegrias, ao qual por toda a vida farei o meu melhor!

AGRADECIMENTOS

À minha esposa Gercilaine por existir, ser o amor da minha vida e companheira por todo sempre e aos meus filhos Ana Clara e Samuel pela alegria e amor que compartilhamos. Os três são os meus tesouros, a minha vida, meus amores por toda a eternidade!

Quando estava no “fundo do poço” esses “anjos” me ajudaram a levantar. Palavras me faltam ao falar de cada um, porém nunca esquecerei o que fizeram por mim: os pastores Romerito Maxwell, Márcio Marques, Eleni Marques, o bispo Divino Silva e a Fabíola Soares pelo apoio espiritual; ao Rodrigo Mariano (Divino Winebar) e ao corpo acadêmico da escola Cebrac pelas oportunidades profissionais quando cheguei desacreditado e sem perspectivas a Uberlândia em 2013.

À minha querida sogra e segunda mãe Oneida Nascente Schuab além do meu segundo pai Tabajara Alves Ferreira. Aqui não cabe a lista de motivos, porém posso resumir que sou eternamente grato a vocês por TUDO e mais um pouco!

À toda minha parentela ao qual destaco os meus pais Agente e Sibebe pelo amor eterno e pela educação.

Ao meu estimado professor doutor, orientador, conselheiro, instrutor e a quem considero um irmão mais velho, Marcelo Marques. Pela sua enorme paciência desde a correção das vírgulas e retiradas dos “como”, pelas broncas aos conselhos para a carreira e para a vida. Por me apresentar, ensinar e compartilhar a Análise do Discurso, a Teoria da Argumentação e tantos outros excertos que jamais serão esquecidos! Por me fazer acreditar que eu seria capaz de superar as minhas limitações, por me conceder oportunidades em mostrar o meu trabalho no âmbito acadêmico e ser a peça chave para que eu conquistasse essa vitória! Foi uma honra aprender com você! Tenho orgulho de ser seu pupilo! Carregarei isso para sempre!

Aos educadores do programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação que tive o prazer em conhecer e tirar muitas lições: Profª. Dra. Adriana Omena, Profª. Dra. Raquel Discini, Prof. Dr. Marcelo Mahl, Prof. Dr. Rafael Duarte e Profª. Dra. Mirna Tonus. Muito obrigado!

Aos professores doutores Rafael Duarte Oliveira Venâncio e Cristiane Brito (ILEEL) por todas as contribuições na banca de qualificação.

À Universidade Federal de Uberlândia pela oportunidade de participar de congressos e seminários que foram indispensáveis para o meu amadurecimento acadêmico.

À professora doutora Magali do Nascimento Cunha (UMESP) pelas indicações de leitura e pesquisa, sempre disposta a ajudar.

Aos colaboradores e colegas professores do Cebrac Uberlândia e da Fundação CDL pela confiança em me concederem a oportunidade de laborar e me divertir com o que passei a amar: a educação.

Aos meus alunos – de ontem e de hoje – por me proporcionarem a chance de poder ser mais do que sou a cada dia e me completarem como profissional e como ser humano.

A TODOS os meus colegas de mestrado pelos momentos que vivemos juntos seja em discussões, debates, trocas, risadas ou preocupações. Destaco aqui a publicitária Cláudia Vicente pelas choradeiras mútuas, brincadeiras, risadas e todo companheirismo acadêmico que compartilhamos durante dois anos.

A TODAS as pessoas que participaram direta e indiretamente dessa conquista, fica o seguinte ditado: a gratidão é a memória do coração!

RESUMO

O campo religioso cristão neopentecostal no Brasil tem crescido de forma sistêmica nos últimos anos. Diversas denominações têm investido e ampliado sua visibilidade especialmente na mídia eletrônica. Mensagens atingem um número cada vez maior de pessoas, sejam fiéis, membros, admiradores ou não, que buscam “fortalecer o ser”, ou seja, o emocional, além de tentarem encontrar alento para os possíveis males da vida nos mais variados campos. Essas ações são desenvolvidas a partir do uso de argumentos que funcionam de maneira estratégica e atraente a partir de elementos que qualificam o dizer com o intuito de promover a interação e a fidelização dos fiéis. Nossa proposta ancora-se em entender a produção dos sentidos do discurso religioso praticado pela Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (SNT) na mídia eletrônica. De caráter qualitativo e exploratório, a pesquisa apresenta, dentre vários assuntos, os conceitos relativos à argumentação e o campo religioso, as tipologias argumentativas, os recursos e elementos argumentativos construídos pela denominação religiosa por meio da gravação, transcrição e análise de sequências discursivas do programa “Vida com Esperança” veiculado na Rádio Sara Brasil FM e na Rede Gênese de Televisão em datas específicas no ano de 2015. Recorremos especialmente aos quadros teóricos dos estudos da argumentação apoiando-nos principalmente em Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), Ducrot (2001) e Meyer (2008) e aos estudos sobre mídia e religião com base em Cunha (2007), Fausto Neto (2004), Campos (2004, 2008) e Mariano (2005). Observamos que ao longo da história o Protestantismo se caracterizou como uma corrente do cristianismo que usou estrategicamente da comunicação para promover o proselitismo e se subdividir em diversas estruturas doutrinárias que cresceram, principalmente no Brasil, ao longo do século XX. As análises fizeram emergir o uso de estratégias argumentativas por meio da mídia eletrônica através de enunciados que provocam efeitos de sentido aos quais destacamos a renúncia ao mundano, a obediência ao divino, a eficiência da Palavra, a credibilidade de exemplos triunfais, a segurança pela “verdade bíblica” e a confiança plena em Deus.

Palavras-chave: Argumentação, religião, mídia.

ABSTRACT

The Pentecostal Christianity in general in Brazil has grown in a systemic way in recent years. Several denominations have invested and expanded its visibility especially in electronic media. Messages reach a growing number of people, be faithful, members, fans or not, seeking to "strengthen being", that is, emotional, and try to find encouragement to the possible evils of life in various fields. These actions are developed through the use of arguments that work in strategic and attractive way from elements that qualify the say in order to promote interaction and loyalty of the faithful. Our proposal is anchored in understanding the production of sense of religious discourse practiced by the Evangelical Community Heal Our Land (SNT) in the electronic media. Qualitative and exploratory character, the research shows, among various issues, concepts relating to argumentation and the religious field, argumentative types, resources and argumentative elements built by religious denomination through the recording, transcription and analysis of discursive sequences program "Life with Hope" broadcast on Radio Brazil FM Sara and Genesis Television Network on specific dates in the year 2015. We appealed especially to the theoretical frameworks of argumentation studies relying mostly on Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), Ducrot (2001) and Meyer (2008) and studies on media and religion based on Cunha (2007), Fausto Neto (2004), Campos (2004, 2008) and Mariano (2005). We note that throughout history Protestantism was characterized as a stream of Christianity that strategically used to promote communication proselytizing and be subdivided into various doctrinal structures that have grown, especially in Brazil, throughout the twentieth century. The analyzes have emerged the use of argumentative strategies through electronic media through statements which cause meaning effects which highlight the renunciation of worldly, obedience to the divine, the word efficiency, credibility triumphant examples, the safety ' Biblical truth "and full trust in God.

Keywords: Arguing, religion, media.

TABELA DE FIGURAS

FIGURA 1: Religiões no Brasil.....	4
FIGURA 2: Número de religiosos no Brasil.....	28
FIGURA 3: Número de evangélicos no Brasil por denominação.....	36
FIGURA 4: Programas evangélicos norte americanos veiculadas na TV brasileira.....	43
FIGURA 5: Primeiros programas evangélicos televisivos brasileiros.....	43
FIGURA 6: Logomarca do projeto “Parceiros de Deus”.....	47
FIGURA 7: Logomarca do programa “Vida com Esperança”.....	53
FIGURA 8: Mapa de cobertura da Rede Gênesis de Televisão.....	54
FIGURA 9: Os tipos de argumentos.....	88
FIGURA 10: Circuito argumentativo.....	100
FIGURA 11: Estrutura argumentativa narrativa.....	103
FIGURA 12: Elementos argumentativos do discurso religioso midiático da SNT.....	143

LISTA DE SIGLAS OU ABREVIACÕES

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MPC: Mocidade para Cristo

ONG: Organização Não Governamental

PBM: Pesquisa Brasileira de Mídia

PENTHIS: Pentecostalismo Histórico

PHM: Protestantismo Histórico de Missão

PHMIG: Protestantismo Histórico de Migração

PI: Pentecostalismo Independente

PIR: Pentecostalismo Independente de Renovação

PR: Protestantismo de Renovação ou Carismático

SECOM: Secretaria de Comunicação da Presidência da República

SEQDISC: Sequência discursiva

SEQDISCINTER: Sequência discursiva intervalo

SEQDISCJEAN: Sequência discursiva Jean

SEQDISCLUCROD: Sequência discursiva Lúcia Rodovalho

SEQDISCROBROD: Sequência discursiva Robson Rodovalho

SEQDISCSAULO: Sequência discursiva Saulo

SNT: Sara Nossa Terra

VCERAD: Vida com Esperança Rádio

VCETV: Vida com Esperança Televisão

SUMÁRIO

1	CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	1
1.1	Objetivos.....	3
1.2	Motivações da Pesquisa.....	3
1.3	Referenciais Metodológicos.....	8
1.4	Sujeitos da Pesquisa.....	11
1.4.1	<i>Robson Rodovalho.....</i>	11
1.4.2	<i>Lúcia Rodovalho.....</i>	12
1.4.3	<i>Saulo Quaresma.....</i>	12
1.4.4	<i>Jean Fanurakis.....</i>	12
1.5	Organização do trabalho.....	13
2	O PROTESTANTISMO: LAPSOS HISTÓRICOS E A INTERAÇÃO COM A MÍDIA.....	15
2.1	Os protestos na história e os lapsos do “tornar comum”.....	17
2.2	Os diferentes movimentos protestantes.....	19
2.3	Comunicação da religião e a religião da comunicação.....	24
2.4	O Pentecostalismo e o Neopentecostalismo.....	27
2.5	Memórias dos primórdios da mídia evangélica no rádio e na TV.....	37
3	SARA NOSSA TERRA.....	45
3.1	História e a doutrina.....	45
3.2	Vida e liderança do bispo Robson Rodovalho.....	50
3.3	SNT e a mídia eletrônica.....	53
3.3.1	<i>Rede Gênese.....</i>	54
3.3.2	<i>Rádio Sara Brasil FM.....</i>	57
4	A INTERFACE MÍDIA-RELIGIÃO-PODER-CONSUMO.....	58

4.1	A busca pelo sagrado.....	59
4.2	A Religião Midiática.....	62
4.3	O poder e o consumo da mídia religiosa.....	67
5	A ARGUMENTAÇÃO E O DISCURSO RELIGIOSO MIDIÁTICO.....	76
5.1	Argumentação: seus conceitos e definições.....	76
5.2	A argumentação na mídia eletrônica religiosa.....	81
5.3	A força do discurso religioso midiático: o sermão e a pregação.....	89
6	ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS NO DISCURSO RELIGIOSO MIDIÁTICO NEOPENTECOSTAL.....	97
6.1	Análises baseadas nas Matrizes Discursivas.....	108
6.1.1	<i>Análises das sequências discursivas.....</i>	111
6.2	Algumas considerações sobre as Matrizes Discursivas.....	140
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	145
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	152
	ANEXOS.....	CD

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Há uma tríplice aliança: discurso, mídia e religião. Tal enunciado revela uma relação desenvolvida nos últimos anos em território brasileiro. O discurso é efeito de sentido que surge a partir da expressão comunicativa, quando alguém se dirige a outro com o objetivo de comunicar ou expor. Pesquisadores indicam que a mídia é lembrada como ferramenta essencial para a difusão da mensagem religiosa. A aliança entre estes três elementos gerou uma necessidade de compreender as relações entre os indivíduos e a religião por meio de canais midiáticos e das ferramentas discursivas que promovem a atração de seguidores ou curiosos junto a crescente ordem das denominações religiosas que se disponibilizam para ajudar cada vez mais pessoas que sofrem de males nas mais distintas circunstâncias.

Este trabalho é fruto de uma percepção no cotidiano pessoal voltada para os programas radiofônicos e televisivos evangélicos que são apoiados nas mensagens de apelo emocional, pelas multidões de pessoas que compartilham e testemunham histórias de problemas das mais variadas formas com mensagens de fácil assimilação sob a mediação de pastores-apresentadores que contavam com argumentações cada vez mais efusivas. É importante deixar claro que o termo “evangélico”, de acordo com Mariano (2005, p.10) “na América Latina refere-se ao campo religioso formado pelas denominações de origem cristã que nasceram na Reforma Protestante do século XVI”.

O homem precisa de algo que o completa e a religião acaba fazendo parte da vida de qualquer pessoa. Como diz Vizer (2006, p.37) “a revelação é também um ato de comunicação e constituição do sentido através da fé, e precisa da figura do profeta, cujo poder é um poder de intermediação, exercido através da palavra revelada”. Prandi (1999) ressalta que “estudar religião é importante, pois sua presença pode orientar no sentido de se chegar a uma melhor compreensão a propósito de nossa sociedade, sobretudo nas mais profundas dificuldades”.

No Brasil, uma das denominações que mais tem investido nos meios radiofônicos e televisivos para atingir novos espaços e expandir suas mensagens é a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (SNT). A denominação criada em 1992 em Brasília conta com um número expressivo e crescente de fiéis que apresenta discursos que tratam do cristianismo agregada com elementos que abordam o modo de viver das pessoas no âmbito pessoal ao qual se destacam a vida familiar, financeira, a formação acadêmica, o relacionamento interpessoal e intrapessoal. As mensagens apresentadas pela denominação através da mídia eletrônica (rádio

e TV) também abordam regras para uma vida profissional de êxito com enfoque na carreira e nos negócios.

A pergunta ou o problema que norteia e guia as nossas reflexões apresentadas aqui é: Os discursos religiosos enunciados na mídia pelos líderes da Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra são maximizados e potencializados por estratégias argumentativas com o intuito de persuadir, ganhar a confiança e a audiência dos interlocutores e, conseqüentemente, levar os fiéis a posterior fidelização?

A questão norteadora relaciona-se em saber quais as formas argumentativas aplicadas na mídia eletrônica que promovem o desenvolvimento da Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra. Ao eleger a argumentação como objeto de estudo deste trabalho de pesquisa, tivemos outra indagação: quais os mecanismos de construção da argumentação que atravessam o discurso religioso para o processo de divulgação midiática nas igrejas neopentecostais brasileiras, em especial, da Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra?

O questionamento que norteia essa pesquisa nasceu do interesse em compreender as razões que geraram e permeiam a crescente utilização da mídia por meio das denominações religiosas cristãs neopentecostais. Durante séculos os símbolos do cristianismo foram os templos, os crucifixos e as torres, espalhados pelas cidades, em bairros, nas ruas. A sociedade possuía vida social e comunitária, mas sofria um forte controle da religião. Atualmente o que se apresenta é a igreja na era da comunicação. A religião está ocupando assim um lugar de poder e eminência na cultura, na política e na sociedade. As denominações religiosas, em especial, as evangélicas, derivadas do protestantismo que falaremos mais a frente fazem uso sistêmico dos meios midiáticos para disseminarem as suas mensagens. Percebemos que, desde os tempos mais remotos, das pinturas até os meios de comunicação de massa, com mais velocidade, praticidade e abrangência, a mídia eletrônica – rádio e televisão – é grandemente empregada nas transmissões religiosas pelas igrejas.

Por meio de diferentes autores percebemos claramente as mudanças profundas no cenário religioso brasileiro, em especial no protestantismo, com o surgimento no final dos anos 1970 do que é conhecido como movimento neopentecostal. Uma das principais referências deste movimento é a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, doravante SNT. O esforço para a realização das análises nos levou aos seguintes aportes teóricos: Charaudeau (2013) quando sinaliza para a noção de discurso das mídias; Orlandi (1996, 2001) que trata dos princípios e procedimentos da Análise do Discurso; Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), Ducrot (1981, 2009) e Meyer (2008) que tratam de dados históricos, de conceitos e dos procedimentos analíticos da Teoria da Argumentação; Fausto Neto (2004), Fausto Neto e

Valdettaro (2010), Campos (2008) e Cunha (2007) que abordam a relação entre a mídia e a religião; Mariano (2005), Liberty (2000) e Campos (2004) que apresentam dados sobre a trajetória histórica da religião protestante, das correntes pentecostais e neopentecostais, além de Lima (2006) e Pires (2011) que retratam detalhes sobre a SNT. Ao apresentarmos os fatores de produção de sentido, tomamos emprestados os estudos advindos da Linguística Textual de Koch (1992, 2006, 2011) com o intuito de constituir um embasamento teórico relevante, ainda que este trabalho transite em áreas heterogêneas.

1.1 Objetivos

O nosso trabalho tem como objetivo geral realizar uma análise dos eixos argumentativos cuja materialidade linguística está registrada em sequências discursivas com origem nos discursos enunciados por bispos e pastores da SNT, nas suas práticas discursivas, seja em sermões, pregações ou mensagens com a finalidade de entender a produção dos sentidos do discurso religioso na mídia radiofônica e televisiva.

Quanto aos objetivos específicos a pesquisa analisou a tipologia argumentativa, os recursos argumentativos e investigou os sentidos que atravessam os discursos religiosos neopentecostais enunciados pelos bispos e pastores presentes na mídia eletrônica da SNT a partir da materialidade discursiva registrada no programa “Vida com Esperança” veiculado na Rádio Sara Brasil FM e na Rede Gênesis de Televisão.

1.2 Motivações da pesquisa

Atualmente estamos vivendo um período de efervescência religiosa no Brasil com um número cada vez maior de evangélicos e os meios de comunicação contendo mensagens religiosas estão chegando cada vez mais aos lares das pessoas, levando esperança, fé, amor, união, sabedoria, confiança e alento. Esse movimento das religiões, dentre elas as evangélicas, está mais plural e apresenta normalmente competências ou diferenciais que prometem sanar as carências humanas pela palavra.

Abordar o discurso religioso na mídia eletrônica remete à influência de tal contexto advinda do crescimento a olhos vistos das correntes evangélicas em todo o país. De acordo com dados informados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2012), o número de evangélicos no país cresceu de 15,4% em 2000 para 22,2% em 2010, ou seja, tal grupo conta com aproximadamente 42,3 milhões de pessoas. Já a Igreja Católica Apostólica

Romana tinha um percentual de 73,6% em 2000 que decresceu para 64,6% em 2010, correspondendo a aproximadamente 123 milhões de cidadãos.

Segundo Dias e Silva (2010), o crescimento do povo evangélico possibilitou uma ameaça à hegemonia católica. Para o autor, a cultura brasileira que sempre foi ligada ao catolicismo tem sofrido mudanças com a presença cada vez mais influente desse outro discurso religioso que ganha adeptos a cada dia. Consideramos que a mídia promove o intercâmbio entre campos, favorecendo a ampliação das possibilidades de comunicação entre pessoas com o intuito de alcançar o que antes era distante.

As religiões no Brasil se sustentam a partir de uma divisão heterogênea em relação aos grupos que perpassam da Igreja Católica que é predominantemente histórica conforme mostra o gráfico a seguir.

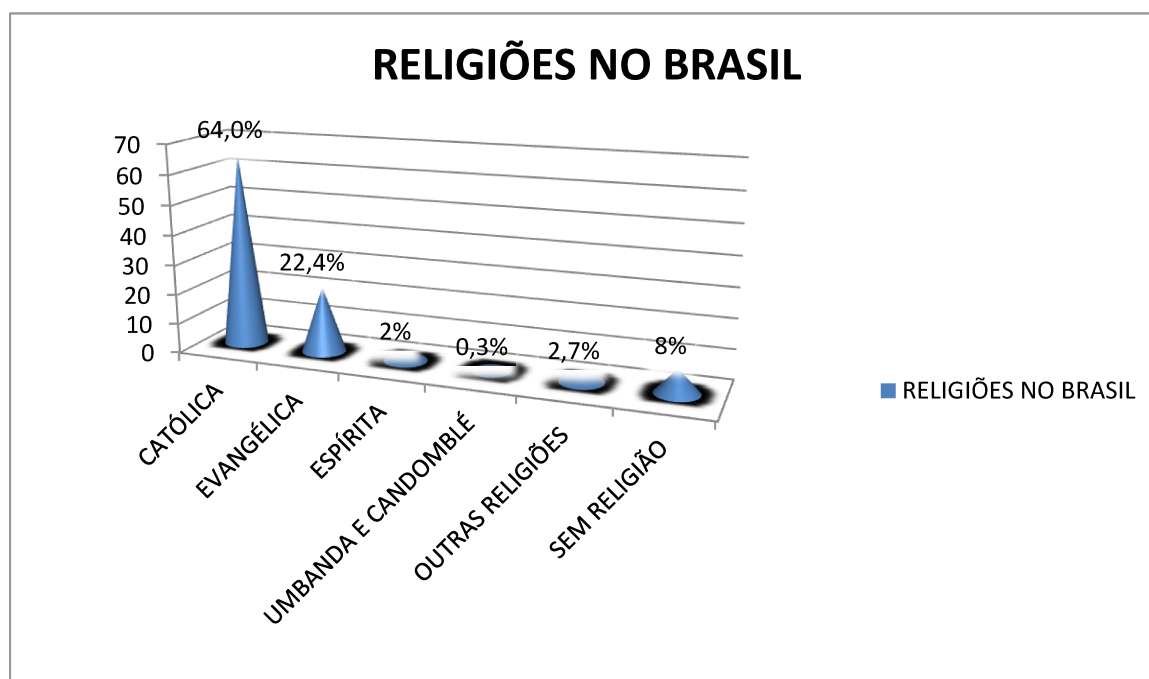


FIGURA 1: Religiões no Brasil
Fonte: Censo Demográfico IBGE 2010

Segundo Maia (2006), as igrejas evangélicas têm uma forte inserção nas comunidades carentes brasileiras. Para o autor, tais espaços têm recebido pouca atenção dos governos municipais, estaduais e federal e as denominações acabam, por consequência, oferecendo assistência social, educacional e médica construindo e mantendo postos de saúde, creches, escolas, gerando confiança, aceitabilidade e lealdade por parte da população mais necessitada. Há diversos exemplos, aos quais citaremos dois deles.

O primeiro é o projeto “Sertão Livre”, organizado pelo pastor Juliano Son. É considerada uma mobilização missionária que conta com o apoio de ministérios evangélicos de todo o Brasil, atuando especialmente no sertão nordestino. Segundo o site oficial da missão¹ mais de 1060 casas foram visitadas, 150 crianças são assistidas diariamente e foram feitos, aproximadamente, 980 atendimentos em áreas diversas da saúde.

Outra organização que é liderada por grupos evangélicos e que é atuante perante comunidades carentes é chamada “Refúgio”. A ONG surgiu, segundo seu site oficial², em 2001 no interior do Paraná com reuniões que atendiam garotas de programa, travestis, dependentes químicos e moradores de rua que eram abrigados e recebiam assistência até conquistarem estabilidade financeira. Atualmente a “Refúgio” trabalha com foco maior perante as crianças e adolescentes carentes e/ou em situação de risco, oferecendo a eles oficinas gratuitas de futebol, ballet, capoeira, percussão, jiu-jitsu, entre outros.

No interior da Bahia, na cidade de Irecê, é desenvolvida a ação social construída pela Igreja Universal do Reino de Deus e coordenada pelo Projeto Ressoar. O “Projeto Nova Canaã” é uma ONG criada no ano 2000. Ela promove assistência social e educacional para cerca de 550 crianças e adolescentes em uma fazenda com mais de 450 hectares de extensão. Oferece também, segundo os coordenadores, oportunidades para moradores locais³. Durante a manhã os jovens atendidos têm aulas do ensino fundamental e médio gratuitamente. No período da tarde frequentam turmas de judô, natação e dança, possibilitando acesso ao laboratório de ciências, informática, recreação em parque, brinquedoteca para crianças até 05 anos, teatro e futebol.

Maia (2006) relata que o apoio concedido aos mais carentes proporciona um diferencial na vida deles e acaba fazendo com que a religiosidade existente inicialmente nos templos saia da esfera privada e as denominações religiosas acabam tendo um envolvimento maior nos campos social e político.

De acordo com dados⁴ divulgados pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM), por meio da Pesquisa Brasileira de Mídias⁵ (PBM 2015), o rádio e a

¹ www.sertaolivre.org

² <http://www.refugio.org.br/como-ong-funciona/>

³ Disponível em: <<http://noticias.r7.com/brasil/fazenda-nova-canaa-ajuda-populacao-no-sertao-baiano-27052013>> Acesso em 21 jan. 2016.

⁴ <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>> Acesso em 08 set. 2015

⁵ Desenvolvida pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, é considerado o maior levantamento sobre os hábitos de informação dos brasileiros. Foi encomendada junto ao Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) para compreender como o brasileiro se informa. Mais de 18 mil pessoas foram entrevistadas entre os dias 5 e 22 de novembro de 2014.

televisão continuam sendo as mídias mais usadas pelos brasileiros. A televisão segue como a mais usada, e 95% dos entrevistados afirmam ver TV sendo que 73% deles têm o hábito de assistir diariamente. Segundo a pesquisa, o tempo que o brasileiro passa em frente a televisão é de 4h31min de segunda a sexta e de 4h14min aos finais de semana. Já o rádio continua sendo o segundo meio de comunicação mais utilizado pela população brasileira com atuais 55%. Segundo a pesquisa 30% dos brasileiros escutam rádio diariamente.

Outro dado relevante é o crescimento do índice de confiança dos brasileiros no que são veiculados nos meios de comunicação. De acordo com a PBM 2015, a alta e permanente confiança na TV chega a 54% dos entrevistados contra 45% dos que confiam pouco ou nada. No caso do rádio, 52% confiam muito ou sempre contra 46% daqueles que confiam pouco ou nada.

Os evangélicos têm por princípio a divulgação de sua fé que deve acontecer por qualquer meio de comunicação, fomentando a postura missionária de proselitismo, ou seja, a simplificação da mensagem para a conversão das pessoas. Segundo Santana (2005, p.58), para a consolidação do contexto, algumas condições auxiliaram na maior aproximação entre os evangélicos e a mídia eletrônica nos últimos anos.

Nessa conjuntura surge a SNT. A denominação alcança milhões de pessoas com a sua mensagem religiosa. A escolha pela SNT deve-se ao crescimento no número de membros em pouco mais de 20 anos de existência graças ao investimento em mídia que segundo a própria denominação foi o principal motivo do crescimento do número de fiéis. Esse número chegou a aproximadamente 1,3 milhão de membros em todo o Brasil e exterior segundo a denominação. Ela é maximizada por um complexo de veículos de comunicação na qual destacamos nesta pesquisa a Rede Gênesis de Televisão e a Rádio Sara Brasil FM. A primeira com alcance em mais de 20 estados brasileiros, 200 cidades e sinal estendido para países como Portugal, Estados Unidos, África e Argentina. A rádio está presente em diversas cidades brasileiras, atingindo o seu público principalmente pela internet através do site www.sarabrasilfm.com.

A capacidade de proporcionar o acesso à mensagem emitida pela SNT através da mídia eletrônica potencializou, de acordo com Pires (2011), o crescimento da igreja ao longo de sua existência, o que redundou de forma inevitável no aumento significativo do patrimônio material da denominação.

A possibilidade de haver uma abertura para as mídias evangélicas no Brasil pode ter sido favorecida por haver uma maior representatividade no poder Legislativo nacional, sendo aproximadamente 33% do total (RIBEIRO, 2014), além da ativa participação da bancada

evangélica⁶ no campo político. Tal afirmação corrobora com o que Maia (2006) destaca quanto a pouca atividade ou evidência no espaço político por parte dos demais grupos religiosos brasileiros – católicos, espíritas ou religiões afro-brasileiras. Nas eleições de 2014⁷, foram eleitos 78 parlamentares evangélicos e, ainda, conquistaram a inédita vaga da presidência da Câmara dos Deputados⁸.

Outro aspecto a ser considerado é a relevância de produções na esfera bibliográfica referente a religiões. De acordo com o *Publishnews* (2015), o livro mais vendido⁹ de 2014 no Brasil foi religioso - *Nada a Perder 3*, do líder da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo – 870.094 unidades vendidas. O bispo Robson Rodovalho, líder da SNT, é autor de 71 livros¹⁰ com mais de um milhão de exemplares vendidos.

Com isso é possível afirmar que o discurso religioso é precioso no cenário nacional, ainda mais por ser um objeto de estudo de diversas ciências, incluindo a da religião e a da linguagem. Tal contexto possibilita a aceitação da doutrina religiosa junto as pessoas e isso acaba exigindo uma discussão e um estudo mais aprofundado para compreensão das estratégias argumentativas.

Do ponto de vista da teoria linguística o tema do discurso religioso permite duas observações importantes: a primeira de Bakhtin, que recrimina o pouco interesse dos linguistas pelo estudo dos usos da linguagem; a outra de Maingueneau, que afirma ser o discurso religioso ‘o parente pobre da análise do discurso’. Considera-se com isto que este tema é relevante sob o duplo aspecto teórico e empírico e ainda porque, concordando com Maingueneau, o discurso religioso faz parte dos ‘discursos constituintes’, juntamente com o científico e o filosófico. (PEÑA-ALFARO, 2005, p.12)

O autor destaca ainda que tal discurso está imbricado na formação sociocultural das pessoas e, por isso, vem ganhando força especialmente no Brasil haja vista que está presente no dia-a-dia de questões políticas e sociais. Segundo Maingueneau (2010), há poucas referências na análise do discurso diferente de outros campos de estudo, dentre eles:

⁶ Oficialmente, as bancadas são "grupos" de deputados de um mesmo partido ou de blocos partidários e as lideranças (governo, oposição e minorias). Informalmente, são chamadas de bancadas a reunião de deputados que têm a mesma origem (bancadas estaduais) ou que defendem a mesma causa (ruralistas, ecologistas, evangélicos, católicos etc.). *A priori*, as chamadas "bancadas informais", justamente por não serem constituídas na formalidade dos processos, não tinham uma lista definida de seus membros – com exceção das bancadas estaduais, pois é fácil identificar o estado de origem dos deputados. (RIBEIRO, 2014)

⁷<<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/02/bancada-evangelica-ganha-forca-inedita-no-congresso-4704350.html>> Acesso em 08 set. 2015

⁸ O presidente da Câmara, Eduardo Cunha, foi membro por mais de dez anos da igreja Sara Nossa Terra. <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/06/1638436-camara-aprova-aumento-de-isencao-tributaria-a-igrejas.shtml>> Acesso em 08 set. 2015.

⁹<<http://www.publishnews.com.br/ranking/anual/0/2014/0/0/>> Acesso em 08 set.2015.

¹⁰<<http://brasileiros.com.br/2013/07/o-fisico-que-virou-bispo/>> Acesso em 08 set. 2015.

[...] na sociologia e na antropologia, onde as abordagens da religião em termos de discurso estão em franco desenvolvimento, o pouco interesse manifestado por esse discurso é ainda notável se se considerar que a dimensão religiosa é essencial em um grande número de conflitos desde início do século XXI. (MAINGUENEAU, 2010, p.99-100).

Nessa pesquisa estabelecemos a relação entre o discurso, a mídia e a religião ou o que chamamos de Discurso Religioso Midiático que corresponde na expressão da língua como ferramenta de comunicação religiosa através do uso dos meios midiáticos, independente de sua formatação – impresso, audiovisual ou virtual. São poucas as pesquisas desenvolvidas sobre esse campo que está gradativamente sendo estudado por diferentes correntes acadêmicas, dentre eles, a comunicação, a sociologia, a filosofia e as ciências da religião.

Estão se tornando cada vez mais óbvias as mudanças existentes nos campos da mídia e da religião nos últimos anos. Hoover (2014, p.48,49) relata que a mídia opera cada vez mais como um mercado e como há mais demanda por religião e espiritualidade, o suprimento das mídias tem aumentado. Tal aumento significa, para o autor, que a religião e a espiritualidade estão cada vez mais disponíveis fora das fronteiras do tradicionalismo, ou seja, dentro dos templos.

A mídia eletrônica da SNT vem acompanhando essa tendência, mesmo possuindo um número menor de seguidores em relação às maiores denominações neopentecostais do Brasil¹¹.

1.3 Referenciais metodológicos

Operacionalmente, desenvolvemos uma pesquisa qualitativa e exploratória. A pesquisa foi descritiva. Ela “tem como objetivo primordial a descrição das características de uma determinada sociedade ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis” (GIL, 2008, p.27). Esse trabalho desenvolveu uma análise das estratégias argumentativas no campo religioso através da mídia eletrônica, pois o crescente investimento das religiões sobre o rádio e a TV pode ser considerado um fenômeno. Tal pesquisa revela que os resultados advêm de observações, de análises, de coleta de dados, além da interpretação destes dados. Este processo aconteceu a partir da investigação realizada por meio dos arquivos decupados a

¹¹ As três maiores denominações neopentecostais brasileiras são, segundo o IBGE (2010) a Igreja Universal do Reino de Deus, a Igreja Mundial do Poder de Deus e a Igreja Internacional da Graça de Deus.

partir de gravações realizadas do programa *Vida com Esperança* na Rádio Sara Brasil FM e na Rede Gênese de Televisão.

É uma pesquisa documental devido ao fato de terem ocorrido análises de documentos, dentre eles revistas, jornais e *sites* com o intuito de coligar os dados baseados nas questões norteadoras. Os documentos analisados tinham como objetivo saber se a SNT conta com algum departamento de comunicação estruturado e se há algum plano de comunicação pré-definido. Entretanto, nenhum dos contatos que realizamos foi respondido e as ligações telefônicas não surtiram efeito. O objetivo do contato era buscar uma entrevista com os responsáveis com o intuito de entendermos o processo de construção do programa analisado. Na falta de comunicação, tal necessidade foi deixada de lado nessa pesquisa.

A pesquisa documental tem como fonte documentos, em especial as gravações, cujos conteúdos não tiveram ainda sério tratamento analítico e ainda são matéria-prima de estudo e análise para outras pesquisas de interesse. Esse trabalho também foi investigativo, pois a pesquisa documental permite a averiguação de determinada problemática não em sua interação imediata, mas de forma indireta, por meio de estudos de documentos ou dados que são produzidos por algo ou alguém e, por isso, segundo Calado e Ferreira, (2004, p.3), revelam o modo de ser, viver e compreender um fato social.

A pesquisa foi qualitativa devido ao fato de laborar com as informações de forma qualitativa e estas não são quantificáveis. “Ao contrário do que ocorre nas pesquisas experimentais e levantamentos em que os procedimentos analíticos podem ser definidos previamente, não há fórmulas ou receitas predefinidas para orientar os pesquisadores” (GIL, 2008, p.175). Tal análise, segundo o autor, não é a última fase do projeto de pesquisa, é sistemático e compreensivo, gera atividades de reflexão, cuja principal ferramenta intelectual é a comparação, sendo uma espécie de síntese de alto nível.

Para uma determinada organização no campo metodológico na análise argumentativa, foram estruturadas Matrizes Discursivas seguindo o que fora desenvolvido por Araújo (2011). Tais análises foram construídas a partir de campos discursivos que registram categorias de análise específicas observadas no discurso religioso midiático. Os textos decupados foram registrados em forma de sequências discursivas originadas nos programas televisivos e radiofônicos e, em seguida, comparados. Os elementos a serem verificados foram: categoria, sequência discursiva, tipologia argumentativa e recursos argumentativos. Tais instrumentos visam ilustrar os elementos discursivos nas mensagens apresentadas na mídia eletrônica da SNT.

O objeto desta pesquisa foi o programa *Vida com Esperança* veiculado na Rádio Sara Brasil FM e na Rede Gênesis de Televisão. O material foi gravado em três datas distintas definidas pelo autor: dia 17 de fevereiro de 2015 com tempo total de três horas, um minuto e 34 segundos. Na ocasião, o programa veiculado na Rádio Sara Brasil FM durou duas horas, dois minutos e sete segundos. Na Rede Gênesis de Televisão durou 59 minutos e 27 segundos. A segunda gravação aconteceu no dia 08 de julho de 2015 com a duração de duas horas, cinquenta e nove minutos e 22 segundos. Na rádio Sara Brasil, o programa foi veiculado por duas horas, quatro minutos e 11 segundos. Na Rede Gênesis foi apresentado por 55 minutos e 11 segundos. Já a última gravação aconteceu no dia 26 de agosto de 2015 com duração total de duas horas, 58 minutos e 11 segundos. Na rádio Sara Brasil conta com uma hora e cinquenta minutos e 41 segundos. Na Rede Gênesis o registro tem a duração de uma hora, oito minutos e 30 segundos.

A primeira gravação foi no dia 17 de fevereiro de 2015, feriado de carnaval. O recorte temático foi definido após várias leituras sobre a postura das igrejas neopentecostais perante datas consideradas seculares, inclusive o carnaval, que é mencionada pelo bispo Robson Rodovalho como a “festa da carne”. Entretanto, ao invés de maldizer da data, o bispo Robson Rodovalho relata em seu *site* pessoal¹² que milhares de pessoas foram transformadas e restituídas durante a festa promovida anualmente pela denominação intitulada “Conferência Arena Jovem”, realizada em Brasília.

A segunda gravação foi no dia 08 de julho. Na data é celebrado o início do que a denominação chama de “Celebração de Inverno¹³”, que é realizada anualmente pela SNT e é considerado o maior evento promovido pela denominação durante o ano. Gravamos o mesmo programa no dia 26 de agosto como uma data qualquer para saber se há alguma estratégia específica desenvolvida pela igreja aos finais de semana.

Com os registros devidamente decupados, realizamos a construção das matrizes e posteriormente a devida análise das estratégias argumentativas. O recorte temático foi definido após sistematizarmos as gravações de acordo com os efeitos produzidos das igrejas neopentecostais no cristianismo seguindo a linha mencionada por Cunha (2007), que aborda o

¹²<http://bisporodvalho.com.br/bispo-robson-rodvalho-entrevista-jovem-sarah-portela-sobre-a-conferencia-arena-jovem/> Acesso em 20 mai. 2015.

¹³ É o maior e o mais importante encontro promovido pela igreja Sara Nossa Terra. Realizado há mais de 20 anos, acontece anualmente durante o mês de julho em três diferentes regiões brasileiras – centro oeste, sudeste e nordeste. A cada ano o encontro possui um nome e uma finalidade. Em 2015, o tema do evento foi “Restituição”. A média de participantes no evento chega a aproximadamente 40 mil pessoas e conta com a presença de pregadores, sejam pastores, preletores nacionais e estrangeiros, além de bandas ou cantores do segmento evangélico. Para participar é necessário um investimento financeiro. <<http://celebracaosaranossaterra.com.br/>> Acesso em 08 set.2015.

desenvolvimento de uma prática religiosa avivalista, ou seja, que possui ênfase emocionalista. Destacamos a “intensificação da guerra espiritual contra as potestades do mal, a pregação da Teologia da Prosperidade¹⁴, a libertação da ética comportamental restritiva a santidade e a estrutura administrativa empresarial”. (CUNHA, 2007, p.184).

Essa estrutura possibilitou determinarmos os temas que analisamos para cada mensagem apresentada nos programas gravados, sendo eles: a) *dízimo e oferta*, b) *mudança de vida/restituição*; c) *Libertação*; d) *Prosperidade*; e) *Parceiros de Deus*. Com os registros devidamente decupados, realizamos a construção das matrizes e posteriormente inserimos comentários com a devida análise das estratégias argumentativas. Todos os programas foram analisados para a retirada de sequências discursivas utilizadas em nossas análises observando a recorrência de estratégias argumentativas com o intuito de elencarmos a respeito dos temas.

Escolhemos estes tópicos por serem características comuns ao conteúdo analisado. Afinal, Discini (2008, p.35) afirma que “se é por meio do exame da totalidade de enunciados que se obtém o efeito de individualidade, texto considerado para análise de um estilo deve ser entendido como uma unidade correlata a uma totalidade”. Ela ainda reitera que ao analista compete recuperar a totalidade como unidade para ter fundamentado o efeito de identidade.

Outro detalhe da metodologia desse trabalho é a inserção de sequências discursivas ao longo dos capítulos que servem como exemplificação, além das análises a serem apresentadas. Estas sequências foram extraídas do *corpus* gravado e estão inseridas no anexo dessa dissertação.

1.4 Sujeitos da pesquisa

Na sequência informaremos os sujeitos que marcam a composição do *corpus* da análise deste trabalho:

1.4.1 Robson Rodovalho

Fundador e presidente da SNT. Físico, com especialização em ressonância magnética nuclear, teólogo, filósofo, pesquisador e conferencista internacional sobre temas relacionados

¹⁴ Oriunda dos Estados Unidos surgiu na década de 1940 e é conhecida segundo Mariano (2005, p.28) como Confissão Positiva. Esta crença refere-se a uma condição de que todos os cristãos detêm o poder – prometido na Bíblia através do sacrifício de Jesus Cristo – de trazer a existência o que declaram, decretam, confessam ou determinam com a boca em alta voz, chamando coisas à existência material a partir do adágio franciscano “é dando que se recebe”. Tal teologia, de acordo com o autor, apresenta a condição de que o cristão está destinado a ser próspero materialmente, saudável, feliz e vitorioso em todos os empreendimentos terrenos.

à liderança, gestão e física quântica. Só em 2014, segundo o *site* oficial¹⁵ da denominação, ministrou mais de 200 palestras. Recebeu disco de ouro pelo CD “Sara Nossa Terra Por Favor”, com mais de quarenta mil cópias vendidas. Ganhou ainda troféu no evento “Memorial da adoração pela música”. “Faz o meu milagre” foi a música mais pedida na Rádio Sara Brasil FM.

Publicou centenas de livros, dentre eles “Batalha Espiritual” que vendeu mais de 1 milhão de cópias. Outro sucesso de vendas foi o livro “Ciência e Fé” que por semanas ficou no *ranking* da revista *Veja* como o mais vendido do Brasil. “Batalha Espiritual” levou o prêmio Aretê de Literatura. É o fundador e presidente da Rede Gênesis de Televisão e da Rádio Sara Brasil. É apresentador de televisão, casado, pai e avô.

1.4.2 *Lúcia Rodovalho*

É presidente da SNT e casada com o bispo Robson Rodovalho. Tem feito, segundo o seu próprio blog¹⁶, um trabalho expressivo de evangelismo pelo Brasil e mundo. Nascida em Goiânia, é mãe de três filhos e avó de cinco netos. Seu ministério é marcado na área das emoções, fé e aconselhamento, no qual trabalha a mais de 20 anos, dando ênfase na formação e reconciliação da família. É conferencista e viaja pelo mundo ministrando palestras em igrejas e convenções. Já publicou vários livros, dentre eles: “Seja Feliz” e “Reconstruindo sua vida emocional”. Graduada em Psicologia pela Universidade Católica de Brasília (UCB), em Teologia, possui Doutorado em Filosofia e é especialista em terapia familiar. Em 2003, fundou um dos ministérios jovens mais significativos do país, o “Arena Jovem”.

1.4.3 *Saulo Quaresma*

É líder da SNT no bairro da Saúde localizado na cidade de São Paulo e também é apresentador do programa *Vida com Esperança* na Rádio Sara Brasil FM.

1.4.4 *Jean Fanurakis*

¹⁵ www.saranossaterra.com.br

¹⁶ O blog pode ser acessado em www.bisपालucia.com.br/perfil

É pastor da SNT em São Paulo e apresentador titular do programa *Vida com Esperança* na Rádio Sara Brasil FM

1.5 Organização do trabalho

Essa dissertação é composta pelos seguintes capítulos: “Considerações iniciais”; “Protestantismo: lapsos históricos e a interação com a mídia”, “Sara Nossa Terra”, “A interface mídia-religião-poder-consumo”, “O discurso midiático religioso e a argumentação”, “Estratégias argumentativas no discurso midiático neopentecostal”, “Considerações Finais”; “Referências bibliográficas” e “Anexos”.

Nas considerações iniciais abordamos as questões do trabalho, o embasamento teórico, os objetivos e a motivação dessa pesquisa. Descrevemos os procedimentos metodológicos usados para a análise dos dados e apresentamos o *corpus* desse estudo, a forma que realizamos a coleta dos dados que foram gravados, transcritos, decupados e analisados para a construção dessa dissertação, os sujeitos e a organização dessa pesquisa.

O segundo capítulo descreve a história da Religião Protestante, a evolução desta corrente religiosa desde o seu surgimento na Alemanha com as teses de Martinho Lutero no século XVI até as posteriores divisões ou ramificações na Europa, Estados Unidos e no Brasil com destaque ao Pentecostalismo e ao Neopentecostalismo. Ao final são apresentadas informações sobre o uso dos meios de comunicação por esses grupos religiosos derivados do Protestantismo, com ênfase nos neopentecostais, especialmente nos seus anos iniciais.

O terceiro capítulo é intitulado “Sara Nossa Terra”. Nele apresentamos a história da denominação, a doutrina e as atividades evangelísticas desenvolvidas. Relatamos a história e o perfil de sua liderança, além dos meios de comunicação comandados pela denominação, com destaque para a Rede Gênesis de Televisão e para a Rádio Sara Brasil FM, enfatizando o *corpus* desta pesquisa, o programa *Vida com Esperança*.

Após descrever a religião que dá origem a SNT, além da própria denominação em si, o quarto capítulo dessa dissertação trata da interface entre a mídia, a religião, o poder e o consumo. Nele, abordamos a influência dos meios de comunicação no campo religioso, realçando a mídia eletrônica – o rádio e a televisão – as mudanças relativas a interação entre a religião e as pessoas por meio da midiaticização que acabou gerando a Religião Midiática ou Igreja Eletrônica. Destacamos também o poder que a mídia exerce no consumo dos discursos religiosos e o foco que a religião evangélica busca junto ao seu público.

No quinto capítulo, intitulado como o “Discurso religioso midiático e a argumentação” apresentamos as teorias relativas à argumentação, às estratégias argumentativas, os tipos de argumentação, os elementos argumentativos existentes na gramática da língua, entre outros. Aproveitamos nesse capítulo para falar da diferença entre convencer e persuadir, já que a mídia eletrônica da SNT impõe pela argumentação a confiança em Deus, e desejam que os fiéis venham acreditar em suas palavras e, por meio da condicionabilidade, tomem atitudes.

O sexto capítulo “Estratégias Argumentativas no discurso religioso midiático neopentecostal” apresenta a verificação e os exames analíticos que fizemos dos programas coletados por meio das Matrizes Discursivas com as devidas interpretações de acordo com as teorias estudadas. Apresentamos a tipologia argumentativa e os recursos argumentativos presentes no *Vida com Esperança* que levam à adesão dos fiéis às mensagens veiculadas na mídia eletrônica da SNT.

Nas “Considerações finais” retomamos os objetivos, elucidamos os resultados das análises e pontuamos as conclusões a respeito do que foi pesquisado. Fechamos, na sequência, com as referências e os anexos.

2 O PROTESTANTISMO: LAPSOS HISTÓRICOS E A INTERAÇÃO COM A MÍDIA

Falar do protestantismo implica em tratar de uma filosofia de vida que permeia a história, a literatura, a arte, a filosofia e a arquitetura, conforme afirma Gaarder (2000). A corrente deriva-se do cristianismo que é atualmente a maior religião do mundo com mais de 2,4 bilhões de adeptos¹⁷.

De acordo com Gaarder (2000, p.15), foram registradas diversas formas de religião ao longo da história. O homem viu, primeiramente, que as coisas ao seu redor eram animadas, pois acreditava que os animais, plantas, rios, estrelas, as montanhas, o sol e a lua continham espíritos, o que o antropólogo influenciado pela teoria de Darwin sobre a evolução, E.B.Tylor chamou de *animismo*. O autor relata que a humanidade e a religião caminharam de forma paralela seja nos aspectos cultural como no tecnológico. A religião, para ele, é um elemento independente que possui ligações com elementos sociais (política e Estado) e com o elemento psicológico (atender os anseios individuais das pessoas). Foi direcionado ao politeísmo – crença em vários deuses – e ao monoteísmo – crença em um só deus. Para Gaarder (2000), existiram e existem vários pesquisadores que estudam a religião como um produto de fatores sociais e psicológicos.

Ao longo da história muitos estudiosos tentaram definir a Religião. O problema é que tal tentativa passa pela possibilidade de que as religiões que existem no mundo podem ser comparadas e, por consequência, uma provável definição “independente” poderia proporcionar a satisfação de uma parte da população, gerando assim diferentes pontos de vista. Gaarder (2000, p.16) relata que, ao invés de determinarem uma definição específica, os estudiosos acabam encontrando definições de acordo com suas respectivas opiniões. Friedrich Schleiermacher (1768-1834) afirma que a religião é um sentimento ou uma sensação absoluta de dependência. O autor ainda citou Helmuth Von Glasenapp (1891-1963) que diz que a religião é a convicção de que existem poderes transcendentais, pessoais ou impessoais que atuam no mundo e se expressam por *insight*, pensamento, sentimento, intenção e ação.

Sendo um componente social e expressão cultural, é interessante ressaltar que as realidades humanas por mais complexas e mutantes que sejam são construídas pelos seres humanos e, diferentemente dos animais, precisam atribuir sentido e valor a suas ações, especialmente quando se veem obrigados a observar e interpretar uma situação, a escolher entre alternativas, a decidir entre elas. Há aproximadamente três séculos e com grande

¹⁷<<http://super.abril.com.br/blogs/superlistas/as-8-maiores-religoes-do-mundo/>> Acesso em 05 ago. 2015.

lucidez, Vizer (2006) destaca que Pascal o sintetizou vividamente ao qual relata que o coração tem razões que a razão não compreende. As ações dos indivíduos em sociedade não são aleatórias, mas também não determinadas. A própria cultura produz os códigos que regulamentam as crenças e as práticas que fazem possível a vida em sociedade.

O papel do cristianismo na civilização, especialmente a ocidental, tem sido estreitamente interligado com a formação da história e da sociedade. A propagação da mensagem cristã por quase 1500 anos ficou por conta da Igreja Católica Apostólica Romana e pela Igreja Ortodoxa que exerciam uma influência direta por meio de uma abordagem oral, face a face, sem o uso de qualquer instrumento ou meio de comunicação específico.

Campos (2008) chamou essa primeira fase da difusão do cristianismo de “fase da oralidade”. Outras duas fases marcam a difusão do cristianismo nos séculos posteriores. O autor chama de “fase da imprensa” e “fase da mídia eletrônica”. A nossa atenção se detém exclusivamente nesta última fase por ser um fenômeno significativo porque, para Campos (2008), muitos movimentos cristãos advogavam até recentemente o abandono da sociedade.

O século 21 teve início há pouco mais de uma década. Resgatar a história do protestantismo desde os seus primórdios até o uso da mídia por essa corrente religiosa serve para compreender a revolução que houve principalmente se pensarmos a mídia eletrônica – rádio e TV – como referências de veículos de comunicação do protestantismo, especialmente a partir do século 20. Foi um período de transformações no campo religioso e no campo social.

Vivemos uma transformação do mundo que está sendo acompanhada pelas igrejas. Dentre os eventos sociais mais marcantes, destacamos a queda do muro de Berlim – comunismo que foi derrubado, ou seja, um símbolo de divisão político, ideológico e econômico do mundo – decretando assim o triunfo do capitalismo e do mercado. A referida queda também representou o fim barreiras de mercado, promovendo o neoliberalismo e a globalização. A partir de então houve a possibilidade de ampliação das ideias tecnológicas e a mídia passa a ser elemento promotor dessa nova ordem social.

Os meios de comunicação até então eram “emperrados”, fechados pelos governos, altamente policiada. Segundo Samways (2003, p.04), ao tomarem o governo em 1964, os militares precisavam garantir a legalidade e a imagem de um bom governo perante a população. O controle a imprensa foi ampliado para impedir que os contrários ao regime se manifestassem ou soubessem dos atos autoritários e repressivos do governo de então. Para o autor, o Ato Institucional nº5 (AI-5) foi uma forma de centralizar o poder no Executivo,

independente do Legislativo e isso foi determinante na veiculação de programas nos mais variados campos, incluindo o religioso.

Samways (2003) relata que a partir da década de 1980, com o fim da ditadura, os meios de comunicação auxiliaram na propagação da globalização, do mercado e da difusão da informação. O mundo passou a entrar nas casas das pessoas. As igrejas não ficaram fora disso e acompanharam esse processo vivenciando as transformações tecnológicas, tornando possível a religião acompanhar essa evolução no campo midiático.

É essencial compreendermos que a ênfase da argumentação no discurso religioso por meio da mídia eletrônica é consequência de um processo histórico de protestos¹⁸ que tem seus primeiros registros na Europa no século XVI. Veremos, neste capítulo, a trajetória histórica da religião responsável pela expansão do cristianismo via meios de comunicação. Paralela a esta apresentação, veremos como a mídia fomentou o desenvolvimento do protestantismo que sofreu mutações em suas posições teológicas e o que isso influenciou na propagação do discurso religioso.

Com a apresentação destes registros históricos, não pretendemos esgotar o tema e nem mesmo acreditamos na completude das informações registradas. Pretendemos aqui apresentar um olhar mais pontual, devidamente selecionado, com apresentação de sequências discursivas retiradas do *corpus* que analisamos com um recorte especificamente voltado para o nosso objeto de estudo que é a argumentação.

2.1 Os protestos na história e os lapsos do “tornar comum”

Na segunda metade do século XVI surgiu uma influente vertente do cristianismo que cresceria para rivalizar com o catolicismo ortodoxo e com o catolicismo romano sendo, por consequência, o terceiro grande ramo religioso na Europa.

O Protestantismo ganhou o seu nome, segundo Liberty (2000), do documento de protesto editado em 1529 por representantes de 14 cidades e seis príncipes no sul da Alemanha. O primeiro princípio da então nova religião era, segundo Liberty (2000), de que a voz divina é uma autoridade superior a qualquer autoridade humana. O segundo princípio é de que só a consciência justifica a contrariedade a certos decretos oriundos da igreja. O confronto

¹⁸O dicionário Michaelis afirma que “protesto” vem de *latprotestari* que significa afirmar solenemente e categoricamente. Consiste em uma forma de manifestação democrática, pública ou reservada que demonstra o descontentamento em relação a alguma coisa. As pessoas que protestam contra algo, normalmente não estão de acordo ou satisfeitas com uma determinada atitude ou ação. <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=protestar>> Acesso em 01 out.2015.

entre o fundador da religião protestante, o monge agostiniano Martinho Lutero – que publicou 95 teses propondo uma reforma nas práticas católicas – e a igreja romana acabou incentivando a realização do protesto.

[...] duas coisas ocupam o âmago da tradição protestante: uma é a confiança na autoridade da escritura. Este antigo conjunto de escritos esclarece o modo de vivermos o mundo. O segundo do âmago e cerne do movimento protestante tem sido a convicção de que nós somos perdoados embora sejamos imperdoáveis. Que não precisamos merecer a nossa salvação. Ela é dada de graça como um dom. Nós temos a liberdade de sermos o que somos¹⁹.

Se pensarmos no protesto como uma postura, podemos afirmar que o protestantismo nasceu de um ato argumentativo. Segundo Campos (2004), o protestantismo teve um início modesto que tratou de algumas adversidades existentes na estrutura da igreja e do Estado e o seu primeiro grande líder chegou a apelar para que os seguidores ficassem atentos contra as autoridades eclesiásticas. Por outro lado, ele alertou os mais radicais de que não se poderia permitir qualquer visão teológica.

Com a invenção da imprensa anos antes, o livro sagrado dos cristãos – a Bíblia – tornou-se mais disponível às pessoas, dando início então a “fase da imprensa”. A acessibilidade possibilitou, segundo Mariano (2005), que muitos seguidores e cristãos passassem a analisar por conta própria o contexto e sentido das palavras contidas na Bíblia. A primeira geração de protestantes, segundo o autor, não chegou a um acordo, mas tinham o intuito de convencer com que os seguidores tivessem as mesmas convicções teológicas.

A visão da corrente criada por Lutero é de que todas as pessoas têm acesso direto a Deus e que não precisavam da mediação de um sacerdote. Lutero defendeu algo parecido ao proclamar que todos os cristãos batizados são sacerdotes²⁰. Assim, cada pessoa era obrigada a se preocupar com que estava correto ou falho em matéria de fé. Lutero tinha interesse em examinar a naturalidade da vida religiosa. Ele argumentava, segundo Mariano (2005), que qualquer trabalho honesto feito a serviço de Deus era considerado um exemplo de vida religiosa. O monge também defendia que todas as vocações eram iguais perante Deus.

Campos (2004) reitera que a Bíblia foi traduzida para as línguas vernáculas e foi impressa e distribuída para leitura e interpretação. O autor afirma que os seguidores do protestantismo a partir de Lutero consideravam a Bíblia Sagrada uma “fonte e autoridade da

¹⁹YOUTUBE, História do Protestantismo. 2000. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UIrxe9r33EQ>>. Acesso em: 17 jul. 2015.

²⁰ Disponível em: <<http://www.todareligiao.com.br/cristianismo-protestante/>> . Acesso em 15 ago.2015.

fé”, pois ao mesmo tempo era um livro que o povo crente²¹ precisava para se aproximar mais da palavra divina, além de ser o centro da religiosidade e da veneração a Deus, seja de forma individual ou coletiva.

Segundo o estudioso, a maioria dos primeiros protestantes acreditava que seria necessário haver pastores²² ou líderes que desenvolvessem tarefas em prol dos fiéis. Os pastores, desde então, foram referências na comunidade protestante. Para os primeiros protestantes, a Bíblia não era para ser compreendida, mas sim vivenciada ou praticada. Tornou-se mais importante do que nunca que os leigos soubessem ler e que fossem levados a conhecerem detalhadamente ou minimamente as doutrinas básicas do cristianismo.

Portanto, ao longo da história protestante, a partir do advento da imprensa, as mensagens tinham uma conotação maior de conduta ética ou focada no sermão, tendo como primeiros difusores as quatro primeiras correntes protestantes: o Luterano, Reformado, Radical e o Anglicano. Ao longo dos anos eles se subdividiram em novas correntes que veremos adiante.

2.2 Os diferentes movimentos protestantes

Campos (2004) e Mariano (2005) relatam que o primeiro dos movimentos protestantes foi o Luterano. Ele começou quando o monge Martinho Lutero em 1517 pregou 95 teses na porta de sua igreja em Vitemberg, no interior da Alemanha. Os Luteranos se basearam na experiência particular vivida pelo monge Lutero e eles foram determinantes na criação de um novo entendimento de fé que até então era predominantemente católico na linha romana e ortodoxa. Segundo Mariano (2005), Lutero insistia que as pessoas eram incapazes de serem virtuosas sozinhas, pois eram humanas. Para o religioso, a integridade vem unicamente de Deus com o perdão dos pecados²³. Durante os cultos, Lutero manteve mais elementos da missa católica tradicional do que os outros grupos protestantes.

²¹ Aqui mencionamos “crente” sendo uma afirmação de quem acredita em Deus, não necessariamente a uma corrente religiosa.

²² Segundo Allan (2008, s/p) pastor é uma palavra comum na Bíblia que se refere aos pastores de ovelhas, ou seja, aqueles que devem proteger, guiar e alimentar as ovelhas.

²³ Pecado é, segundo Gaarder (2000, p.161), um conceito religioso. Para ele, ser pecador, corresponde a uma vida imoral do ser humano do ponto de vista de Deus, mesmo sendo uma pessoa decente em termos humanos. O autor ainda destaca que o pecado é o desejo humano de autossuficiência, de conseguir viver sem Deus. Ele ainda reitera que o pecado é falta de benevolência e é algo que leva ao egoísmo e ao egocentrismo ou o que Martinho Lutero chamava de *incurvatus in se* – encurvado em si mesmo. Para os cristãos, inclusive os Protestantes, o pecado fica “no coração” ou na vontade maligna do homem. No Novo Testamento, de acordo com o autor, pecado é derivado do grego *hamartia* que corresponde “trapacear o próprio destino”.

O autor afirma que Martinho Lutero acreditava que alguns rituais eram ultrapassados. Dentre as principais mudanças doutrinárias implementadas pelo monge em relação à Igreja Católica Romana foi o descarte de alguns sacramentos, dentre eles a crisma, a penitência, ordem e matrimônio e a unção dos enfermos. Para Lutero esses dogmas não possuíam respaldo bíblico. Já as igrejas reformadas aplicavam esse princípio de formas diversas, mas eles eliminaram mais liturgias católicas do que os Luteranos.

A arte era muito importante nas igrejas antes da reforma. Muitas pessoas não sabiam ler. O latim usado nas missas não era compreendido pelas pessoas. Os fiéis se sentavam no santuário sem saber verdadeiramente o que ocorria, não participavam ativamente da missa e a arte que eles podiam observar, lendo as figuras que estavam nos vitrais, nas pinturas ou estátuas se tornou muito importante para eles. Infelizmente para alguns a arte tornou-se mais importante do que aquilo que era representado e isso foi parte da crítica da reforma. Queriam fugir disso, dos que louvavam mais a obra de arte do que o seu tema. Foram destruídas muitas peças incríveis na Reforma. Algumas pessoas assumiram que o único meio de cura estava na destruição de toda a arte e isso foi muito triste. (MARIANO, 2005, p.111)

Não havia para eles um modelo bíblico para o governo da igreja. O pastor francês João Calvino achou, segundo Gaarder (2000), seu modelo em uma ordem de ministérios de quatro frentes que ele dizia ter sido instituída por Jesus. As quatro ordens eram *Pastor, Doutor (professor), Ancião e Diácono*.

Muitas diferenças teológicas, segundo o autor, impediram que os Luteranos e a comunidade Reformada cooperassem entre si. A questão que mais causava a divisão era a Comunhão. Para Lutero, a comunhão era algo secundário ao serviço da Palavra²⁴ e a sugestão era que a ceia fosse celebrada a cada três meses. Isso acabou deixando incoerente o seu próprio desejo de manter os dizeres da Bíblia e o sacramento²⁵ juntos no culto diário. Os reformados também recebiam os elementos²⁶ assentados ao invés de irem até a mesa. Esses movimentos reformados, de acordo com Cunha (2007) surgiram no continente europeu, depois nos Estados Unidos e em outras regiões do mundo ao que ela chama de Protestantismo Histórico de Migração ou o que denominamos como PHMIG.

A primeira grande divisão protestante surgiu dos Radicais. Havia quatro tipos de radicais, segundo Mariano (2005): os *teocratas revolucionários, os espiritualistas, os anti-*

²⁴YOUTUBE, História do Protestantismo, 1998, *loc.cit.*

²⁵ Segundo Stigar (2014, s/p) consiste em um sinal ou gesto divino instituído por Jesus Cristo. De acordo com o autor, o Espírito Santo prepara para a recepção dos sacramentos por meio da Palavra de Deus e da fé, daqueles que acolhem nos corações. O fruto da vida sacramental é ao mesmo tempo pessoal e eclesial. Por um lado, este fruto é para cada fiel, uma vida para Deus em Cristo Jesus; por outro, é a para a Igreja crescimento na caridade e em sua missão de testemunho.

²⁶ Os elementos simbolizam o pão e o vinho apresentados por Jesus no momento da última ceia que ele tomou com os seus discípulos antes de ser preso e, posteriormente, condenado a morte. <<http://www.orvalho.com/a-ceia-do-senhor-por-luciano-subira/>> Acesso em 05 out.2015

trinitários e os anabatistas. Os Teocratas e os Espiritualistas surgiram no início da reforma alemã.

Outro grupo de Radicais eram os *Antitrinitários*. O mais famoso deste grupo foi o filósofo e médico espanhol Miguel Cervetto por volta do século XVII. Ele foi, de acordo com o autor, preso em Genebra em 1553 pelas autoridades civis, julgado por heresia e condenado à morte. O nome *Anabatista* foi, segundo Campos (2004), uma palavra criada pelos oponentes desse grupo, que significa “rebatizador” e é usado para os que acreditam que o batismo não é para crianças, mas sim apenas para aqueles que confessam a sua fé. Tal postura é praticada por diversas denominações atualmente, dentre elas, a SNT.

Os *anabatistas* foram presos, banidos ou executados em graus variados ao longo dos séculos XVI e XVII. As razões legais para essa perseguição eram a violação da lei civil, rebelião e heresia. A perseguição foi ampla o bastante para criar entre eles um sentimento de igreja de mártires. Atualmente, eles estão caracterizados como sendo remanescentes de grupos intitulados *huteritas, menonitas e amishes*.

O surgimento da igreja Anglicana aconteceu, segundo Campos (2004), em 1534 quando o Rei da Inglaterra, Henrique VIII, por meio do decreto emitido pelo parlamento decidiu torná-lo autoridade suprema da igreja naquele país. A Inglaterra foi, de acordo com o autor, de maioria católica e isso foi visto como o início do protestantismo naquele país. Outros, para o autor, viram a Igreja Anglicana uma continuação da Igreja Católica. Desde então, a igreja inglesa só tinha uma autoridade local: o rei.

Para aqueles que a viam como continuação da igreja católica, a igreja na Inglaterra se tornava um meio termo entre o protestantismo e o catolicismo romano. De acordo com Mariano (2005), o protestante Thomas Kramer ajudou a resolver o problema de Henrique VIII ao propor que a questão fosse colocada não ao papa, mas aos teólogos das universidades. O primeiro livro de liturgia comum escrito em 1549 e revisada em 1552 fora, em grande parte, obra do protestante Thomas Kramer.

Liberty (2000, s/p) afirma que em 1533, Kramer se tornou arcebispo. Em 1553 o catolicismo foi restaurado na Inglaterra quando Maria, filha de Catarina e adepta do catolicismo romano tornou-se rainha. Kramer, segundo o documentário, foi torturado e queimado na estaca juntamente com uma centena de outros protestantes. Os que sobreviveram fugiram, de acordo com o documentário, para a Europa continental, especialmente para cidades protestantes como Estrasburgo, Frankfurt e Genebra. O documentário ainda afirma que em 1558, com a morte de Maria, a filha da segunda esposa do rei Henrique VIII, Isabel

subiu ao trono e se colocou ao lado dos protestantes, possibilitando assim a volta do protestantismo ao país.

Entre aqueles que divergiam do padrão anglicano estava um grupo chamado de *Puritanos*. Eles surgiram em parte de uma disputa sobre o governo da igreja. Uma das primeiras discórdias para Liberty (2000, s/p) envolvia a continuação do uso de vestes ou itens usados pelos pastores nas cerimônias do culto. Alguns desses puritanos da Inglaterra podiam ser, segundo Mariano (2005), chamados de *Presbiterianos*. Os puritanos refletiam sobre o peso do pecado, sua resolução e a necessidade de Deus para suscitar uma conversão²⁷ de uma alma individual. Eles acreditavam que a verdadeira igreja de Deus não dependia de bispos e tal grupo estava comprometido a um ministério culto voltado exclusivo para o anúncio dos dizeres bíblicos na pregação. Os puritanos, mais tarde, segundo Liberty (2000, s/p) vieram a ser chamados de *independentes* e depois de *congregacionalistas*. Alguns independentes praticavam o batismo nos crentes adultos e ficaram conhecidos como *Batistas*.

No século XVIII alguns protestantes reformistas e luteranos se queixavam, segundo Liberty (2000, s/p) do caráter da fé e da vida religiosa que surgia dos esforços que competiam para definir a ortodoxia. Esses críticos foram chamados *Pientistas*. O pientismo gerou uma grande quantidade de atividade prática como a atenção a questões sociais como a educação, auxílio aos pobres, abolição da escravidão e a temperança. O experimento religioso inglês terminou quando a monarquia inglesa foi restaurada por Carlos II em 1660 e a religião anglicana foi reestabelecida. Os protestantes fora da igreja inglesa ficaram oficialmente conhecidos como *dissidentes*.

O ressurgimento evangélico ocorreu, de acordo com Mariano (2005), em circunstâncias diferentes na Europa, na Grã Bretanha e nas colônias britânicas na América. Ele decifrou quatro propriedades da religião evangélica. a) seu interesse na conversão ao cristianismo baseado na crença de que vidas precisam ser mudadas. b) a mensagem do evangelho expressa no esforço tanto pessoal quanto social. c) a grande consideração pela Bíblia; d) a visão evangélica da expiação enfatiza que não basta reverenciar Jesus como líder espiritual. Ele, na verdade, é para os evangélicos um salvador que foi sacrificado na cruz pelos pecados da humanidade.

Uma das correntes protestantes mais conhecidas do século XVIII foi fundada e liderada pelo pastor anglicano John Wesley. O entendimento dele da tarefa e mensagem cristã

²⁷ A escolha de uma nova crença. (GERASIMENKO, 2011). Disponível em <<http://delas.ig.com.br/comportamento/conversao-religiosa-a-escolha-de-uma-nova-crenca/n1596848528951.html>> Acesso em 27 ago.2015.

refletia em vários aspectos quanto aos ideais do pietismo²⁸. O movimento de Wesley focava na renovação das instituições existentes até então com o intuito de estabelecer uma nova instituição religiosa. Ele trabalhava diretamente com leigos e pregava uma vida mais santa e menos teológica, ou seja, Wesley visava uma vida de acordo com os princípios cristãos e não tão voltada para as liturgias e para os estudos.

Mas em alguns pontos, Wesley foi muito além do que os pietistas tinham praticado. Ele acreditava que todas as pessoas têm um papel na salvação²⁹ dos não crentes. Se a questão fosse que a graça de Deus era oferecida a alguns ou a todos, Wesley entrou em discórdia com os calvinistas. “Não foi uma revolta doutrinária com a igreja da Inglaterra; mas como havia grande divergência entre os membros dessa igreja, acabou ocorrendo uma separação” (GAARDER, 2000, p.219).

Pela sua crença na graça divina universal que era para todos e em todos, ele propagou a mensagem do amor redentor de Deus por todas as pessoas. Gaarder (2000) relata que Wesley juntou as pessoas em pequenos grupos, educou-as na fé e as enviou para a América para continuar aquele movimento. Ele não tinha intenção de criar uma nova igreja. O religioso estava interessado em espalhar a santidade das escrituras. O líder religioso morreu em 1791. Durante a sua vida, segundo Liberty (2000, s/p), o movimento metodista permaneceu enquanto parte da igreja anglicana. Após a morte de Wesley, aos poucos o Metodismo se tornou uma religião à parte.

O cristianismo, atualmente, está dividido em muitas comunidades eclesiais, com organizações distintas, ordens, doutrinas e atitudes sociais. Segundo Gaarder (2000, p.194), a igreja permaneceu única e sem divisão até o ano de 1054. Como abordamos anteriormente, com a Reforma Protestante surgiram novas igrejas que destacaram diferentes aspectos do evangelho cristão, no qual destacamos os calvinistas, os presbiterianos, os metodistas, batistas, os *quackers* e os pietistas. A Bíblia, para o autor, não conta com orientação sobre organização eclesial e, sendo assim, cada comunidade construiu uma forma própria de se organizar. Uns valorizam a denominação em si, outros valorizam os testemunhos ou

²⁸ Costa (1999, p.05) analisou a *Pia Desideria* de Spener que é a obra que marca o nascimento do pietismo que apresenta os seus principais ideais: a) Experiência religiosa que é preponderante na vida do crente; b) o Biblicismo, sendo que o padrão doutrinário precede da Bíblia; c) o Perfeccionismo que foca no desenvolvimento espiritual, a proclamação do Evangelho e com a prática social do socorro aos necessitados; d) a Reforma na igreja com foco na quebra da sonolência espiritual e da prática das coisas mundanas.

²⁹ Gaarder (2000, p.181) destaca que a salvação, segundo a Bíblia, é a libertação do poder que o pecado exerce sobre o homem. Outra expressão, segundo o autor, que pode caracterizar a “salvação” é a liberdade, referindo-se aos dizeres bíblicos existentes em João 8:36 - “Se, pois, o Filho vos libertar, sereis, realmente, livres”, em 1 Coríntios 9:1 - “Não, sou porventura, livre?”, além de Gálatas 5:1, onde Paulo menciona - “E para a liberdade que Cristo nos libertou”.

experiências religiosas, além de apresentarem questões morais. Mesmo com os contrastes, a maioria das denominações cristãs conta com um fundamento em comum – a Bíblia.

Com a prensa de Gutemberg, a posterior tradução da Bíblia para diversos idiomas, a maior distribuição do livro sagrado dos cristãos para as populações, a conseqüente expansão do Protestantismo na Europa e na América exigiram um amplo potencial comunicativo. Os meios de comunicação, anos depois, possibilitaram que essa religião que protestava práticas católicas tivesse maior acesso para espaços até então monopolizados pela Igreja Católica Apostólica Romana, inclusive no Brasil.

2.3 A Comunicação da religião e a religião da comunicação

O ser humano sempre buscou formas de se esvair da realidade, seja por meio de práticas reflexivas ou por meio de rituais religiosos. Tal busca pela fuga de condições imediatas de vida, por algo que ultrapasse o que já passou o aqui e agora, propondo a preparação de um futuro mais promissor, acabou motivando a busca por formas de mediação entre para com o mundo do além-consciência. Contrera (2005) enfatiza que a evasão da realidade atualmente, após a popularização da mídia eletrônica, fomentou em uma busca cada vez maior pelas religiões. E várias correntes protestantes perceberam isso.

Fazendo um recorte da história do cristianismo, Campos (2008) relata que décadas após a morte de Jesus apareceram os Evangelhos, relatos históricos³⁰ por meio da hagiografia³¹, e as epístolas dos apóstolos, que, em sua maioria, reconfiguravam os seus ensinamentos. Nesse sentido, a comunicação de Jesus era inovadora e focava essencialmente a oralidade. Em *Antiguidades*, Josephus relata sobre Jesus de Nazaré e seus dizeres são considerados raros, pois é o único documento extra bíblico da época de Cristo. Segundo

³⁰ Berti (2011, s/p), afirma que um dos historiadores que desenvolveram relatos históricos acerca de Jesus sem a devida menção bíblica foi o judeu Josef Ben Mathias, conhecido em latim como *Flavius Josephus*. Nascido em Jerusalém em 37 d.C e morto em Roma em 103 a.C, ele era conhecedor das escrituras sagradas judaicas, do velho testamento e das tradições do seu povo. Ele afirmava que Jesus era um homem de qualidades exímias, mestre sábio e autor de fatos miraculosos. Josephus também desenvolveu escritos sobre João Batista, Herodes, Pilatos, os imperadores Agripa, Felix e outros.

³¹ O termo hagiografia é de origem grega (*hagios* - santo; *grafia* - escrita). Hagiografia seria como uma “biografia”, que consiste na descrição da vida – milagres – morte – canonização – culto de algum santo, beato, virgem, um abade ou demais servos de Deus proclamados por algumas igrejas cristãs, devido a sua vida e pela prática de virtudes cristãs. É o ramo da História da Igreja dedicado à vida e culto dos santos. Também esse estudo é visto em outras religiões como Budismo e Islamismo, acerca de homens e mulheres cujas biografias interessam ao culto ou à crença dos mesmos.

Berti³² (2011) a parte que cita Jesus está em Antiquidades 18:3,3. Veja o que o historiador disse nesse documento sobre Jesus:

Nesse mesmo tempo apareceu Jesus, que era um homem sábio, se todavia devemos considerá-lo simplesmente como um homem, tanto suas obras eram admiráveis. Ele ensinava os que tinham prazer em ser instruídos na verdade e foi seguido não somente por muitos judeus, mas mesmo por muitos gentios. Era o Cristo. Os mais ilustres da nossa nação acusaram-no perante Pilatos e ele fê-lo crucificar. Os que o haviam amado durante a vida não o abandonaram depois da morte. Ele lhes apareceu ressuscitado e vivo no terceiro dia, como os santos profetas o tinham previsto e que ele faria muitos outros milagres. É dele que os cristãos, que vemos ainda hoje, tiraram seu nome. (JOSEPHUS *apud* BERTI, 2011, s/p)

Desde o seu início, no século XVI, os protestantes necessitavam de estratégias para conquistarem cada vez mais a atenção e a fidelização de pessoas com o intuito de se sobrepujarem a outras correntes cristãs. Segundo Campos (2004), o resultado dessa busca foi a criação de uma cultura mais peculiar ou agressiva nas relações com as demais religiões.

Para Contrera (2005), antes dos meios midiáticos, o “centro do mundo” era o centro da cidade, a praça, ou a porta da igreja. Eliade (1992) chama tal espaço de resíduo mítico do espaço sagrado das culturas primitivas. O advento da imprensa explica, em grande parte, o sucesso da Reforma Protestante. Seria impensável o sucesso protestante sem a imprensa. Da relação dos protestantes com a Bíblia aos livros de confissão de fé fizeram segundo Campos (2004) desse ramo do Cristianismo a “religião do livro”, que pretendia ser iconoclasta em relação a outras maneiras de comunicação ou de se comunicar e que no Brasil, segundo o autor, os protestantes eram chamados de “os bíblias”, pois centravam tudo no livro sagrado dos cristãos. Nela, o púlpito e a pregação da palavra, de acordo com o autor, se tornariam a parte mais importante do culto protestante e o pastor seria o “ministro da palavra” e, às vezes, o “ministro dos sacramentos”.

Dessa forma, o protestantismo se tornou, segundo Campos (2004) uma religião com caráter evangelizadora, proselitista ou missionária. Ele relata que para confirmar tais características, os teólogos difundiram a ideia de que era necessário reencontrar a “pureza da igreja” que poderia ter se perdido durante a idade média. A busca para se firmarem nos espaços sociais fez com que eles buscassem cada vez mais novas fórmulas de expansão através dos meios de comunicação como se fosse algo “dado por Deus” para a expansão de suas doutrinas através da pregação. Segundo Campos (2004), os primeiros séculos do protestantismo podem ser chamados de “comunicação da religião”. Tudo acontecia dentro do

³²Disponível em: < <https://marceloberti.wordpress.com/2011/04/29/josefo-e-a-historicidade-de-cristo/> > Acesso em 18 out.2015.

circuito boca a boca, nos púlpitos e na dramatização dos cultos. Nos tempos de Lutero e Calvino, a base era essencialmente escriturística.

J.B.Thompson (1998, p.25) considera a comunicação “[...] um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos”. Da mesma maneira que uma atividade social, a comunicação no campo religioso está amarrada em um contexto social, cultural e econômico. Para Campos (2008), o processo de comunicação acontece graças aos meios técnicos que lhe são dados pela cultura e também pelas tecnologias disponíveis naquele momento. Os evangélicos³³ têm sido mais enérgicos na incorporação dos meios técnicos de difusão da comunicação como ferramenta para expandirem suas mensagens. Esta vitalidade, segundo o estudioso, talvez se deva ao fato de o Protestantismo ter surgido e permanecido minoritário, principalmente em momentos de significativas mudanças culturais e tecnológicas. Mas a oralidade nunca foi totalmente abandonada no contexto protestante, pois continuou a ser utilizada nos púlpitos e na propaganda boca-a-boca.

A consequência do crescimento foi um cristianismo mais plural, competitivo e complexo. A oralidade foi importante nos primeiros anos da história da comunicação da mensagem cristã na sociedade greco-romana. As epístolas e evangelhos, nessa ordem, atestam a importância da “fase oral-auditiva” na primeira expansão cristã pela Ásia Menor, Norte da África e Europa. Porém, nas primeiras décadas, a pregação cristã esteve centrada em um Messias, Jesus Cristo ou Jesus de Nazaré, “que jamais escreveu qualquer coisa, mas que atuou como mestre, xamã, taumaturgo, exorcista e profeta” (ANDRADE, 1998, p.243). As praças públicas, as ruas e estradas eram os lugares em que a sua comunicação com as multidões acontecia.

A partir do século XX, com o advento dos meios de comunicação o protestantismo já sofria inúmeras mudanças se compararmos com a sua formação original. Primeiramente vale citar o que Cunha (2007) apresentou como síntese da formação evangélica, ao qual destacamos o Brasil e uma parte da análise da estudiosa. O PHMIG, já citado anteriormente, tem suas raízes na reforma do século XVI, não tem preocupações missionárias e chegou em terras brasileiras a partir do século XIX. A segunda corrente protestante é citada por ela como *Protestantismo Histórico de Missão* ou PHM. Ela tem origem na Reforma, porém tem ligação

³³O termo “evangélicos” refere-se aos adeptos do cristianismo não-católico-romano e igrejas não católicas, que formam o quadro de igrejas do protestantismo brasileiro (CUNHA, 2007, p.15) e, por sua vez, das igrejas pentecostais, herdeiras do protestantismo. Antes de chegar a essa designação, Cunha (2007) retoma toda a teia complexa que forma o campo evangélico brasileiro, sob uma nova síntese tipológica que não cumpre a este trabalho fazê-lo.

com religiosos norte americanos. Fazem parte deste grupo a Igreja Congregacional, Igreja Batista, Igreja Metodista, Igreja Episcopal e a Igreja Presbiteriana. Essas duas primeiras correntes são resultados da expansão cristã protestante norte-americana, pois tentativas já tinham sido feitas no passado, sem sucesso, por franceses e holandeses, conforme diz Campos (2004).

O início do protestantismo no Brasil foi marcado pela chegada de viajantes divulgadores de livros religiosos que iniciaram a distribuição de Bíblias e da literatura evangélica em várias partes do país. Com a chegada oficial dos missionários protestantes em 1855, começava uma ampla transformação do campo religioso, que depois viria acolher religiões não católicas, algumas de origem protestante como o adventismo, os mórmons ou russelitas, também conhecido como as Testemunhas de Jeová. Após 1910 chegaram os pentecostais, que em São Paulo e no Paraná deram origem a Congregação Cristã do Brasil e em 1911, no Pará, viria ser conhecida como Assembleia de Deus. (CAMPOS, 2004, p.04)

Não é nosso intuito falar detalhadamente das correntes protestantes históricas. A partir da descrição histórica, acreditamos que o protestantismo foi inicialmente a religião do livro a partir da ampla distribuição das Bíblias para os que não eram sacerdotes. E podemos afirmar que o protestantismo é a religião da comunicação a partir do detalhamento das correntes religiosas cristãs oriundas de movimentos essencialmente de caráter protestante que se formaram no Brasil a partir de 1910 com o Pentecostalismo.

2.4 O Pentecostalismo e o Neopentecostalismo

Parece ser óbvio no Brasil atual em termos sociais a crescente pluralidade religiosa e o aumento de novas igrejas. O fato é que nas últimas décadas, o país mais católico do mundo está mudando o campo religioso com o crescimento de novas denominações.

Para autores como Camurça (2006), as mudanças existem referentes a demografia religiosa, em especial, na Igreja Católica.

O declínio do catolicismo está associado à crise das religiões de tradição majoritária em qualquer parte do globo (protestantes nos EUA e o hinduísmo na Índia) face ao advento da liberdade religiosa no espaço público moderno. (CAMURÇA, 2006, p.39)

De toda maneira, a expansão pentecostal e, mais especificamente, a neopentecostal é algo expressivo e gradual há praticamente meio século. De acordo com a Revista Exame³⁴, em reportagem publicada em seu portal na internet, o número de católicos pode ser ultrapassado pelos evangélicos até 2040, seguindo a tabela abaixo, baseada no Censo 2010:

RELIGIÃO	% EM 1980	% EM 1990	% EM 2000	% EM 2010	QUANTIDADE EM 2010 (EM MILHÕES DE PESSOAS)
Católicos	89	83,3	73,6	64,6	123,2
Evangélicos	6,6	9,1	15,4	22,2	42,2
Outras religiões	2,8	2,8	3,6	5,2	9,6
Sem religião	1,6	4,8	7,4	8	15,3

Figura 2: Número de religiosos no Brasil
Fonte: IBGE (2010)

Há alguns anos, o crescimento pentecostal ocorria de forma restrita junto às camadas mais pobres. Atualmente, é visível na classe média e alta, incluindo empresários, profissionais liberais, artistas e atletas renomados do meio esportivo dentro de suas instalações – o que ocorre dentro da SNT. Porém, mesmo com essa condição de abertura às demais classes sociais, “o crescimento pentecostal ocorre de forma muito desigual entre as diferentes classes sociais. Concentra-se nos estratos mais pobres da população” (MARIANO, 2005, p.10). Gaarder (2000) reforça que

[...] no início da década de 1990, pelo menos um décimo dos brasileiros adultos era pentecostal (10%) ao passo que os protestantes históricos representavam apenas 3% desses brasileiros. Recentemente, o movimento pentecostal no Brasil passou a se diferenciar em dois formatos básicos: os pentecostais ‘clássicos’ e os ‘neopentecostais’. (GAARDER, 2000, p.307)

Para entendermos a evolução do campo religioso cristão protestante, destacamos aqui, inicialmente o desenvolvimento do Pentecostalismo. Ele é um campo de força no cristianismo em todo o mundo, em especial, de forma particular, no campo religioso brasileiro da

³⁴<<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/catolicos-serao-ultrapassados-por-evangelicos-ate-2040>> Acesso em 10 abril 2015.

atualidade. Passos (2005) optou, devido a grande variedade de grupos, apresentar um cenário por meio de algumas pistas concedidas por pesquisadores.

Segundo o autor, por um lado alguns diriam que são norte-americanos. Outros já vislumbram as raízes desde a Reforma Protestante, realizada por Martinho Lutero no século XVI. Há também aqueles que afirmam que o pentecostalismo advém da Reforma Metodista de John Wesley, por meio do protestantismo inglês (anglicanismo) no século XVIII. De acordo com Passos (2005), pode-se pensar até mesmo na resposta dos pentecostais que diriam que o pentecostalismo vem de Jesus Cristo e do Espírito Santo, sem estabelecer um laço com o tempo e espaço definidos.

O autor relata que nos países anglo-saxões, onde a Reforma Protestante aconteceu no final do século XVI, o termo “Evangélico” é usado para definir quase todas as doutrinas protestantes. Na Alemanha, berço do Luteranismo, seu uso chega a ser mais específico. É comum se referir aos membros da Igreja Luterana como evangélicos, excluindo-se o resto dos protestantes. Já no Brasil, quando se fala de evangélicos, trata-se de uma forma genérica de se referir as correntes protestantes surgidas somente no século XX³⁵

Em números absolutos, de acordo com a Folha de São Paulo³⁶ (2014, s/p) e o Globo.com³⁷ (2012, s/p), o maior país católico do planeta figura como o maior país protestante da América do Sul, abrigando cerca de metade dos 200 milhões de evangélicos estimados atualmente no continente, e como o terceiro no *ranking* mundial, abaixo somente dos Estados Unidos e da China.

Para Mariano (2005), o Pentecostalismo tem seu nome originado em homenagem a Pentecostes – festa que representa a descida do Espírito Santo sobre os apóstolos, cinquenta dias após a ressurreição de Jesus Cristo. Desde então centenas de igrejas se formaram e diversas mudanças ocorreram em seu interior, tornando esta religião cada vez mais complexa, heterogênea. Para facilitar a compreensão e exposição da história e das distintas vertentes do pentecostalismo brasileiro, o autor ordenou este campo religioso em três ondas que constituem uma forma de ordenar, classificar, tornar inteligível a evolução deste movimento religioso, a partir de critérios históricos de implantação de igrejas e de distinções teológicas.

As crenças dos pentecostais se caracterizam pelas manifestações do Espírito Santo nos dias atuais, como consta no Novo Testamento, no capítulo dois, do livro de Atos dos

³⁵ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/evangelicos/em_resumo.html> Acesso em: 20 mar.2015

³⁶ Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2014/11/1547384-apesar-de-papa-numero-de-protestantes-segue-crescendo-na-america-latina.shtml>> Acesso em 19 out.2015.

³⁷ Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/06/numero-de-evangelicos-aumenta-61-em-10-anos-aponta-ibge.html>> Acesso em 19 out. 2015.

Apóstolos³⁸, em uma passagem na qual o Espírito Santo apareceu aos apóstolos sob forma de línguas de fogo, fazendo-os falar em outras línguas para serem compreendidos por uma multidão diversa que os escutava. Para os pentecostais é válido o dom das “línguas estranhas³⁹”, conhecido por glossolalia, além da cura e da profecia como referências maiores para designá-los. Capellari (2001) destaca que

o ‘falar em línguas’, neste sentido, é uma decorrência da manifestação do Espírito Santo na personalidade individual. Quando o crente ‘fala em línguas’, com efeito, ele sente que o faz por interferência de Deus, manipulado por ele. A entrega do Espírito Santo é carregada de emoção, não sendo raras as lágrimas e, às vezes, a perda de consciência durante o transe. (CAPELLARI, 2001, p.45)

Fora o dom de falar em línguas, acrescentou-se ao movimento pentecostal o dom da cura por meio de intervenções nas enfermidades, constituindo o Pentecostalismo de Cura Divina⁴⁰. Diante dos sacramentos e de vários princípios cristãos, principalmente o batismo das águas, o crente pentecostal acredita estar no caminho reto da santificação que tanto crê. Mas, sem dúvida, os dons do Espírito Santo são os mais prestigiados.

Os dons do Espírito Santo são classificados em: *dons de revelação* que são a sabedoria, ciência e o discernimento dos espíritos; *dons de inspiração ou expressão*, que são a profecia, a diversidade de línguas e interpretação de línguas, *dons de poder*, que são a fé, a cura, a operação de milagres. Todos os membros se beneficiam com estes dons que os levam ao caminho reto da salvação. (WILGES, 2008, p.106)

Mendonça (2002) destaca a importância do papel social do pentecostalismo.

Sem entrar em valores religiosos, o pentecostalismo e o movimento de cura divina exercem papel social importante, promovendo a catarse dos conflitos do cotidiano que desabam sobre a classe trabalhadora pobre e periférica dos grandes centros urbanos e das áreas camponesas de trabalhadores assalariados. (MENDONÇA, 2002, p.55)

Houtart (2003, p.38) diz que o “pentecostalismo se difunde no mundo inteiro, em particular nas classes marginalizadas e nas classes médias socialmente vulneráveis”. Há

³⁸ Cf. Atos 2: 1-4. **Bíblia Sagrada**. Antigo e Novo Testamento. 2ª ed. Barueri, SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2005.

³⁹ Aos católicos carismáticos também é acatado o dom de “falar em línguas”, situação que antes era comum apenas aos pentecostais.

⁴⁰ É uma característica predominantemente associada à Igreja Pentecostal Deus é Amor – que de acordo com Mendonça (2002, p.54-55) “apesar do nome Igreja, entretanto “Deus é Amor” ainda é apenas um movimento. Sua população é flutuante e a relação fiel /liderança / sagrado ainda é contratual e descompromissada” – mas que sentimos gradativamente em outras denominações pentecostais, e inclusive nas correntes neopentecostais como a SNT que tem outros enfoques como a Teologia da Prosperidade que trataremos mais adiante.

diante da sociedade, quando inserida em uma comunidade cristã protestante, um grande respaldo à vida, ou seja, um sentido para a sua existência que gera uma confiança que é transportada para a fé. Para Gama e Almeida (2013), o pentecostalismo é considerado um dos movimentos religiosos mais importantes do Brasil tendo como um dos atrativos a proposta de investir no aumento da autoestima dos convertidos, especialmente entre os grupos marginalizados. Tal linha derivada do protestantismo cresceu, segundo os autores, graças às transformações socioeconômicas verificadas em espaços geográficos intitulados “periferias urbanas”. Já Niebuhr (2002) diz que

[...] desse ponto de vista, certa fase do denominacionalismo revela-se como história dos pobres religiosamente desprezados, que modelam novo tipo de cristianismo correspondente às suas próprias necessidades, que ascendem na escala econômica sob a influência da disciplina religiosa, e que, em meio à respeitabilidade cultural recém-adquirida, abandonam, por sua vez, os novos pobres que sucedem em nível mais baixo. Este modelo repete-se com notável regularidade na história do cristianismo. (NIEBUHR, 2002, p.71)

Seguindo o raciocínio do autor, as denominações de cunho pentecostal passaram a ser um espaço de apoio para os indivíduos, por meio da religiosidade, buscarem mudanças de vida, conquistas e reconhecimento social a partir de uma relação ao qual eles se interagem como “irmãos”. Essa condição está de acordo com o que Bourdieu (2001, p.13) apresenta ao afirmar que a religião exerce funções sociais e isso se deve

[...] ao fato de que os leigos não esperam da religião apenas justificações de existir capazes de livrá-los da angústia existencial da contingência e da solidão, da miséria biológica, da doença, do sofrimento ou da morte. Contam com ela para que lhes forneça justificações de existir em uma posição social determinada, em suma, de existir como de fato existem, ou seja, com todas as propriedades que lhes são socialmente inerentes.

De acordo com Houtart (2003), o modelo mais longínquo de pentecostalismo em relação aos dias de hoje era o relacionado ao compromisso social, fator que é ligado diretamente ao enfrentamento dos problemas de adaptação mediante aos ensinamentos relacionados às questões da pobreza, o baixo nível escolar e mau aproveitamento no mundo do trabalho, além da tentativa de inserir o adepto no ambiente que a princípio não era o seu, como por exemplo, a relação campo *versus* cidade.

Dentro das igrejas pentecostais, embora as manifestações de culto sejam populares, oriundas da simplicidade do povo que cultua, sem a sistematização comum às igrejas tradicionais, tais manifestações populares são direcionadas ao sagrado. Assim, estas formas associadas ao popular tomam forma antipopular, porque não

tem a ver com a luta do povo pela justiça social e igualdade. Já aconteceram casos em que os crentes pentecostais saíram pelas ruas, clamando pela justiça, protestando por certas imposições sociais, para tanto, utilizaram seus cânticos e seus textos bíblicos tirados dos livros proféticos. (HOUTART, 2003, p.60-61)

O que é perceptível em uma denominação pentecostal é o uso constante de sermões como ferramentas de justificativa e orientação junto as pessoas com o objetivo de fazê-las seguirem as normas apresentadas por meio de mensagens da Bíblia. Não há uma análise direta do contexto macro, apenas o uso do livro sagrado dos cristãos que serve como uma constituição das boas normas de conduta. Não há uma abertura direta às práticas ou posturas diferentes do que estão na Bíblia, ou seja, a secularização.

Secularização é uma metáfora. Surgida na época da Reforma Protestante, originalmente em âmbito jurídico – para indicar a expropriação dos bens eclesiásticos em favor dos príncipes ou das igrejas nacionais reformadas, a palavra veio a conhecer, ao longo do século XIX, uma notável extensão semântica: primeiramente, no campo histórico-político, em seguida à expropriação dos bens e dos domínios religiosos fixada pelo decreto napoleônico de 1803, e posteriormente no campo ético e sociológico. (PIERUCCI, 1997, p.117)

Diante do relato histórico, pode-se afirmar que a compreensão do pentecostalismo serve para definir um fundamento primário para analisarmos mais particularmente o perfil religioso qual está presente o nosso objeto como um novo fenômeno, uma nova roupagem, com características específicas.

De acordo com Mariano (2005), a primeira onda, chamada de *pentecostalismo clássico*, abrange o período de 1910 a 1950. Nas primeiras décadas do século 20, começaram a chegar as igrejas pentecostais. Em 1910, surgia no Paraná e em São Paulo a primeira igreja pentecostal em terras brasileiras, a Congregação Cristã do Brasil. E em 1911, dois missionários suecos fundavam em Belém do Pará a Assembleia de Deus. Ambas as denominações logo se difundiram pelo país inteiro. Ainda hoje, elas continuam sendo as duas maiores alas do pentecostalismo no Brasil. Essa corrente é chamada por Cunha (2007) de *Pentecostalismo Histórico* ou o que denominamos de PENTHIS. Para ela esse grupo segue a doutrina do Espírito Santo, ou seja, pela condição que os membros devem assumir por meio de um segundo batismo – o batismo pelo Espírito Santo – além da glossolalia (falar por línguas estranhas). O autor reitera que, na segunda metade do século 20, a partir dos anos 1950, os evangélicos pentecostais cresceram tanto e se diversificaram de tal forma, que acabaram por se tornar amplamente majoritários entre os protestantes brasileiros.

A segunda onda Mariano (2005) nomeia de *pentecostalismo neoclássico*. Ele iniciou na década de 1950 com a chegada em São Paulo de dois missionários norte-americanos,

Harold Williams e Raymond Boatright, vinculados a *International Church of The Foursquare Gospel*⁴¹. Aqui, eles criaram a Cruzada Nacional de Evangelização e iniciaram, com grande êxito, o evangelismo baseado na cura divina, provocando a fragmentação denominacional e acelerando a expansão do pentecostalismo no país. Logo, fundaram a Igreja do Evangelho Quadrangular (1951, São Paulo). No seu rastro, surgiram a Brasil Para Cristo (1955, São Paulo), Deus É Amor (1962, São Paulo) e inúmeras outras de menor porte. Esta onda se caracterizou pela ênfase teológica na cura divina e tal grupo deu início a um investimento importante na mídia radiofônica que até a década de 50 não era usado pelas igrejas PHM e PENTHIS.

Embora citando esse grupo conforme Mariano (2005) chama de neoclássico, nossa pesquisa segue o mesmo raciocínio desenvolvido por Cunha (2007) que chama tal grupo de *Pentecostalismo Independente* ou o que denominamos de PI. Eles realizavam um evangelismo itinerante em tendas de lona, contavam com líderes carismáticos e surgiram de divisões teológicas ou políticas do PENTHIS. Eles foram os primeiros a pregarem com maior ênfase a guerra espiritual, aos exorcismos, prometiam curas milagrosas e, segundo a autora, esse grupo foi o primeiro a tratar sobre a Teologia da Prosperidade, fazendo-o até os dias atuais nos cultos. Além das denominações citadas acima por Mariano (2005), a estudiosa cita enquanto PI a Igreja Universal do Reino de Deus, a Casa da Bênção e a Igreja Mundial do Poder de Deus.

A partir dos anos 1960, uma corrente protestante também emergia no Brasil. Ela é resultado da divisão ocorrida nas igrejas de corrente PHM. Cunha (2007) chama esse grupo de *Protestantismo de Renovação ou carismático*, doravante PR. Essas igrejas contam com forte influência do pentecostalismo. A autora cita denominações como a Igreja Metodista Wesleyana, Igreja Presbiteriana Renovada, Igreja Batista da Renovação como exemplos desse grupo que se desenvolveu no Brasil.

Nos anos 1970, segundo Featherstone (1995), o Brasil vivia um período de urbanização, da migração de milhares de pessoas que deixaram o campo e foram para os grandes centros urbanos, especialmente para o Rio de Janeiro e São Paulo. A migração gerou, de acordo com o autor, o aumento do desemprego e da violência. Por consequência, as

⁴¹ O estranho nome da Evangelho Quadrangular decorre dos quatro atributos de Cristo nos quais a igreja baseia sua mensagem: Cristo Salvador, Santificador (ou Batizador no Espírito Santo), Curador e Rei que voltará. Vale a pena dizer que Aimeé Sample McPherson, fundadora da Quadrangular nos anos 1920, não foi a criadora original, como frequentemente afirma, da mensagem “Quadrangular”, mas sim A.B.Simpson, renomado pregador norte-americano de cura divina e líder da *Christian and Missionary Alliance*. (MARIANO, 2005, p.30)

periferias dos grandes centros se tornaram verdadeiros espaços dos excluídos da cadeia produtiva.

O estudioso ainda destaca que as pessoas, devido a este contexto, conviviam com problemas de ordem psicossocial, em especial a solidão, tristeza, depressão e ansiedade. As compensações que preenchiam espaços vazios viriam através de celebrações religiosas que abordassem essas realidades sociais ou dificuldades pessoais em várias áreas ou circunstâncias da vida – profissional, familiar, financeiro, enfermidades, sonhos, etc.

Mariano (2005) nos apresenta uma importante informação a respeito dos diversos processos que atenuam a sociedade desprestigiada ou desprivilegiada e sua incessante procura por uma “vitória” em sintonia com a religiosidade.

Entendemos que, no mundo atual, a maioria das pessoas busca nos rituais religiosos uma salvação pessoal e satisfação dos desejos imediatos. A lógica da valorização do privado em detrimento do público não é, portanto, característica apenas de um modelo político e econômico imposto, mas insere-se também nas relações interpessoais e religiosas. Dessa forma, as alternativas para a inversão da lógica perversa do neoliberalismo perpassam, necessariamente, pela reconstrução e fortalecimento dos princípios democráticos e pela recuperação da religião apresentada por Jesus Cristo – religião não da vida privada, mas da vida pública e do comprometimento com os oprimidos e excluídos ‘na opção pelos pobres, contra a pobreza e em favor da vida. (MARIANO, 2005, p.116)

Contudo, ele reitera que o indivíduo teria livre arbítrio para optar por uma preferência religiosa, na eterna busca pela superação de diversos dilemas pessoais que norteiam a sua vida, mas em “termos diretos, uma preferência religiosa pode ser abandonada tão prontamente quanto é adotada” (BERGER, 2004, p.146). Neste sentido, “a religião não pode ser mais imposta, mas tem que ser posta no mercado” (BERGER, 2004, p.156).

Mariano (2005) destaca que a terceira onda do pentecostalismo foca o alcance material como condição ou meio de vida para quem é cristão, porque Deus permite ou concede a benção por meio de algum pedido do fiel. A terceira onda é conhecida por *Neopentecostalismo*. Ele introduz a seguinte definição para neopentecostais:

[...] É um termo praticamente já consagrado por pesquisadores brasileiros por classificar as novas igrejas pentecostais. [...] O prefixo *neo* mostra-se apropriado para designá-la tanto por remeter à sua formação recente como ao caráter inovador do neopentecostalismo. Embora recente entre nós, o termo neopentecostal foi cunhado há vários anos nos EUA. Lá, na década de 1970, ele designou as dissidências pentecostais das igrejas neopentecostais das igrejas protestantes, movimento que posteriormente foi nomeado de carismático. Como deixou a muito de ser empregado nas tipologias norte-americanas, não confunde nem atrapalha nossa tarefa de classificação. (MARIANO, 2005, p.33)

Pereira e Linhares (2006, p.78) confirmam que das três correntes evangélicas presentes hoje no Brasil, a neopentecostal é a que mais cresce. Diferente dos antecessores, os neopentecostais não se prendem ou limitam-se às imposições de vestuário e certos costumes. Tal dado vai de encontro com a análise de Cunha (2007) acerca da corrente protestante que possui características que são, inclusive, do neopentecostalismo. Ela chama as denominações que foram criadas no final do século XX e início do século XXI de *Pentecostalismo Independente de Renovação*, ou PIR. Ela possui todas as características do PI, porém tem como foco principal a classe média e os jovens, usando de linguagens, abordagens, e posturas devidamente características para atrair novos fiéis “para Jesus”. Aqui destacamos especialmente a SNT, já que tal denominação conta com um estilo diferenciado de interação com o fiel através de ministérios voltados para segmentos distintos, seja no campo econômico, no intelecto ou no social.

A SNT conta com um espaço cada vez maior na mídia eletrônica e, do ponto de vista comportamental é considerada liberal ou despojada, inclusive na maneira de comunicar com o fiel. Veja abaixo sequências discursivas de intervalo que aqui chamamos de “SeqDiscInter” apresentam tal estilo por meio das gravações que desenvolvemos na mídia eletrônica da denominação.

SeqDiscInter1: Salzband: um metal gospel de qualidade com o novo cd “semisera”. Salzband “semisera”. Já disponível nas melhores lojas ou no site sarabrasil.com.br. Sara Music, músicas que saram a alma!

Intervalo
VCERAD – 26/07/2015

SeqDiscJean1: Eu sou ungido, sou separado e sou muito mais do que vencedor! E você? Você é também! Você é ungida, você é separada, você é muito mais do que vencedora! Determine isso junto conosco! Declare isso! Determine isso para a sua vida! Você é mais do que vencedora dessas lutas, dificuldades, sobre esses problemas, sobre essas doenças, sobre essas coisinhas que estão aparecendo, sobre esse diagnóstico médico. Você é mais do que vencedora! Você é muito mais do que vencedor! Tome posse dessa palavra hoje!

Pastor Jean
VCERAD – 13/02/2015

As sequências grifadas apresentam expressões como *metal gospel de qualidade*, uma linguagem essencialmente direcionada para jovens. Outro detalhe observado foi o uso de expressões *essas coisinhas*, *tome posse* e *determine* que são característicos do PI.

Mariano (2005) destaca certas características do Neopentecostalismo. O combate contra as forças malignas, a utilização de elementos mundanos ou seculares com direito a tatuagens, *piercings*, músicas nos mais variados ritmos, além da Teologia da Prosperidade que

pressupõe que toda prosperidade pode ser alcançada com a fé em Deus, afirmada, segundo o autor, com doações financeiras à igreja. O mesmo autor ainda ressalta que os cultos funcionam como prontos socorros espirituais e baseiam-se em promessas e rituais que visam a cura física e emocional, além da prosperidade material, a libertação de demônios, resolução de males afetivos, familiares, crises individuais e relacionamento interpessoal.

A maior parte dessas denominações, incluindo a SNT é, segundo o autor, instalada em locais amplos, onde já funcionaram galpões, cinemas, boates ou casas de shows. Se antes era alugado cada espaço, hoje, muitos são propriedades materiais de cada igreja.

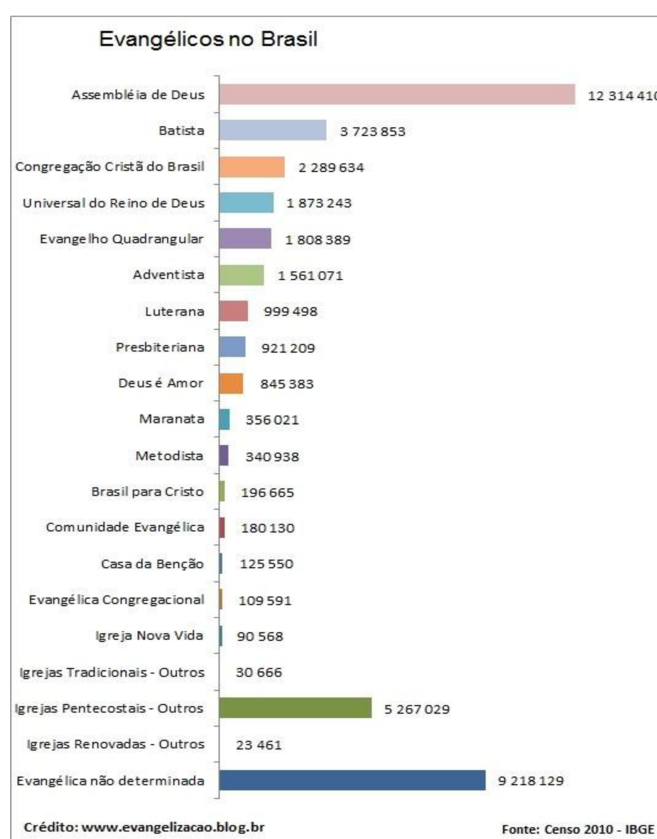


Figura 3: Número de Evangélicos no Brasil por denominação. Fonte: Censo 2010 - IBGE

O gráfico mostra, de acordo com o Censo 2010⁴², o número de evangélicos por igreja. Não há menção direta no Censo referente a SNT. Acreditamos estar vinculada a legenda “Igrejas Pentecostais – outros”. Se analisarmos o tempo de existência no campo religioso neopentecostal no Brasil, a SNT é uma das mais jovens dentre as denominações – 23 anos em

⁴² Tabela completa em

<ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico_2010/Caracteristicas_Gerais_Religiao_Deficiencia/tab1_4.pdf> Acesso em 10 abril 2015.

2015. Este dado pode influenciar diretamente no número reduzido de membros em relação a outras igrejas evangélicas, o que não significa pouca participação no cenário religioso nacional. O investimento que a igreja faz na mídia eletrônica fomenta o aumento do número de fiéis e a promoção da denominação no Brasil e em outros países. Relataremos melhor estes números no próximo capítulo desta dissertação.

Nunca se viu tantos cristãos presentes nos meios de comunicação apresentando suas mensagens. Segundo Eliade (1992), tal realidade advém de uma crise de sentido, já que para ela o sentido é um processo de irrupção do sagrado. Ao invés de reunirem pessoalmente, as denominações evangélicas promoveram conexões com o mundo frente à TV, o rádio, o *smartphone* ou pelo computador, provocando assim teias imaginárias de interação ou sociabilização.

E para refletirmos melhor sobre o desenvolvimento das religiões protestantes por meio do uso da mídia, vamos analisar especificamente a relação da religião com a mídia eletrônica, ou seja, o rádio e a televisão através dos seus primórdios.

2.5 Memórias dos primórdios da mídia evangélica no rádio e na TV

Este resgate histórico que nos propomos à apresentar também visa complementar a afirmação de que o protestantismo é a Religião da Comunicação. Seja no rádio ou na televisão, tal corrente cristã sempre se preocupou em apresentar a mensagem religiosa para uma maior parcela social fora o seu microambiente. Aqui falaremos dos primeiros investimentos na mídia eletrônica evangélica no Brasil e no mundo. Não nos prenderemos a esse resgate com foco aos dias atuais por todas as correntes derivadas do protestantismo já que não é nosso objetivo. Trataremos detalhadamente no próximo capítulo dos investimentos na mídia eletrônica promovida pela SNT. Não existem muitas referências exatas sobre a expansão do protestantismo e do pentecostalismo no rádio e na TV brasileira. Durante a nossa análise, decidimos destacar os trabalhos desenvolvidos por Tavares (2008) e por Campos (2004).

Criado pelo italiano Guilherme Marconi na transição entre os séculos XIX e XX, o rádio teve um caráter mais comercial somente a partir dos anos 1920, segundo Campos (2004). Porém, quatorze anos antes, de acordo com o autor, um engenheiro canadense realizou um experimento com o produto transmitindo mensagens religiosas que incluía um solo de violino da música natalina *holynight*, além de leituras do Evangelho de Lucas e sobre o nascimento de Jesus.

O entusiasmo criado pelo rádio junto aos evangélicos nasceu, de acordo com Campos (2004), nos Estados Unidos em 02 de novembro de 1920 quando o meio de comunicação começou a ser explorado comercialmente em Pittsburgh. O autor relata que naquela data entrou no ar a primeira emissora comercial do mundo – a KDKA – que era operada pela *Westinghouse Electric* e nela aconteceu a estreia dos evangélicos. Dois meses depois, a *Calvary Episcopal Church* passou a transmitir seus discursos religiosos pela mesma emissora. No ano seguinte, a *National Presbyterian Church* de Washington colocou no ar a sua própria emissora de rádio. Foram tempos de investimentos.

Também naquele mesmo ano, segundo Campos (2004), os pentecostais estrearam no rádio através da fundadora da Igreja Internacional do Evangelho Quadrangular, missionária Aimee McPherson⁴³ (1890-1944). Ela se interessou muito pela novidade e em 1924, fundou a sua própria emissora de rádio, a KSFG. Em 1925, Robert Craig, das Assembleias de Deus, em São Francisco, obteve a licença para operar a KGTT e o mesmo aconteceu com a Primeira Igreja Batista, da vizinha cidade de San Jose que alguns anos antes também havia se pentecostalizado. Tudo isso nos anos 1920.

O rádio como um novo meio de comunicação de massa acabou se difundindo rapidamente nos EUA. De acordo com Campos (2004), em 1922 eram 382 emissoras de rádio; em 1927 eram 732; em 1925, das 600 emissoras em operação, 10% delas pertenciam ou estavam ligadas a movimentos religiosos. O autor relata que após a crise econômica norte americana de 1930 ocorreu conflitos entre os pentecostais e os evangélicos tradicionais, que chegaram a fundar em 1944 uma associação para seus próprios interesses – a *National Religious Broadcasters*. Entretanto, pouco tempo depois começava a operação comercial da televisão e, conseqüentemente, o rádio foi deixado de lado pelo público e, assim, trouxe, segundo Campos (2004), os evangélicos mais carismáticos e conservadores para o uso do veículo de comunicação.

Os primeiros registros do uso do rádio por evangélicos brasileiros são, segundo Tavares (2008), datados de 1929 ao qual o Reverendo Rodolfo Hasse, da Igreja Luterana, inaugurou a transmissão do que se conhece como sendo o primeiro programa evangélico veiculado no Brasil.

Já na capital paulista, segundo Campos (2004), entre a década de 1950 e 1970, o pastor presbiteriano José Borges dos Santos Júnior apresentou o programa *Meditação Matinal*, com o apoio financeiro do Banco Bradesco e transmitido pela Rádio Tupi de São

⁴³ Catunda (2011) relata que Aimée foi considerada pelo livro americano *The Dictionary of Pentecostal and Charismatic Movements* a mais proeminente líder feminina que o pentecostalismo produziu até os dias atuais.

Paulo. O programa, segundo o autor, era veiculado antes da atração considerada campeã de audiência da emissora, *Matutino Tupi*, apresentado por Corifeu de Azevedo Marques.

O programa do Reverendo Borges, como era conhecido, era transmitido as 6h55min, antes dos noticiários matinais daquela emissora, até o envelhecimento e morte de seu apresentador e protetor. Em 1969, havia 64 programas radiofônicos evangélicos na grande São Paulo. Desses programas 34,3% eram pentecostais; 9,3%, adventistas; 9,3% presbiterianos; 12,5%, batistas e 34,3% de outras denominações não especificadas. (CAMPOS, 2004, p.08)

Campos (2004) reitera que tal uso começou no início da década de 1950 com os missionários norte-americanos Harold Williams e Raymond Boatright na Igreja do Evangelho Quadrangular. Eles passaram a usar o rádio, segundo o autor, como estratégia para apoiarem o seu uso para atrair mais fiéis. Entretanto, o autor relata que, logo em seguida, o programa *A voz do Brasil para Cristo* apresentava milagres através da interação entre o locutor e o ouvinte. Tal programa foi para Campos (2004) a principal alavanca para a criação da primeira igreja pentecostal genuinamente brasileira – a Igreja Pentecostal O Brasil para Cristo. O estudioso reforça que, à época, as duas principais denominações pentecostais brasileiras – Assembleia de Deus e Congregação Cristã no Brasil – chegaram a desestimular os fiéis no que se referia ao uso do rádio e da televisão e chegava até mesmo a proibir os pastores de terem aparelhos em casa.

Diferentemente das denominações mencionadas, a Igreja Pentecostal Deus é Amor, liderada pelo missionário Davi Martins Miranda fez diversas restrições para os seus fiéis quanto ao uso da TV. Ele proibia os seus seguidores de possuírem aparelhos receptores em casa. Por outro lado, “essa igreja emprega maciçamente cadeias de rádio para pregar a mensagem de milagres e exorcismo”. (CAMPOS, 2004, p.155).

Durante as décadas de 1960, 1970 e 1980 houve, de acordo com Campos (2004) uma multiplicação no número de emissoras no Brasil. Pequenas e médias igrejas evangélicas começaram investir no rádio. Eles, segundo o autor, não necessitavam de grandes recursos para a manutenção de programas locais.

Nota-se que os pentecostais já eram referência em investimento no rádio brasileiro. Denominações como Assembleia de Deus, Deus é Amor, O Brasil para Cristo, Igreja do Evangelho Quadrangular e dos neopentecostais que abordaremos na sequência estavam focados no movimento da “cura divina”.

De todo modo, do gradiente protestante, foi o pentecostalismo que de fato soergueu a cura divina a um patamar mais elevado. Isso em dois sentidos. No âmbito mítico,

evocando a atualidade dos carismas apostólicos, cujo amparo bíblico encontra-se na assertiva do autor da epístola aos Hebreus, de que “Jesus Cristo é o mesmo ontem, hoje e eternamente” (Bíblia, 1994, Hebreus, 13:8), isto é, se Cristo curou no passado, segundo esta máxima, pode, de igual modo curar hoje também. E, no âmbito ritualístico, mormente em sua prática cúlta que inclui “orações fortes” pelos enfermos, correntes ou campanhas de oração por cura, tudo isso com imposição de mãos, unção com óleo e etc. Precede a isto a doutrina da segunda bênção com o “batismo no Espírito Santo”, cuja evidência externa mais comum é a glossolalia. (LOPES, 2014, p.94)

O rádio para os evangélicos brasileiros proporcionou também uma importante função na construção de uma rede entre a mídia, os líderes religiosos (pastores) e os milagres. Para Campos (2004, p.156), “o rádio tem sido um dos principais meios empregados para a fabricação e sustentação da liderança carismática no Brasil”.

Quanto à televisão usada pelos evangélicos, podemos afirmar que a relação do referido meio de comunicação com o público foi chamado por McLuhan (1969) de “civilização da imagem⁴⁴”. Da mesma maneira que o rádio, a TV evangélica brasileira segue o modelo norte-americano e ele se constituiu, segundo Campos (2004), como um meio ideal de comunicação de massa colocada no mercado capitalista.

A relação dos religiosos com a televisão começou nos anos 1950 segundo Horsfield *apud* Campos (2004). Nas décadas que sucederam os anos 1950 existia, segundo o autor, um monopólio da TV americana, na qual as emissoras CBS e ABC eram as principais referências e veiculavam na grade de atrações alguns programas religiosos, dentre eles *Lamp Unto My Feet*, *Directions*, *Frontiers of Faith* e *Look Up and Live*.

Em meio a tensão e confusão social proporcionada pela Guerra do Vietnã, Faria (2006) afirma que as pessoas passaram a buscar paz e segurança em Deus. Nos anos 1960 surgiram, de acordo com o estudioso, o teleevangelismo ou as “Igrejas Eletrônicas”. O desenvolvimento do teleevangelismo nos anos 1960 e 1970, segundo Campos (2004) teve ampla repercussão no campo religioso na América Latina. O programa “Fantástico”, da Rede Globo de Televisão, chegou a exibir em novembro de 1978 uma reportagem especial⁴⁵ sobre o fenômeno de então. Naquele período mais de 100 milhões de lares estadunidenses e de outros dez países acompanhavam programações religiosas na TV.

⁴⁴“Começa a ficar evidente que toque e contato não se referem apenas à pele, mas ao jogo recíproco de sentidos. Manter contato ou estabelecer contato é algo que resulta no encontro frutífero de sentidos – a visão traduzida em som e o som em movimento, paladar e olfato”. (MCLUHAN, 1969, p.88).

⁴⁵<<https://www.youtube.com/watch?v=E8iWjnSfukU&list=PLEB3A111C7E1F34AE&index=2>> Acesso em 20 ago.2015

Nomes como, Pat Robertson, Jerry Falwell⁴⁶, Benhard Johnson, Billy Graham⁴⁷, Robert Schuller⁴⁸, Oral Roberts⁴⁹, e Garner Ted Armstrong eram figuras carismáticas, de boa aparência, comunicação diferenciada e eram dedicados ao trabalho de converterem as pessoas.

Entretanto, outros dois televangelistas influenciaram ainda mais os telespectadores brasileiros, proporcionando assim o nascimento no país de um método inovador da difusão da religião – a Igreja Eletrônica. O primeiro foi o pastor Jimmy Swaggart. Faria (2006) relata que Swaggart era conhecido como “*Showman* da fé”. Ele conquistava milhares de adeptos pela forma emotiva ou efusiva de levar a mensagem religiosa. Ele gesticulava, chorava, interpretava. Ele foi mencionado por Campos (2004) como um pregador cantor. Porém, não conseguiu se firmar.

Swaggart se notabilizou pelos seus talentos teatrais que incluíam gestos, pregações e facilidade para cantar. Mas, em marco de 1987, Swaggart foi denunciado por manipulação de fundos da sua organização religiosa e envolvimento com prostitutas. Caiu em desgraça, foi suspenso de suas atividades pastorais nas Assembleias de Deus, contudo ele rompeu com essa denominação e continuou com seu ministério na mídia, porém, muito enfraquecido. (CAMPOS, 2004, p.158)

Porém, o televangelista que foi o grande referencial para os pregadores da TV no Brasil foi Pat Robertson. Segundo Campos (2004), ele começou na TV em 1961 e criou o famoso *700 Club* ou, para os brasileiros, o Clube 700. Tal programa continha pregações fundamentalistas que difundia milagres e a prosperidade advinda da fé. De acordo com o autor, Robertson chegou a criar a sua própria universidade – *Regent University* – e em 1986 tentou se candidatar a presidência dos Estados Unidos, porém, sem êxito.

Tais televangelistas influenciaram vários líderes religiosos que vem se destacando na mídia televisiva evangélica brasileira, dentre eles, Edir Macedo, R.R.Souares, Valdemiro Santiago, Silas Malafaia e o líder da SNT, Robson Rodovalho.

⁴⁶Foi responsável, segundo Campos (2004), por catalisar o conservadorismo religioso norte americano, influenciando diretamente nas eleições de vários presidentes. Ele apresentava o programa *The Old Time Gospel Hour*. Fundou ainda, segundo o autor, a *Liberty University*, que era responsável pelos ensinamentos do criacionismo, combatendo a teoria da evolução ensinada nas escolas.

⁴⁷Gutwirth *apud* Campos (2004) afirma que Graham foi considerado um pioneiro excepcional na comunicação televisiva religiosa. Iniciou suas atividades em 1951. Porém, a partir de 1954 sua presença na TV era mais constante. Ele realizou eventos chamados de “Cruzadas” e alcançou segundo o autor mais de 210 milhões de pessoas em 185 países. Atualmente ele está com 95 anos.

⁴⁸Apresentou durante mais de uma década o programa *The Hour of Power* transmitido do seu templo *Crystal Cathedral*, com presença nacional. No final dos anos 1970, segundo Campos (2004), chegou ao pico de 5,4 milhões de telespectadores.

⁴⁹Considerado uma referência nos Estados Unidos para Gutwirth *apud* Campos (2004), iniciou no rádio em 1947 e na TV em 1954. Pregava com foco na cura pela fé. O programa *Oral Roberts and you* atingiu em 1976 o seu auge com mais de 5 milhões de telespectadores. A partir de 1993, devido a um problema de saúde, Roberts foi diminuindo aos poucos a sua presença na mídia. Ele faleceu em 2009.

O bispo Robson Rodovalho possui muitas semelhanças em relação a Pat Robertson no que se refere à formação cristã dos seus fiéis. A SNT possui bispos, pastores e líderes e os qualifica através do curso intitulado “Instituto de Vencedores”⁵⁰. Podemos afirmar que o bispo Robson Rodovalho na mídia é o *Pat Robertson brasileiro*, já que além de qualificar seus membros com um curso básico de teologia com foco na liderança, os conteúdos ministrados em suas pregações estão diretamente relacionados, em grande parte, à vida com prosperidade.

Inspirada no modelo norte americano, o tele evangelismo no Brasil se fortaleceu nos anos 1970. O crescente e intenso uso da mídia eletrônica, especialmente a TV, segundo Assman (1986, p.16) eram quase sempre personalizadas em relação às denominações cristãs tradicionais. A constante participação na mídia fomentou a expansão da programação evangélica. Por simplesmente estar presente na mídia até então mais importante e em pleno desenvolvimento em território nacional, com um jeito diferenciado, novo, rápido, espetacular, contrastando com o tradicionalismo existente, o campo estava totalmente favorável à implantação e desenvolvimento de novos empreendimentos por meio de denominações religiosas, dentre eles a SNT.

Este processo, pelo qual empreendimentos religiosos se viabilizaram e ainda se viabilizam na TV, ocorreu de forma análoga na história da TV brasileira, que foi considerada em seu início, como um meio elitizado – já que a produção de aparelhos era bastante dispendiosa e isso inviabilizava a aquisição de uma TV; assim, somente alguns podiam ter acesso a tal aparelho. [...] Para que esse meio televisivo se viabilizasse, a população era convidada e convencida a adquirir tal suporte. (FONTELES, 2007, p.06)

Segundo Campos (2004), desde 1978 a mídia televisiva brasileira começou a vender espaços para tele evangelistas norte-americanos e, gradativamente, líderes religiosos brasileiros “entraram” nas casas das pessoas através de programas de curta duração e valores elevados. Fonseca (2003) destaca que o primeiro a marcar presença nas telinhas brasileiras foi Rex Humbard que ficou no ar até 1984. Pat Robertson com o *Club 700* e Jimmy Swarggart com *Praise The Lord* também marcaram presença na TV brasileira, representados na figura abaixo:

⁵⁰ Segundo o portal oficial da Igreja Sara Nossa Terra, o Instituto de Vencedores, doravante I.V é um fruto da consolidação de líderes para a denominação que tem como intuito formar líderes para a vida pessoal e profissional. O curso é dividido em três módulos de aproximadamente quatro meses. A missão do I.V é capacitar o fiel para transformar as pessoas por meio do conhecimento básico dos princípios do cristianismo, além dos aspectos práticos para o exercício da liderança. <<http://www.saranossaterra.com.br/noticias/instituto-de-vencedores-treinamento-para-a-vida-consolidacao-do-chamado>> Acesso em 01 out.2015.

Programa	Ano	Emissora	Igreja	Teleevangelista
Alguém ama você	1978	TV Tupi /TVS	-	RexHumbarnd
Clube 700	1979	TV Record	-	Pat Robertson
<i>Praise the Lord</i>	1988	TV Record / Bandeirantes	Assembleia de Deus	Jimmy Swarggart

Figura 4 – Programas evangélicos norte americanos veiculados na TV brasileira.
FONTE: Fonseca (2003)

Porém, a história do tele evangelismo no Brasil começou um tempo antes. Segundo Fonseca (2003), tudo começou em 1962 com um programa da Igreja Adventista do 7º dia – *Fé para hoje* – comandada pelo pastor Alcides Campolongo. O autor reitera que devido ao amadorismo existente na televisão brasileira naquele período, outros programas locais foram desenvolvidos em diversos estados brasileiros. O quadro abaixo apresenta alguns dos programas nacionais pioneiros.

Programa	Ano	Emissora	Igreja	Teleevangelista
Fé para hoje	1962	-	Adventista	Alcides Campalongo
Café com Deus	Década de 1960	TV Tupi	Igreja Nova Vida	Reverendo McAlister
Jesus – a esperança das gerações	1974 1980- 1999	TV Record TV Manchete	Presbiteriana	Caio Fábio
Encontro com Deus	Década de 1960	Recife (TV local)	Presbiteriana	João Campos
Um pouco de sol	Década de 1960	São Paulo (TV local)	Batista	Rubens Lopes
Reencontro	1975	TV Rio / TV Bandeirantes	Batista	Nilson do Amaral Fanini

FIGURA 5 – Primeiros programas evangélicos brasileiros veiculados na TV.
FONTE: Fonseca (2007)

A história do envolvimento dos evangélicos com a mídia eletrônica, mesmo sem realizarmos uma longa discussão, apresenta o desenvolvimento de uma nova maneira de se relacionar com a religião. Consideramos ser uma recomposição de crenças em um contexto

marcado pelo destaque auferido à mídia no processo de reorganização social que está se transformando a todo o tempo. Afinal, vivemos em um mundo “global” que se desenvolve nos campos econômico, cultural e social.

A religião, que em tempos antigos era a principal referência para a vida em sociedade, acabou se tornando parte integrante e manipulável de um panorama aberto a novas ideologias e estratégias de comunicação que acabaram por desenvolver novos “crentes” – que passaram a ter condições de escolha pelo que atende aos seus anseios – e novos “movimentos religiosos” – que apresentam suas principais características e feitos por meio de estratégias argumentativas, se sobrepondo às mensagens centralizadas em Jesus Cristo. Aprofundaremos essa discussão no quarto capítulo. Na ocasião, falamos sobre a interface da mídia com a religião.

Na sequência discutiremos mais profundamente sobre a SNT, suas origens, sua liderança, doutrina e o investimento que tal denominação de origem protestante aufere sobre a mídia eletrônica para compreendermos a grandeza do projeto que a igreja possui para alcançar mais pessoas ao seu quadro de membros.

3 SARA NOSSA TERRA

No capítulo anterior descrevemos o processo de desenvolvimento do protestantismo ao longo da história e o posterior investimento na mídia eletrônica, além de um relato dos primórdios da mídia eletrônica evangélica norte-americana e no Brasil. Aqui faremos uma apresentação da origem histórica da SNT, sua doutrina, a biografia do seu fundador e o que leva a denominação a usar a mídia eletrônica para fomentar o desenvolvimento de suas mensagens para mais espaços no Brasil e no exterior.

3.1 A história e a doutrina

A SNT foi fundada na cidade de Brasília em fevereiro de 1992⁵¹ por Robson Lemos Rodovalho e Maria Lúcia Rodovalho. Sua origem está situada na década de 1970. Segundo Pires (2011) a denominação se situava na Rua 72, no centro da capital do Estado de Goiás.

Após receber uma palavra profética no início da década de 1990, Robson Rodovalho deixou o cargo de presidente da então *Comunidade Evangélica de Goiânia*, passando-o ao seu sucessor César Augusto, o vice-presidente da igreja naquela época. Em 1992, após uma ruptura com a comunidade de Goiânia, o pastor Robson Rodovalho funda a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra. Em 1997, ele adota o regime episcopal do governo eclesiástico e o implanta em seu ministério. Neste mesmo ano é consagrado bispo primaz desta igreja. (PIRES, 2011, p.122)

Conhecida pela informalidade do discurso religioso, o uso da linguagem coloquial e um maior despojamento em relação a roupas, acessórios, tatuagens, *piercings* e outros, a SNT é uma das maiores denominações neopentecostais brasileiras. Ela possui diversas fontes produtoras e fornecedoras de mercadorias consumíveis pelo mercado interno e externo e está associada a um grande aparato midiático.

Nos primeiros três anos, segundo Mariano (2005), a igreja abrigava grande proporção de fiéis de classe média, reunia não mais do que duas dezenas de jovens. Também conhecida no meio evangélico como “Embaixada do Reino de Deus”, atualmente possui cerca de 1080 templos no Brasil e no exterior, onde recebem nomes de acordo com o idioma nativo – nos Estados Unidos se chama *Heal Our Land* e nos países latinos de *Iglesia Sara Nuestra Tierra*. Seu nome, aparentemente, veio de um trecho de II Crônicas 7:14: “Se o meu povo, que se

⁵¹ Mas segundo Mariano conta, desde 1976, com o nome Comunidade Evangélica, Rodovalho já pregava como pastor de igreja no que já podia ser considerada a Sara Nossa Terra. Para ele, “a terminação Sara Nossa Terra só foi incluída em 1992, para diferenciá-la das demais comunidades evangélicas”. (MARIANO, 2005, p. 105).

chama pelo meu nome, se humilhar, e orar, e buscar [...] então eu ouvirei dos céus, e perdorei os seus pecados, e sararei a sua terra⁵²”

A SNT oferece uma vasta programação em seus cultos que envolvem a busca pela prosperidade de ordem material, cura interior, quebra de maldições, inclusive ferramentas litúrgicas voltadas de forma exclusiva para o sucesso empresarial ou financeiro. Em 23 anos de existência, a denominação conta com mais de 1,3 milhões de fiéis espalhados pelo Brasil e pelo exterior. Por ter “encabeçado o movimento gospel, tornaram os ritmos profanos da moda poderosos instrumentos de evangelização de jovens” (MARIANO, 2005, p. 45), e neste sentido, segundo Romeiro (2005), se tornaram conhecidos atraindo artistas seculares como Rodolfo Abrantes, Gretchen, Baby Consuelo e Monique Evans, além de políticos ao qual destacamos o atual presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, que foi membro da SNT por muitos anos. Para Mariano (2005), comunidades como a SNT “investem pesado na mídia eletrônica, só que além do rádio, também usufruem da TV.” (MARIANO, 2005, p. 46.)

Na mídia eletrônica, a igreja é detentora da Rede Gênesis de Televisão, “com programação diária através de transmissão via UHF e TV por assinatura” (FONSECA, 2003, p. 148) e da rádio difusora Sara Brasil FM, transmitida em território nacional. Existe ainda a Editora Sara Brasil, a revista Sara Brasil, o portal Sara Nossa Terra (www.saranossaterra.com.br), aplicativos para *smartphones* e páginas nas redes sociais *Youtube*, *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*. Cada mídia apresentada é considerada pela igreja um ministério de propagação de mensagens cristãs. A denominação está crescendo e apontando um estilo incisivo e corporativo na gestão, já que a própria SNT declara que a “nossa visão é formar líderes de êxito para o Reino de Deus⁵³”.

No seu portal, na internet, há a menção de que a igreja conta com creches, casas de recuperação para dependentes químicos e responde pelo programa de recuperação de jovens, o ministério Arena Jovem⁵⁴. A SNT realiza projetos voltados à assistência social. Dentre eles se destaca o “Projeto Pequenin⁵⁵” e, atualmente, o “Parceiros de Deus”.

⁵²2 Crônicas 7: 14. Disponível em: <www.bibliaonline.com.br/acf/2cr/7>. Acesso em: 14 out. 2015

⁵³ Instituto de Vencedores, v.1, p.19.

⁵⁴ Criada por Lúcia Rodovalho em 2003, o nome “Arena” surgiu como inspiração das arenas romanas que eram lugares conhecidos pelas lutas que eram realizadas. Tal nome inspirou a liderança da igreja a influenciar os jovens para lutarem contra o pecado por meio de aconselhamentos e orientações na fé com ênfase na transformação do indivíduo e da família para, posteriormente, andarem “nos caminhos de Jesus”.

⁵⁵ Desde 1994 já atendeu, segundo Pires (2011), a mais de 60 mil famílias carentes através da oferta de cursos profissionalizantes, assistência jurídica e até mesmo faz circular um ônibus clínico-odontológico com médicos e dentistas para prestar atendimento a população mais carente.

O “Parceiros de Deus” é o carro-chefe dos projetos sociais da SNT. Ele assumiu o “Pequeninos” e, segundo o *site* oficial⁵⁶, o projeto é uma instituição que arrecada recursos financeiros por meio de doações feitas por pessoas físicas ou pessoas jurídicas. Conta com uma logomarca que reflete o desenho de uma abelha que simboliza, segundo a denominação, o compromisso pessoal de ser um colaborador na propagação do reino de Deus,

[...] pois as abelhas, que se alimentam geralmente de néctar, são as mais importantes agentes de polinização. Na vida do cristão, o alimento é Cristo, pois ele é o nosso pão da vida como está escrito em João 6:48. E é dele a ordem de evangelização (polinização) – Mateus 28:19,20. [...] Uma abelha visita dez flores por minuto em busca do pólen e do néctar. O cristão deve diariamente buscar a presença do Senhor e não perder o foco da evangelização, pois sabemos que é por meio da propagação do evangelho de Cristo que virá o fim, como se lê em Mateus 24:14 “E este evangelho do reino será pregado no mundo inteiro, em testemunho a todas as nações, e então virá o fim” (PARCEIROS DE DEUS, 2015, s/p)



FIGURA 6: Logomarca do projeto “Parceiros de Deus”

Fonte: parceirosdedeus.com.br

Diante das leituras e das gravações que realizamos, verificamos no *site* do “Parceiros de Deus” que tal projeto é a fonte financeira que mantém o funcionamento de creches, da Rede Gênese de Televisão, da Rádio Sara Brasil FM e financia a abertura de novas igrejas pelo Brasil e no exterior. Em nossa coleta de dados, o projeto foi mencionado mais de 60 vezes, seja em comerciais, depoimentos dos ouvintes/telespectadores, dos bispos e pastores. Abaixo vejamos uma sequência discursiva mencionada pelo Pastor Jean acerca do projeto.

SeqDiscJean1: Talvez você que nos acompanha agora talvez não conheça o projeto Parceiro de Deus, não sabe como funciona. Eu quero explicar para você o que que é o Parceiro de Deus. Primeiro: é uma obra missionária. É alguns projetos daqui da igreja e alguns projetos sociais. Qual que é o foco? Expandir o reino de Deus! Levar a Palavra de Deus para muitas pessoas. Nós precisamos levar a Palavra de Deus para

⁵⁶<www.parceirosdedeus.com.br/o-que-e> Acesso em 22 set.2015.

vários cantos desse mundo. Você não vai conseguir fazer isso sozinho! Mas a sua oferta pode enviar pessoas. A sua oferta pode abrir clínicas! A sua contribuição, ela pode mudar a vida de muitas pessoas. E olha só, tem alguns projetos aqui do Parceiros de Deus, muito interessante, um deles é a abertura de igrejas no Brasil e no mundo. Você pensa! Nós abrimos aqui muitas igrejas em regiões periféricas e nas nossas igrejas, algumas delas, frequentam pessoas que já eram, que já foram do crime, que já foram do tráfico, que já foram usuários, que já tiveram a família destruída e quando começaram a frequentar a igreja, a vida delas começou a ser mudada, a ser transformada. A igreja é o maior projeto social da terra que eu conheço. É o maior projeto social da terra que eu conheço. Então, o pouco que você semeia no Parceiro de Deus, mais igrejas estão sendo abertas e esse mal está sendo cancelado, creia nisso! Mantém também, financeiramente, a rádio Sara Brasil e a Rede Gênesis de Televisão. Todos os dias você ouve o “Parceiro de Deus em ação” e que nós vamos passar daqui a pouco contando um pouco de histórias das pessoas que foram transformadas através desses projetos.

Pastor Jean
VCERAD – 13/02/2015

Para gerar uma compreensão ao alocutário⁵⁷ a respeito do “Parceiros de Deus”, conforme mencionado na “SeqDiscJean1”, o Pastor Jean apresenta uma definição do projeto como uma “obra missionária” que tem como objetivo expandir o Reino de Deus, alegando que a denominação deve levar a Palavra de Deus para todos os cantos do mundo, já que para o pastor isso não pode ser feito sozinho. Sem afirmar diretamente, o pastor Jean diz que a oferta destinada ao projeto levará pessoas para outros lugares – não houve uma explicação de quem e para onde. Diz ainda que as igrejas são abertas em regiões periféricas, ou seja, possibilita o acesso dos mais pobres ao campo religioso – uma ação tradicionalmente desenvolvida pelos neopentecostais, segundo Cunha (2007). Para gerar um impacto perante o alocutário, afirma que o “Parceiros de Deus” é o maior projeto que ele conhece em toda a terra. A oferta mantém, segundo o pastor Jean, a rádio Sara Brasil e a Rede Gênesis e também pode apresentar os testemunhos de fiéis que “mudaram de vida”. Tudo a partir do que chamam de “aliança” que corresponde a doações em dinheiro.

Sob o ponto de vista doutrinário, a SNT pode ser definida como cristã. Em seu *site* oficial – www.saranossaterra.com.br – são apresentadas as confissões mais fundamentais que a ligam ao cristianismo histórico:

- a) Cremos que a Bíblia é a palavra de Deus, inspirada e infalível (2 Pedro 1:21)
- b) Que Deus se revelou como Pai, Filho e Espírito Santo (2 Coríntios 13:14)
- c) Na divindade de Jesus, em seu nascimento virginal, em sua morte expiatória, em sua ressurreição corporal e em sua ascensão à destra do Pai. (I Tessalonicenses 4:14)

⁵⁷ Sujeito a quem o locutor se dirige. (DUCROT, 1987, p.23)

- d) Que o homem foi criado bom e justo, mas perdeu essa natureza por cair voluntariamente no pecado. (Gênesis 1:26-31)
- e) Que a única esperança para a salvação do homem é através do sangue redentor de Cristo (Hebreus 9:27)
- f) Que todos se arrependam de seus pecados e creem em Jesus como seu Salvador e Senhor, são salvos pela graça por meio da fé. (Efésios 2:6,7)
- g) Que a santificação e a vida vitoriosa são requisitos para a esposa⁵⁸ de Cristo (Efésios 5:25-27)

Não há, segundo Pires (2011, p.123), um manual oficial que informe as crenças dessa igreja em relação à Pneumatologia, ou seja, a doutrina do Espírito Santo. A SNT, segundo o estudioso, herdou crenças importantes da pneumatologia do pentecostalismo tradicional. Mariano (2005) ressalta que a denominação professa as questões:

- a) Eles acreditam na doutrina do batismo no Espírito Santo, mas não como requisito imprescindível para uma vida santificada;
- b) Eles acreditam no dom de falar em línguas (glossolalia)
- c) Eles acreditam no poder da profecia
- d) Eles acreditam no dom da cura física, mesmo que enfatize a cura emocional.

A SNT, mesmo que acredite na existência do mundo espiritual e na luta que os membros devem ter contra o que chamam de acordo com Pires (2011), de “Espíritos malignos”, tal assunto para o autor foi sendo deixado de lado a partir do século XXI por conta de uma literatura do líder da denominação, o bispo Robson Rodovalho. Atualmente, as mensagens proferidas pelo pastor são mais voltadas para o sucesso profissional e financeiro na vida intramundana.

O bispo Robson Rodovalho conta com crenças e valores que permeiam as doutrinas apresentadas na SNT e que acabam influenciando no desenvolvimento da denominação. Sua história condiz com isso.

⁵⁸ Segundo Allan (2008, s/p), a figura do casamento é usada frequentemente nas Escrituras para representar a relação entre Deus e seu povo. No Velho Testamento, Deus é o marido e o povo de Israel, a mulher. No Novo Testamento, Cristo é o noivo e a igreja, a noiva.

3.2 Vida e liderança do bispo Robson Rodovalho

O bispo primaz da SNT nasceu no ano de 1955, na cidade de Anápolis, Estado de Goiás. Robson Rodovalho, segundo Mariano (1999) é neto de Manoel Rodovalho, que se destacou na difusão do espiritismo doando terrenos, fundando centros e organizando associações espíritas. O pai era católico e a mãe era espírita. Além de assíduos às reuniões espíritas na casa do avô, Robson e sua mãe frequentavam festas e giras de umbanda nas tendas erguidas na fazenda da família, de acordo com o autor, por empregados oriundos da Bahia.

Segundo Pires (2011, p.126), o bispo Robson Rodovalho foi criado num ambiente de relativo conforto financeiro. Quando ele era adolescente enfrentou uma série de problemas por conta de acidentes, que ele chamou de “golpes que abalaram as suas crenças religiosas em guias espirituais” (RODOVALHO, 2000, p.12).

De acordo com Pires (2011), uma tragédia acontecida com a sua irmã mais nova e a irmã de um amigo abalou Robson Rodovalho e a sua relação com os guias espirituais. O estado de saúde de ambas era grave e o bispo afirmou ter se sentido impotente diante daquele quadro que ocasionou em um traumatismo craniano na sua irmã. Ele conta que seus guias não fizeram nada por ela naquele momento de angústia e desespero, o que acabou produzindo um golpe em suas convicções. “Sem dúvida, essa experiência foi um golpe em minhas convicções. A certeza que eu possuía de que aqueles guias a conduziram a Deus e que eles intervinham por mim estava profundamente abalada”. (RODOVALHO, 2000, p.12).

Chamado de “o golpe final” aconteceu meses depois num período de férias escolares. Ele, segundo Pires (2011, p.127) era fascinado por heroísmo e, movido por fantasias do universo adolescente em que revelava ter “o desejo de ser herói” (RODOVALHO, 2000, p.13). Robson mexia em uma espingarda de seu pai que terminou, acidentalmente, atingindo fatalmente o caseiro de seu pai que morreu em seus braços.

Ao forçar um dos cartuchos que não se ajustava, a arma disparou ferindo gravemente o caseiro da fazenda, que morreu. Robson, então com 14 anos, ficou desequilibrado emocionalmente com tiques nervosos e frustrado com os guias da umbanda que não o socorreram. Episódio que abalaria profundamente sua crença no espiritismo e na umbanda. [...] Passado quase um ano, se converteu a religião evangélica num acampamento organizado pela mocidade da Igreja Presbiteriana do Brasil, convidado por colegas de sua irmã. Logo, sua mãe se tornou Presbiteriana. Seu pai converteu-se em 1993. O avô converteu-se em idade terminal. De tradição espírita, quase toda a família Rodovalho tornou-se evangélica. (MARIANO, 2005, p.105)

Esses dois episódios abalaram o jovem Robson Rodovalho. Tempos depois, segundo Pires (2011), o bispo disse ter passado por uma experiência espiritual marcante e afirmou ter ouvido a voz de Deus. “Veio uma grande luz sobre mim. Senti a presença de Deus e, depois de seis horas de êxtase, ouvi aquela voz dizendo – foi por você que eu paguei esse preço, siga-me!” (RODOVALHO, 2000, p.18).

A sua primeira experiência eclesial foi na Igreja Presbiteriana do Brasil (IPB) e filiando-se à Mocidade para Cristo (MPC), onde se tornou presidente nas sucursais de Goiás e da região Centro-Oeste. De acordo com Mariano (2005), aos 17 anos, sob a influência das Igrejas Batista e Presbiteriana Renovada, além da Assembleia de Deus, recebeu orientação do missionário norte americano, John Walker, para abrir a sua própria igreja em 1976, considerada embrião da SNT - a Comunidade Evangélica de Goiânia. No mesmo ano casou-se com Maria Lúcia, que atualmente também comanda a SNT. A terminação foi modificada em 1992 para Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra que, segundo Pires (2011), tem como intuito diferenciá-la das demais comunidades evangélicas do país.

Durante a sua vida ministerial, o bispo Robson Rodovalho afirma ter tido influências importantes.

[...] eu estive ligado com alguns missionários americanos, entre eles eu quero citar os pastores John Walker e Jack Stilles que foram usados por Deus para serem meu referencial e me discipular em verdades e fundamentos bíblicos muito importantes. E, também, na unção profética da Palavra. Deus também usou muito o Benson Idahossa que já faleceu, um apóstolo da fé. Foi quem transmitiu um manto de fé sobre a minha vida, me ungiu apóstolo e bispo e, também, no mesmo período, Myles Monroe⁵⁹.

Abaixo dele, na hierarquia da denominação, ficaram os bispos regionais, seguidos pelos coordenadores distritais (pastores que supervisionam entre cinco e sete igrejas) e, na base, pelos pastores locais. Dentre suas características marcantes está o “ensino de quebra de maldições hereditárias, posição doutrinária que foi abraçada por muitos outros grupos evangélicos.” (ROMEIRO, 2005, p.59.).

O bispo Robson Rodovalho é professor licenciado de Física da Universidade Federal de Goiás. Segundo Pires (2011, p.126), o líder é especializado em Ressonância Magnética Nuclear e em Naturologia e Ciência em Saúde Natural. Ele lecionou por 15 anos na instituição. É proprietário da Editora Koinonia, autor de 39 livros⁶⁰ que abordam temáticas como Ciência, Saúde, Batalha Espiritual, Liderança, Crescimento Espiritual e Finanças, além

⁵⁹<<https://impactoradical.wordpress.com/2007/09/30/bispo-robson-rodovalho-como-tudo-comecou/>> Acesso em 22 set.2015.

⁶⁰<<http://bisporodvalho.com.br/livros>> Acesso em 03 ago. 2015

de oito CD's⁶¹ e DVD's que ele também compõe e canta. Em entrevista a revista IstoÉ, em 2001, o bispo Robson Rodovalho afirmou que as igrejas evangélicas eram desorganizadas. “Eu quis criar uma que fosse nacional e tivesse uma nova visão administrativa e personalizada⁶²”.

Para o bispo Robson Rodovalho, segundo Pires (2011), a igreja de Jesus Cristo está sendo levantada para um mover de cura e restauração, tanto para o Brasil quanto para as nações. A visão que ele possui se fixa na expressão “Sara a nossa terra”. Tal crença começou a ser difundida nos anos 1980 em um de seus livros, intitulado “Igreja Vencedora”.

Para dar sustentação à sua interpretação teológica, o bispo Rodovalho parte de um pressuposto cristológico: a doutrina da morte de Cristo. Para ele, essa doutrina é considerada mais que um fato teológico que redimensiona a esperança do povo de Deus para a vida eterna (PIRES, 2011, p.129)

Para o bispo Robson Rodovalho, a morte de Cristo é um evento central cuja implicação direta se desdobra numa nova filosofia da história na qual o domínio da igreja no mundo é algo estabelecido por Deus.

O que Adão entregou (ao diabo), Jesus resgatou (na morte). E é por isso que mesmo tentado pelo diabo, Jesus não se rendeu. Pelo contrário, Jesus fala para o diabo que Ele vai tomar a autoridade e a glória dele. Isso não quer dizer que o diabo ia entregar a Jesus, e sim que a posse dele sobre o poder e autoridade são ilegítimos, ou seja, ele não é o ser que deveria estar com essas duas coisas nas suas mãos. Jesus disse que iria tirar porque Jesus iria derrotá-lo na cruz. (RODOVALHO, 2004, p.26, grifo nosso).

O bispo Robson Rodovalho (2000, p.29) afirma que o cristianismo tem dado muita ênfase no propósito de Deus em salvar vidas. Para ele, não é necessário que as pessoas carreguem sofrimentos, enfermidades e dores, se Jesus o fez por todos. Quer dizer que, para ele, a igreja deve assumir sua condição histórica de governo sobre as nações tendo como missão o estabelecimento do reino de Deus na terra, ou seja, promover uma função de assegurar o domínio da igreja sobre o mundo.

Não é nosso intuito focarmos mais detalhadamente sobre a vida do líder da SNT, o bispo Robson Rodovalho. As informações mencionadas fazem parte de um arcabouço de dados que servirá como ferramenta para auxílio na análise deste trabalho. A seguir, trataremos com mais ênfase a mídia eletrônica da SNT.

⁶¹<<http://www.saramusic.com.br/artistas/bispo-rodovalho/>> Acesso em 03 ago. 2015.

⁶²<http://www.terra.com.br/istoegente/112/reportagem/robson_rodovalho.htm> Acesso em 22 set.2015.

3.3 SNT e a mídia eletrônica

A SNT dispõe de uma grande estrutura de comunicação para levar mensagens religiosas aos seus seguidores. Em 1997, conseguiu uma concessão de televisão em Brasília e em 2001 de rádio. Surgiu a partir daí a Rede Gênesis de Televisão e a Rádio Sara Brasil FM, respectivamente. A programação de ambos os veículos pode ser acompanhada de várias partes do Brasil e também pela internet.

Em ambas emissoras é veiculado o *corpus* de nossa pesquisa - o programa *Vida com Esperança*⁶³, de segunda a sábado a partir das 10 horas na Rádio Sara Brasil FM, às 12 e 18 horas pela Rede Gênesis. O programa é apresentado pelos pastores Jean Fanurakis e Saulo Quaresma (rádio) e pelo bispo Robson Rodovalho (TV). Conta com mensagens de fé, testemunhos, música, oração e entrevistas. A logomarca do programa apresenta um “V” que possui relação com vida. O círculo aliado a esse “V” indica uma pessoa de braços abertos.



FIGURA 7: Logomarca do programa “Vida com Esperança”
Fonte: www.redegenesis.tv.br

Em cada mídia há um roteiro específico, porém o mesmo alvo – a adesão pelos alocutários para participarem do projeto “Parceiros de Deus”. No rádio, o programa conta com a seguinte sequência em sua programação: a) saudações; b) “Palavras de vida” com o bispo Robson Rodovalho; c) Testemunho do ouvinte; d) “Palavras que saram” com a bispa Lúcia Rodovalho; e) músicas; f) Parceiros de Deus; g) encerramento com oração. Entre um quadro e outro há comerciais que divulgam as atividades da SNT (cultos e campanhas), o projeto “Parceiros de Deus”, CD’s e DVD’s da gravadora Sara *Music*, programas da grade da emissora, além de livros dos bispos Robson e Lúcia Rodovalho.

Na Rede Gênesis o programa é apresentado nos estúdios da emissora em Brasília. A sequência da programação apresenta: a) saudações com a oração do meio dia; b) Palavras de

⁶³ Disponível em: <<http://redegenesis.tv.br/nossos-programas/vida-com-esperanca/>> Acesso 16 set.2015

vida; c) divulgação dos eventos da igreja; d) entrevista no estúdio com um fiel da igreja; e) Palavras que saram; f) Parceiros de Deus; g) Encerramento com oração.

Aqui apenas apresentamos o que contém a programação do *corpus* dessa pesquisa. O detalhamento acerca da programação e suas estratégias argumentativas em nossa análise serão apresentados no quarto e sexto capítulos dessa dissertação, respectivamente.

3.3.1 Rede Gênesis

A ideia de difundir uma televisão *gospel* sem barreiras denominacionais em que todas as vertentes do protestantismo podem difundir os seus conceitos e suas crenças não foi do bispo Robson Rodovalho ou de sua esposa, a bispa Lúcia Rodovalho. De acordo com Lima (2006), as bases mercadológicas desta emissora estão bem delimitadas desde o início.

A TV Gênesis nasceu de um projeto de Zoroastra Santana. Ele havia realizado uma pesquisa no Distrito Federal e, baseado em seus resultados, criou um canal erótico que vendeu 50 mil assinaturas em um mês. Nesta mesma pesquisa ele constatou que os evangélicos representavam um mercado em expansão. Ele fez o convite ao Robson Rodovalho que comprou o projeto e criou a TV Gênesis. (LIMA, 2006, p.32).

A figura a seguir apresenta a cobertura da emissora em todo o país, especialmente nas principais capitais e algumas cidades do interior.



FIGURA 8 – Mapa de cobertura da Rede Gênesis de Televisão

Fonte: redegensis.tv.br

A autora reitera que o canal entrou no ar com testes de sinais em maio de 1997 na capital do Brasil, por meio do Canal 30 UHF. Na época, não existia a possibilidade de formar rede, pois era chamado apenas de Canal Gênese. De acordo com Lima (2006), após pesquisa de mercado realizada em Brasília junto aos evangélicos, pouco depois da emissora entrar no ar, observou-se a necessidade e o interesse dentro do referido campo social para a criação de um canal exclusivo e direcionado segundo as preferências, interesses e hábitos praticados entre o público evangélico. Tal ideia teve grande aceitação entre as igrejas evangélicas de Brasília.

Segundo a autora, o bispo Robson Rodovalho era apresentador do programa “Sara Nossa Terra” que tinha uma hora de duração e era exibido nas redes Bandeirantes e Manchete (atual Rede TV!). Somente em julho de 1997, de acordo com Lima (2006), o Canal Gênese passou a operar em definitivo. Tornou-se o primeiro com uma filosofia interdenominacional, ou seja, um dos canais de televisão que agregaram diversas denominações e correntes cristãs evangélicas do país. O bispo Robson Rodovalho, fundador da emissora, decidiu investir em um canal de TV com 24 horas de programação diárias.

Para Lima (2006), esta ação foi um grande desafio para o bispo Robson Rodovalho, considerando a falta de experiência neste ramo e a mudança de visão dentro da comunidade de cristãos, que até então tinham curto espaço de tempo para ouvirem mensagens religiosas nos mais diversificados canais de TV. Antes da virada do milênio o então Canal Gênese sofreu, segundo a autora, várias transformações. Houve a mudança de sua logomarca, a alteração do nome Canal Gênese para Rede Gênese de Televisão com o slogan: "TV Gênese, feita para você!".

Ocorreram ainda, de acordo com Lima (2006), a remodelação das vinhetas e chamadas, a apresentação da nova grade de programação com programas então inéditos, filmes, desenhos e documentários, todos voltados para o público evangélico, além de shows especiais e a inclusão de igrejas e denominações evangélicas dentro do novo formato. A emissora também acabou adquirindo equipamentos de última geração e estrutura física com o intuito, segundo Lima (2006), de promover a expansão da emissora em território nacional por meio da aquisição de sinal via satélite.

Atualmente, o canal, segundo o seu *website* oficial – www.redegenesis.tv - alcança 16 milhões de pessoas em seis milhões de lares. Sua cobertura, em TV aberta, abrange mais de 20 estados brasileiros. Em canal por assinatura, outras 300 cidades de diferentes estados recebem o sinal da Rede Gênese. Seu sinal se estende para os Estados Unidos, Argentina, Portugal, Uruguai, Europa e África. A sede da emissora fica em Brasília, ao lado da sede da

SNT. Lá é gerado, via satélite, o sinal que transmite a programação para todas as regiões em que a emissora está no ar. A TV é transmitida em rede aberta em Uberlândia pelo canal 42 UHF.

Os programas gravados em outras cidades no país ou no exterior são enviados à sede da TV que aprova ou não os conteúdos e gera o sinal, da capital federal, para o seu local de destino. Lima (2006) confirma que a censura que pode ser aplicada pela direção da Gênese aos programas produzidos por outras igrejas ou empresários é previamente expressa em contrato. Não é permitido exibir cenas de nudez, violência explícita, drogas lícitas ou ilícitas.

A programação do canal é variada e multid denominacional. É possível ver outras vertentes do protestantismo na emissora com programas de igrejas Presbiteriana, Batista, Adventistas, Neopentecostais como o da Igreja Mundial do Poder de Deus, inclusive de representantes internacionais. O conteúdo, por ser religioso, destaca as transmissões de cultos e de programações especiais realizadas pela igreja como também programas de cunho político e jornalístico, além de debates sobre a situação econômica e política do país e os problemas sociais que afligem a população. Estes são apresentados por bispos ou jornalistas ligados à instituição. A grade também conta com programas infantis, da SNT de várias cidades do Brasil, incluindo Uberlândia.

Lima (2006) confirma que existem três núcleos de produção na TV: o de entretenimento, o eclesiástico e o de jornalismo.

Cada núcleo funciona independentemente da diretoria, que é consultada apenas para acertar a transmissão de eventos, datas importantes ou movimentos políticos dentro da programação. Dentro do pacote de entretenimento oferecido pela TV Gênese, pode-se acompanhar a exibição de filmes, desenhos animados, clipes de música e vídeos educativos de utilidade pública como o programa TV gramática, que exibe dicas de português para vestibulandos ou pessoas que estão se preparando para concursos. Dentro da programação eclesiástica, está a transmissão de cultos e programações especiais da Sara Nossa Terra ao vivo e programas liderados por bispos ou pastores de outras igrejas. É válido lembrar que a veia missionária está presente dentro de toda a programação da TV Gênese, mesmo nos programas de cunho político, educativo ou de entretenimento. (LIMA, 2006, p.26)

A divisão por núcleos apresenta uma organização por parte da Rede Gênese que apresenta programas que levem a todos os telespectadores um conteúdo eclético, porém limitado.

3.3.2 Rádio Sara Brasil FM

Criada em 2001, a emissora, que tem como slogan “A rádio para quem ama Jesus!” trabalha, segundo Ribeiro (2014), para atender a proposta do líder da denominação, o bispo Robson Rodovalho de que o perfil é muito jovem e que possuem um trabalho muito forte com este público. Um dos pastores da denominação, João Batista de Araújo, relatou em entrevista feita para a pesquisadora que a SNT é uma igreja que usa a rádio para propagar louvores bem animados. “Não somos muito tradicionais. Nos preocupamos mais com vidas do que com religiosidade. É uma igreja muito boa de se congregar”, afirma o religioso.

A emissora conta com uma programação veiculada 24 horas por dia com enfoque totalmente voltado para o cristianismo. A rádio possui ainda veiculação em rede através do seu endereço na internet – www.sarabrasilfm.com.br. A programação varia entre pregações, aconselhamento pastoral e hinos religiosos nos mais variados ritmos, dando ênfase às produções da gravadora da igreja, Sara *Music*. Algumas das programações são encabeçadas pela central da emissora, em Brasília. No que se refere às informações, a rádio oferece, segundo o autor, pouco espaço para veiculação de boletins de hora em hora, abrindo espaço também para a veiculação de mensagens religiosas advindas de outras denominações.

A sequência dessa dissertação apresentará a interface entre a mídia, a religião, o poder e o consumo para a formação e desenvolvimento da Religião Midiática que teve a sua consolidação no protestantismo PI e PIR. Trataremos ainda da busca das religiões midiáticas em usar em seu conteúdo de dinâmicas mais voltadas ao entretenimento e a um jogo de percepções e sensações, possibilitando uma relação de paixão.

4 A INTERFACE MÍDIA-RELIGIÃO-PODER-CONSUMO

Quando observamos o Brasil atualmente percebemos a existência de uma pluralidade religiosa cada vez mais crescente e, de forma concomitante, o aumento de novas igrejas. Segundo Weber (2007), apesar dos efeitos do pensamento cada vez mais racional e da modernidade, ele acreditava ser impossível viver em um mundo sem que houvesse uma crença. A religião é algo significativo na história da humanidade. De acordo com Draper *apud* Capela (2011), é provável que existam aproximadamente mais de dez mil religiões no mundo. Aragão (2012, s/p) afirma que a religião cristã era praticamente fixa no século XX. Em 1900 havia 558 milhões de cristãos em todo o mundo. Há três anos o número aumentou para dois bilhões. Um crescimento de praticamente 400% em 112 anos. O mesmo autor relata que os cristãos reuniam-se em 400 mil congregações no último ano do século XIX. Em 2012 esse número ultrapassou a 3,5 milhões de templos em todo o mundo.

Esses números somente reforçam que a crença em Deus ou em uma entidade superior por meio de uma doutrina continua sendo, segundo Mariano (2005), o caminho escolhido por muitas pessoas em todo o mundo. Apesar de todas as conquistas científicas e dos grandes avanços tecnológicos referentes à informação que o homem vem experimentando nos últimos anos, a religião permanece e se mantém viva, reforçando, nutrindo, ampliando a crença das pessoas que acham na fé o conforto tão necessário.

A promoção da mídia possibilitou às pessoas a relação com alguma crença, inclusive no campo religioso, o acesso ao diferente, ao rápido, ao instantâneo, a diversidade de informações e as oportunidades de interação com o santo ou sagrado. Até aqui descrevemos o protestantismo, sua história e as conseqüentes ramificações desde Martinho Lutero até o neopentecostalismo que é praticado pela SNT, além da expansão das denominações de origem protestante através da mídia. Apresentamos também a igreja que motivou a construção dessa dissertação, sua doutrina, liderança e ferramentas midiáticas usadas por ela. Ficou para trás, segundo Fausto Neto (2004) o período em que a religião se fechava dentro de si, que tinha pouco diálogo com o mundo ao seu redor. Nos últimos anos a comunicação cristã assumiu novos contornos com a utilização dos meios e as religiões no Brasil transformaram e reconfiguraram a sua linguagem, por meio de uma cultura veiculada pela mídia que usa do som e das imagens, o que remete ao ponto de vista da pós-modernidade, que não debateremos aqui, mas que vale a menção.

A partir deste capítulo faremos reflexões e considerações acerca da relação dos meios de comunicação com o campo religioso, especificando o poder dessa ferramenta perante a

sociedade e a condição gerada por ela no que se refere ao consumo estabelecendo uma reflexão de como os meios podem ressignificar o mundo dos seus fiéis.

4.1 A busca pelo sagrado

Aragão (2012, s/p) destaca que atualmente 2,5 bilhões de pessoas assistem e ouvem programas cristãos de rádio e TV todo o mês no mundo. A previsão para o autor é de que esse número chegue a 3,8 bilhões em 2025. Isso sem contar a internet que sequer pode ser medida *a priori*. A título de comparação, o autor afirma que em 1982 cerca de 750 milhões de pessoas tinham acesso a programas cristãos nos meios de comunicação, ou seja, quase cinco vezes menos em relação aos dias atuais.

A história da civilização humana nos mostra que sempre o homem de alguma maneira está à procura de um ser superior a quem possa recorrer a fim de solicitar uma ajuda, responder perguntas, indagações, inclusive realizar milagres. Esta instituição é a Igreja⁶⁴. Atualmente ligamos a televisão ou o rádio e por algum momento sintonizamos em um programa religioso. Estes podem ser católicos, protestantes, pentecostais, neopentecostais, espíritas, umbandistas, entre tantos outros. No campo da religião, todas as denominações são organizadas socialmente.

A quantidade crescente de programas religiosos na mídia eletrônica evidencia uma disputa pelos espaços midiáticos entre as denominações cristãs, ao qual destacamos as igrejas cristãs neopentecostais brasileiras, seja no investimento em horários em emissoras terceirizadas ou na formação de emissoras próprias. Para Klein (2006), “ampliar a voz do evangelho pelos meios eletrônicos de comunicação é, antes de tudo, uma estratégia missionária, o falar com a finalidade de arrebanhar novos fiéis”. (KLEIN, 2006, p.143).

Partimos do princípio do *tornar comum* que é o significado da palavra “comunicação” que vem do latim *communicare*. A comunicação não existe separada da sociedade e é indispensável para que haja vida social. Para Martino (2001), o termo comunicação possui uma dispersão de sentidos, encontrando em determinados aspectos proximidade com relação, ação em comum e compartilhamento.

Já Bourdenave (1996, p.16) destaca que “a comunicação não existe por si mesma, como algo separado da vida da sociedade, [...] a comunicação confunde-se assim com a

⁶⁴ Etimologicamente, o termo Igreja vem do grego *ekklesia* que é composta por dois radicais: *ek* que significa *para fora* e *klesia* que significa *chamados*, ou seja, “os que foram chamados”. Designa também as assembleias do povo ou a reunião de pessoas. Desde o século IV também indica um templo religioso. (O QUE É A IGREJA? Disponível em: <<http://www.gotquestions.org/Portugues/definicao-igreja.html>>. Acessado em: 20 mar.2015

própria vida, [...] é muito mais do que os meios de comunicação social”. Barbosa & Rabaça (1987), destacam que a comunicação consiste diretamente em promover uma troca de experiências com o intuito de tornar um patrimônio, mudando a disposição mental dos envolvidos, “incluindo todos os procedimentos por meio dos quais uma mente pode afetar outra, envolvendo não apenas as linguagens oral e escrita, como também a música, as artes plásticas e cênicas, ou seja, todo comportamento humano”.

Com o intuito de tentar buscar uma definição para comunicação, Martino (2001) aborda uma ideia de que o suporte, o livro, por exemplo, só se torna comunicação por meio da interação, da relação. O livro pode ser de forma virtual uma comunicação. Entrementes, só se torna comunicação a partir do momento em que é lido, chegando a diferenciar informação e comunicação ao afirmar que “informação se refere [...] à organização dos traços materiais por uma consciência, enquanto o termo comunicação exprime a totalidade do processo que o coloca em relação duas (ou mais) consciências” (MARTINO, 2001, p.17).

A comunicação no *mass media* ou meios de comunicação de massa passou a ser adotada nas denominações neopentecostais com muita facilidade e, normalmente, é vista por Patriota (2007) como um instrumento eficaz no mercado religioso cada vez mais competitivo. Para Bourdenave (1996),

[...] a comunicação é a força que dinamiza a vida das pessoas e das sociedades; a comunicação excita, ensina, vende, distrai, entusiasma, dá status, constrói reputações, orienta, desorienta, faz rir, faz chorar, inspira, narcotiza, reduz a solidão e num paradoxo digno de sua infinita versatilidade produz até incomunicação. (BOURDENAIVE, 1996, p.52)

Sob a ótica do saber humano, a questão direcionada por Martino (2001, p.20) é se “a comunicação é um saber, uma ciência, ou simplesmente o termo designa uma série de saberes que se debruçam sobre certa ‘matéria’ que lhes é comum”.

A ferramenta para a constituição da comunicação é a palavra. De acordo com Jobim e Souza (1994, p.126), tanto Bakhtin quanto Vygotsky destacam o valor fundamental da palavra como o modo mais puro de interação social. Mas, se para Vygotsky o significado da palavra é a chave da compreensão da unidade dialética entre pensamento e linguagem e, como consequência, da constituição da consciência e da subjetividade, para Bakhtin (1981, p.37), a palavra, além de instrumento da consciência, é, também, espaço privilegiado da criação ideológica. De acordo com Bakhtin e Volochinov (1992), a língua, enquanto prática viva está ligada à consciência linguística do locutor e do receptor como linguagem existente num conjunto de contextos possíveis. Em decorrência disso, a “palavra” nunca será empregada

como um item dicionarizado, mas nas mais diferentes enunciações dos locutores, nas mais diversas enunciações de sua prática linguística. Bakhtin e Volochinov (1992) explicam que a “palavra” sempre se dá em contextos de enunciações precisos, logo, em um contexto ideológico preciso e, em decorrência disso, a palavra sempre estará “carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial”, pois “não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc” (BAKHTIN E VOLOCHINOV, 1992, p.95).

A maneira como a religião se apresenta aos seus fiéis mudou ao longo dos anos. Este campo, além de outros campos sociais, precisou se adequar a um cenário novo onde os meios midiáticos passam a administrar as relações entre os campos. Este cenário está composto por processos de comunicação e por novas maneiras de se comunicar ao qual a mídia passou a afetar as práticas sociais religiosas, provocando mudanças nos modos de operar este campo que se reestruturou e adotou estratégias com uma roupagem midiática para atingir os seus fiéis. A SNT é uma das igrejas que utilizam este artifício, pois de acordo com Borelli *et al* (2010, p.105) este perfil denominacional já nasceu dentro de uma lógica midiática e faz uso desses recursos para divulgação, promoção de suas crenças e também como uma força estratégica para permanecer no mercado religioso.

A autora ilustra ainda que os meios de comunicação seriam ferramentas da expansão de um mercado, no qual haveria o trânsito livre de informações e bens culturais ou mensagens. Para a autora, muitas pessoas tendem a se tornarem consumidores de comportamento emocional e aclamatório, e a comunicação pública dissolve-se em atitudes estereotipadas, de recepção isolada, onde Habermas (1984) cita como “refeudalização da sociedade”.

Mesmo com o intuito de promover a interação, os meios de comunicação normalmente se apresentam de forma ativa e direta, inclusive no campo religioso. Fiegenbaun (2006) acredita que esta é uma

[...] visão utópica e, até mesmo, simples a respeito do uso dos meios de comunicação pelas igrejas, mas não deixa de ser interessante observar que ainda sob outro prisma, os meios de comunicação de fato não atuam de modo indiferente quando colocados a serviço da evangelização, ou seja, o campo midiático não tem papel passivo, mas ativo na sua relação com o campo religioso. (FIEGENBAUN, 2006, p.20)

As denominações religiosas neopentecostais, em especial, a SNT, serve de exemplo neste foco em estar mais ativo na mídia eletrônica junto aos seus fiéis através de projetos de manutenção da estrutura de comunicação, destacando o projeto “Parceiros de Deus”.

4.2 A Religião Midiática

Se por um lado os templos se mantêm de pé, o campo religioso se pluralizou para espaços que, segundo Fausto Neto (2004, p.141) é conhecido como “Templo Midiático”. Para ele, as religiões não contam apenas com uma prédica de religião abstrata, mas ela necessita de uma “economia de contato⁶⁵”, ou seja, é aquela que usa da mídia para criar um “ambiente SOS” e de terapeutização por meio de uma “palavra pronta”. A religião, mesmo sendo um sistema de fé ou de crença, se difere da crença privada na medida em que se tem um aspecto público.

Ela acabou tomando uma nova formatação a partir do momento que adotou a mídia como ferramenta de propagação de seus valores, criando métodos de interação através de discursos distintos, com argumentos variados e diretos. Surge assim a Religião Midiática ou Religião da Mídia, que se reporta, segundo Fausto Neto e Valdetaro (2010) a uma arquitetura comunicacional midiática, promovendo relações entre produtores e receptores de mensagens, levando em conta as transformações sociais e econômicas existentes em seu macroambiente.

Essa Religião Midiática é resultante de um fenômeno que Gomes (2008) chama de *Midiatização*. Para ele, o fenômeno é uma reconfiguração de uma ecologia comunicacional, ou seja, é a transformação da sociedade dos meios – não relacionada apenas com a existência de ferramentas sócio-técnico-discursivo que promove a intermediação e a interação entre os campos sociais – “em uma sociedade onde a cultura, lógicas e operações midiáticas afetam, relacional e, transversalmente, a própria sociedade, no âmbito mesmo de suas diferentes práticas” (GOMES, 2008, p.03). Ele reforça ainda que a midiatização é a chave hermenêutica para a compreensão e interpretação da realidade, ou seja, a sociedade se percebe a partir do fenômeno da mídia que foi ampliado a partir do rádio e da televisão. Isso acaba possibilitando a condição da mídia, para o estudioso, como *locus* da compreensão da sociedade.

Aceitar a midiatização como um novo modo de ser no mundo põe-nos numa nova ambiência que, mesmo que tenha fundamento no processo até agora desenvolvido, significa um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal. Mesmo

⁶⁵ Examinada por Matta (1999) destaca o papel dos meios em tentar a presença, na esfera pública, de rostos e vozes, ou seja, os meios destacam-se como lugar de encontro, de realização de uma comunidade inclusiva.

que as mediações material e simbólica estejam unidas no processo de midiatização, essa não é um degrau a mais no processo evolutivo, mas um novo qualitativo, síntese na dialética sujeito/objeto. (GOMES, 2007, s/p)

Para o autor, a midiatização está para a história humana assim como está para a invenção da escrita. Quer dizer que à medida que os meios de comunicação foram se desenvolvendo as instituições religiosas foram se apropriando desses meios como extensões da voz, da imagem e da própria ação.

Fausto Neto (2004) destaca que a midiatização, especialmente no campo religioso, evolui no Brasil por três diferentes fatores: primeiro ele afirma ser por conta da Indústria Cultural, pois capturar fiéis é uma ação que pode ser compreendida se observarmos o alto investimento das igrejas na propagação de suas mensagens nas emissoras de rádio e televisão comerciais no Brasil. A SNT, por exemplo, investiu na aquisição da Rede Gênese e na Rádio Sara Brasil; na internet investiu em lojas virtuais com estruturas de *e-commerce* para vendas; na comercialização de CD's e DVD's através da gravadora Sara Music, além da participação dos líderes da denominação em eventos ao qual destacamos o bispo Robson Rodovalho. Mesmo sendo líder religioso, ele ministra palestras em conferências com temas ligados a ciência, a física quântica e a administração financeira para pessoas físicas e pessoas jurídicas (empresas com ou sem fins lucrativos). Já a bispa Lúcia Rodovalho, pela sua formação na área de psicologia com especialização em terapia familiar, apresenta palestras para públicos diversos com temas ligados a gestão do tempo, o poder da mente, vida familiar, sexualidade na adolescência e relacionamentos voltados para casais e solteiros, dentre outros.

Seguindo o mesmo raciocínio de Fausto Neto (2004), o segundo motivo da evolução da midiatização no campo religioso brasileiro se deve a existência de um mercado religioso para as ofertas que são apresentadas na mídia. Promessas de transformações, de curas milagrosas, de restauração na vida sentimental, na restituição da vida financeira. A SNT atinge diretamente uma classe populacional diversa que, tradicionalmente, “saíram em busca de uma vida mais digna [...] e que são alvo das mais diferentes políticas públicas, sociais, assistenciais e religiosas postas em práticas pelas instituições” (FAUSTO NETO, 2004, p.146, 147).

O terceiro motivo deve-se ao protagonismo do campo religioso em virtude da falta de envolvimento do Estado e outras instituições perante a ações político-assistenciais. Segundo o autor, a religião deixa de ser uma abstração. A SNT, por exemplo, se coloca como um horizonte de resolução, mesmo que provisória, dos problemas cotidianos de um espaço social. Para confirmar esses dizeres abaixo colocamos uma sequência discursiva com o pastor Jean

na Rádio Sara Brasil FM que relata um questionamento que ele recebeu sobre a participação da SNT em atividades que são de responsabilidade do Estado.

SeqDiscJean2: O ateu não acredita que Deus existe. Eu tenho um conhecido que estava questionando as igrejas falando que as igrejas teriam que pagar para poder fazer os cultos, que não poderia ser daquela maneira e aí, um amigo meu que é pastor também. Ele se levantou e falou: “por que nós temos que pagar (o Parceiros de Deus)? Por que que nós temos que pagar?” Por que nós fazemos o trabalho que o governo não faz e nós temos que pagar ainda por isso? [...] Então... nós temos que fazer o trabalho do governo e ainda pagar! O governo é que deveria tá nos ajudando. É o próprio governo, o próprio Estado que deveria estar nos ajudando porque nós estamos fazendo o trabalho deles!

Pastor Jean
VCERAD – 26/08/2015

Fica evidente pela sequência discursiva apresentada que a própria SNT sabe do papel dos governantes no que se refere à manutenção da qualidade de vida da população. Mesmo assim, a denominação assumiu a responsabilidade de ajudar com creches, clínicas de recuperação para usuários de drogas, serviços escolares, por exemplo, para uma camada da população que pode ser desprovida do suporte que é prioritariamente do Estado.

A reflexão feita pelo autor significa que na sociedade da comunicação, a tecnologia midiática trabalha na construção de sentido, induzindo a partir de então uma forma de organização social. As grandes mudanças nos aspectos social e cultural das sociedades modernas contemporâneas têm acarretado, inclusive, mudanças inclusive na ordem do discurso. De acordo com Habermas (1984), estas mudanças discursivas são reflexos da colonização do mundo da vida pelos sistemas do Estado e da economia. Dessa forma, ocorre um movimento de extensão deste mercado que está reconceituando suas atividades como produção e marketing para consumidores. Isso dá a entender que o discurso religioso se vê afetado por essas transformações e seus conteúdos apresentados na mídia eletrônica não refletem apenas crenças e valores do que é denominado religioso ou da esfera espiritual. Eles expressam, ainda, outros interesses, significados e sentidos.

A crescente valorização dos meios de comunicação e o excesso de informações geradas por eles produziram receptores passivos, desmobilizados diante de uma realidade em que a economia capitalista e globalizada gera a impressão de que o mundo está sem limites. A mídia eletrônica possibilitou novas sociabilidades. Vemos à medida que os anos passam religiões cada vez mais presentes nos meios de comunicação. Tal circunstância possibilitou uma busca maior das pessoas pela religiosidade, fazendo com que eles se abasteçam de repertórios religiosos peculiares que são desenvolvidos constantemente.

Para Pulga (2006), ao longo da história, o comportamento da Igreja se orientou pelo exercício da censura e repreensão, ou inquisição no que diz respeito aos processos de reprodução da palavra escrita, pois desde Gutemberg apropriou-se do primeiro meio de comunicação de massa – a prensa – e no início do século 20, a religião, no que diz respeito aos meios, avançou para inúmeros espaços sociais. O homem passou a ter um maior contato com o universo religioso sem ter a necessidade de buscar uma instituição social que pudesse auxiliar em tal contato.

O uso dela enquanto meio de transmissão, de difusão, pelo menos por parte do cristianismo é antigo. Para Fausto Neto (2004), a pluralidade social, o trânsito cultural, a estetização da vida cotidiana, a predominância das imagens, o simulacro, o virtual, o hedonismo e a intensidade de percepções fez com que o mundo se tornasse reencantado. A mídia eletrônica se tornou uma das principais fontes supridoras dos desejos e emoções do homem contemporâneo.

Hoje as igrejas se tornaram midiáticas e, conseqüentemente, tornaram públicos os sermões ou pregações e proporcionaram aos ouvintes e telespectadores a chance de se envolverem com as denominações. Esse novo clima cultural trouxe consigo uma forte demanda por mensagens de autoajuda, otimismo e esperança, as quais produziram esforços dos clérigos e leigos no atendimento de desejos e necessidades temporais dos fiéis. As mídias, segundo Fausto Neto (2004) foram reconhecidas como atividade social.

Os processos interacionistas aliados às experiências vividas pelas pessoas deram lugar a um novo conceito de “comunidade” ou de “multidão solitária” e se dão pela distância por meio de protocolos de irradiação conforme afirma Sodré (2001) devido ao fato das mídias serem um ponto de religação entre os membros da “multidão solitária”. A mídia eletrônica tornou-se a matriz estética para várias denominações religiosas, principalmente para as cristãs neopentecostais no Brasil, que a cada ano crescem e investem nestes meios.

A aliança entre a mídia e a religião leva-nos, dessa forma, ao surgimento de dois fenômenos híbridos. O primeiro é a contaminação da mídia pelo universo religioso, [...] Já o segundo é a vivência de uma religião midiática, que constrói dentro de espaço circunscrito do sagrado, mas orientando-se esteticamente pela cultura de massa. É quando a mídia nos fornece a perspectiva de projeção do olhar na experiência religiosa. Por isso que as missas e cultos assemelham-se mais aos shows televisivos de auditório [...] (KLEIN, 2006, p.224)

A Religião Midiática é, para Martin-Barbeiro (1995), conhecida como a *Igreja Eletrônica*. Ele criou tal definição com base no uso da mídia eletrônica – televisão e rádio – pelas instituições religiosas para difundirem suas mensagens. Para ele a *Igreja Eletrônica* que

iniciou nos Estados Unidos nos anos 1960 veio para ficar. Os meios de comunicação se tornaram uma intervenção de experiência religiosa. É uma fonte geradora da retomada da magia, do envolvimento dos fiéis, trazendo à esfera pública a religião por meio da visibilidade gerada pelos meios, possibilitando a volta da experiência religiosa ao cotidiano da sociedade.

Para Assman (1986), a *Igreja Eletrônica* define as práticas a serviço da evangelização, no sentido que os protestantes a entendiam como anúncio evangélico que leva à conversão. “A *Igreja Eletrônica* se refere ao intenso e crescente uso dos meios eletrônicos, especialmente da TV, por lideranças religiosas, quase sempre fortemente personalizadas e relativamente autônomas em relação às denominações cristãs tradicionais” (ASSMAN, 1986, p.16). O autor se limita a concluir que o fenômeno da comercialização dos bens espirituais através de verdadeiras indústrias da fé “não pode ser tratado como um fenômeno meramente religioso” (ASSMAN, 1986, p.21). Devem ser levadas em conta as variantes econômicas e ideológicas que negam a transformação social em favor da salvação espiritual.

Empregando o ponto de vista de Charaudeau (2013) que nos aponta sobre o surgimento do privado no espaço público, a mídia eletrônica tem a função de promover a humanização e a personalização do enunciador. Por meio da narrativa de sua vida privada, o interlocutor se vê em um processo de identificação e de compaixão-ação. É dizer o que é visto no outro e o que há em si mesmo.

Reiteramos que vivemos a era da informação na qual quem conhece e domina os sistemas de comunicação pode ser considerada parte da sociedade inclusive no campo religioso. O campo que historicamente era de ordem privado, individual, passou a ser assumido pela mídia que conquistou o seu espaço. Identificamos que a SNT seguiu a contextualização em que para promover sua ideologia seria necessária uma relação com a mídia. Essa busca do indivíduo por algo novo, por uma vida melhor, por um cuidado maior pela denominação religiosa, o faz se tornar dependente ou submisso dos estímulos emitidos por celebrações cada vez mais espetaculares.

Da mesma maneira que a programação jornalística ou de entretenimento, as igrejas evangélicas fortaleceram nos últimos anos a preocupação a todo custo com os índices de audiência e, no mesmo nível, o aumento do número de seguidores. Tal contexto é realidade na SNT que investe e mantém no ar a Rede Gênese de Televisão e a Rádio Sara Brasil FM.

4.3 O poder e o consumo da mídia religiosa

Quando falamos do poder da mídia eletrônica no discurso religioso, estamos tratando do poder inerente ao próprio fenômeno da mediação e do exercício sistemático da violência simbólica ritualizada pela mídia, de que nos fala Bourdieu (2000). O autor juntamente com o sociólogo Jean-Claude Passeron, avaliam que a cultura é arbitrária, uma vez que não se assenta numa realidade dada como natural. O sistema simbólico de uma determinada cultura é, segundo Bourdieu (2000) uma construção social e sua manutenção são fundamentais para a perpetuação de uma determinada sociedade, através da interiorização da cultura por todos os membros da mesma. A violência simbólica se expressa na imposição "legítima" e dissimulada, com a interiorização da cultura dominante, reproduzindo as relações do mundo do trabalho. Para o autor, o dominado não se opõe ao seu opressor, já que não se percebe como vítima deste processo: ao contrário, o oprimido considera a situação natural e inevitável. Quer dizer que o pastor, por meio do uso da mídia eletrônica, ao transmitir uma mensagem religiosa domina a interação com o fiel

Quando se fala do poder inerente ao próprio fenômeno da mediação, que se legitima na esfera da mediação pela imposição aos sentidos da imagem de realidade aprisionada pelo domínio do campo da representação e do imaginário produzido mediante o emprego de estratégias discursivas – informativas, persuasivas, e sobretudo na forma de entretenimento – orientadas para a produção do campo simbólico. (BOURDIEU, 2000, p.53).

Kellner (2006) relata que a cultura da mídia não aborda apenas grandes momentos da experiência contemporânea. A cultura da mídia, segundo o autor, oferece material para sonho ou fantasia, já que apresenta modelos de como ser e agir. Isso é consequência da aliança entre a cultura que é para Cunha (2007) um processo social geral de dar e assimilar sentidos comuns e a cultura midiática – um processo coletivo de produções de significados que vários campos, inclusive o religioso, se compreendem, se comunicam, reproduz e transforma.

De acordo com Durkheim (2003), o fiel que se põe em contato com o seu deus não é meramente um ser humano que enxerga novas verdades que o descrente ignora. É uma pessoa que *pode* mais. Dentro de si sente uma força para vencer as dificuldades. “Está como que elevado acima das misérias humanas porque está elevado de sua condição de homem; acredita-se salvo do mal, seja qual for a forma, aliás, que conceba o mal” (DURKHEIM, 2003, p.459). Segundo o autor, toda e qualquer experiência religiosa possui um fundamento. Para ele a religião não trata somente de exercer algo semelhante a algema, a uma repreensão

sobre forças imaginárias, mas de alcançar uma consciência, as disciplinando ou as fortalecendo.

Na sociedade contemporânea, a maneira de ser religioso tem tomado a cada dia novas proporções. A esfera protegida pela instituição religiosa ou mesmo pela tradição nos últimos anos tem migrado para a mídia, pois esta tem sido uma nova instância organizadora das relações sociais e comunitárias. Essas novas proporções possibilitaram o que Fausto Neto (2004) chama de “crise de identidade”, pois a identidade é formada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam, cuja definição é histórica e não biológica. A influência da mídia eletrônica no campo religioso possibilitou que os fiéis da SNT, por exemplo, tratassem a igreja e suas mídias como bens de consumo e enxergassem a si mesmas como instrumentos de múltiplas identidades e alcançáveis mediante esforço de identificação junto a alguém, gerando assim uma auto representação. Podemos assim estabelecer um paralelo com o que observamos na SNT.

[...] a apresentação de seus membros como indivíduos é a marca registrada da sociedade moderna. [...] A sociedade moderna existe em sua atividade incessante de ‘individualização’, assim como as atividades dos indivíduos consistem na reformulação e renegociação diárias de entrelaçamentos chamada ‘sociedade’ [...] Tanto no estágio leve e fluído da modernidade quanto no sólido e pesado, a individualização é uma fatalidade, não uma escolha. A autocontenção e a autossuficiência do indivíduo são outra ilusão: que não se tenha a culpar por suas frustrações não precisa significar que se possa proteger contra a frustração usando de suas próprias estratégias [...] Resumindo: o abismo entre a individualidade como fatalidade e a individualidade como prática de auto realização aumenta. (BAUMAN, 2001, p.43)

A busca pela resolução dos problemas das pessoas por intermédio da Religião Midiática gera inclusive uma reflexão acerca da inclusão do indivíduo perante as denominações religiosas, seguindo a análise feita por Bauman (2001, p.46) que as chama de “comunidades”.

O que leva pessoas a se aventurarem no palco público não é tanto a busca de causas comuns e de meios de negociar o sentido do bem comum e dos princípios da vida em comum quanto à necessidade desesperada de ‘fazer parte da rede’. Compartilhar intimidades tende a ser o modo preferido, e talvez o único que resta de ‘construção da comunidade’. Assim criam-se comunidades tão frágeis e transitórias como emoções esparsas e fugidias, saltando erraticamente de um objetivo a outro. [...] Alguém que tateia na bruma de seu próprio eu não é capaz de perceber que esse isolamento, esse ‘confinamento solitário do ego’ é uma sentença de massa [...] A individualização traz para um número cada vez mais crescente de pessoas uma liberdade sem precedentes de experimentar – mas traz junto à tarefa de enfrentar as consequências. O abismo que se abre entre o direito à autoafirmação e a capacidade de controlar as situações sociais que podem fazer essa autoafirmação irrealista parece ser a maior contradição da modernidade fluída. (BAUMAN, 2001, p.46, 47).

Na mídia eletrônica da SNT se busca incluir a racionalidade como finalidade maior nas práticas sociodiscursivas, ou seja, forma-se um caráter que concilia o velho com o novo, o privado com o público, o arcaico com o moderno, até mesmo o exorcismo com a tecnologia.

Logo, são possíveis as infinitas combinações na intenção de estruturar o indivíduo, inclusive quando há opções de denominações religiosas como a SNT que se apresenta na mídia eletrônica como os “salvadores”, se fundamentando de estruturas discursivas verbais ou não, com pastores que interagem através de mensagens que partilham possíveis experiências vividas pelos receptores. Tanto que o slogan da SNT é “o lugar do seu crescimento, o lugar do seu milagre”. Como consequência, as doutrinas impostas pelo que se configura como tradicional no campo religioso, independente da nação, cede lugar para as inúmeras “verdades” a serem escolhidas, ou seja, a “verdade” pregada pela “igreja A” pode ser melhor do que pela “igreja B” ou vice-versa.

As opções concedidas pela Religião Midiática são inúmeras. A busca pela paz, pelo que gera emoção por meio de instrumentos que fomentam o sentimentalismo que trabalha em prol do indivíduo, o direcionando ao milagre, a promessa de salvação, de libertação, de cura, de renovo, de restituição, de restauração, entre outras, nas mais diversas áreas como a financeira, familiar, conjugal ou profissional gera pela mídia eletrônica uma maior inclusão social, mesmo que a procura pelas conquistas pessoais esteja direcionada ao indivíduo. Ou seja, a cultura midiática emancipou o indivíduo definitivamente.

A crença em algo superior deixou de ser fator primeiro para os fiéis. A Religião Midiática gerou a coletivização da satisfação de sentido. O uso de recursos técnicos, a apresentação de músicas nos mais variados ritmos, produções e edições de livros que tratam de diversos assuntos. Conta o que está na mídia. Conta o que gera satisfação. Tudo isso pode ser considerado um diferencial para o indivíduo que busca estar plenamente realizado com o ser superior que ele venha a acreditar. A fé, pelo que afirma Lipovetsky (2004) foi substituída pela paixão. Aqui reiteramos que a fé gerada pela mídia eletrônica possibilita uma paixão.

A intransigência do discurso sistemático foi substituída pela frivolidade de sentido; o extremismo, pela descontração. [...] Embarcamos num processo interminável de dessacralização e dessubstanciação do sentido que define o reino consumado da moda. Assim morrem os deuses: não na desmoralização niilista do ocidente, nem da angústia do vazio dos valores, mas nos solavancos do sentido. (LIPOVETSKY, 2004, p.29,30)

A busca pelas pessoas junto a igrejas evangélicas através da mídia eletrônica visa à inclusão social, um preenchimento de si através da alteridade e da aprovação alheia. A

Religião Midiática é o lugar que, segundo Borelli *et al* (2010, p.118), o fiel considera como templo e se porta como espectador dentro dela. A autora conclui afirmando que o sentimento de pertencimento a uma comunidade não é só no sentido físico dentro do templo, mas de uma comunidade ligada por recursos eletrônicos. Por isso, o rádio e a TV são instrumentalizados como meios de atração dos fiéis. A conquista da vida plena de êxito representa uma busca grandiosa pela audiência junto aos programas religiosos para inúmeras pessoas que enfrentam adversidades.

Segundo Mariano (2005), desde a década de 1970, quando teleevangelistas americanos como Pat Robertson, Rex Humbard, Billy Graham e Jimmy Swaggart fizeram sucesso entre os crentes brasileiros, a mídia eletrônica se revelou como o melhor espaço para “ganhar almas” para Cristo e fiéis para as igrejas. Hoover (2011, s/p) enfatiza que para existirem hoje, as religiões precisam existir na mídia. A experiência da religião e da espiritualidade ocorrem através da mídia. As pessoas ficaram cada vez mais envolvidas, pois a esfera midiática faz suas próprias exigências e elas não podem controlar todas as formas pelas quais seus programas e mensagens são distribuídas e consumidas.

Para se ter noção da força que a mídia religiosa possui, de acordo com o Palavra Cruzada (2012, s/p) foi feito um estudo em 2011 afirmando que a programação relativa ao campo religioso ocupa cerca de 140 horas nas principais redes comerciais de televisão. Um índice a ser considerado. Com a mídia, as religiões se descolaram dos espaços físicos e de suas lógicas. A expansão e as técnicas midiáticas possibilitaram as denominações religiosas desenvolverem marcas próprias, alterando o que era por meio do “aqui e agora” para o que Sodré (2001) relata como a troca do antigo bem ético pelo estar individualista. Há, por consequência, a associação entre a salvação e o consumo através do que Fausto Neto (2004) relata ser por meio dos contatos entre a comunidade e o transcendente.

De acordo com o autor, a articulação pelas operações de transmissão da mensagem por meio das mídias acontece através da mediação de pastores que apresentam atos de sentidos que correspondem na aliança do uso da tecnologia, de emoções e de sentimentos ao qual prometem o melhor para o seu fiel em um processo permanente de captura que pode ser compreendido na esfera terrestre pelo papel de uma indústria cultural peculiar,

[...] contribuindo para as novas formas de permanência da religião na esfera pública, os processos midiáticos apresentam-se como uma instância organizadora de operações tecno-simbólicas que são apropriadas pelo campo religioso para dar forma e instituir um novo tipo de discurso religioso. (FAUSTO NETO, 2004, p.142)

Segundo Trigueiro (2001, p.213), a sociedade moderna está cercada de todos os lados pelos vários sistemas de comunicação. Estudar a comunicação social é uma necessidade atual de todos os povos em qualquer parte do mundo. Para o autor o conhecimento e o domínio dos sistemas de informação e de comunicação são fundamentais no mundo globalizado haja vista que as sociedades estão mais interligadas seja pelos meios de transporte, pelas telecomunicações, internet, entre outras. E não é apenas com as novas tecnologias ou com a velocidade da informação que devemos nos atentar. O processo comunicacional tem se tornado cada vez mais presente, complexo e, segundo o autor, de mais difícil compreensão.

Trigueiro (2001) ainda indica que no início do século XX o impacto sociocultural e econômico se deu com a Revolução Industrial. O século XXI está sob o impacto da revolução dos meios de comunicação e das novas tecnologias da informação.

A importância dos meios de comunicação social e sua influência na complexa sociedade globalizada tem sido cada vez mais destacada e, por consequência, a análise da comunicação tornou-se uma prioridade no campo das interações sociais. É necessário investigar, compreender e formular teorias de comunicação que possam atender os interesses da sociedade no mundo globalizado. É neste mundo globalizado que o homem vive atualmente e dele retira as informações que irão contribuir para ampliação dos seus conhecimentos e das suas experiências (TRIGUEIRO, 2001, p.213)

Em pleno século XX, a igreja perdeu ou já não contava mais com um poder que exercia em tempos anteriores. Silverstone (2002, p.263) discute o poder assumido pela mídia no contexto social. Ele ressalta que a mídia pode destruir ou fortalecer alguém, capacitar, animar, enganar, mudar o equilíbrio de forças nos mais diversos campos da sociedade, inclusive o campo religioso, criando e sustentando significados, focando a persuasão, endossando discursos, ampliando o alcance do que era improvável para algo totalmente possível. Se analisarmos a SNT que foi uma das denominações cristãs com características do PIR que construiu sua imagem baseada em posturas e linguagens próprias do seu público, criando e sustentando significados, se consolidou no campo religioso brasileiro pela habilidade que tem de se apresentar, revelar, escutar e participar do dia-a-dia dos seus fiéis através dos canais midiáticos que possui.

A SNT se rendeu aos meios de comunicação para conseguir um contato mais direto com os seus seguidores, além de terem a chance de recuperar “os perdidos”. Segundo Silverstone (2002), a partir da década de 1980 as novas tecnologias de informação redefiniram e reconfiguraram a mídia, em especial, a eletrônica. O envolvimento dos usuários

com a mídia é interativo, é de compartilhamento e no mercado são ofertadas várias maneiras de produção e consumo de produtos culturais. Assim,

[...] são modificados os modos de reprodução, de nascimento, crescimento, envelhecimento e óbito da raça humana. Da mesma forma são modificados os modos de educação, saúde, segurança, trabalho, lazer e consumo da sociedade no final do século XX. É neste contexto que se deve investigar a comunicação social, é fazer revelações cotidianas da recepção, dos valores de troca e uso dos bens culturais circulantes no mundo globalizado. (TRIGUEIRO, 2001, p.214)

O estudo clássico *A ética protestante e o espírito do capitalismo* feito por Max Weber afirma que o protestantismo foi o impulsionador de uma nova ordem econômica e técnica através da ética dos reformadores que focava na vocação divina para o trabalho. A difusão da fé através da mídia eletrônica se adaptou aos preceitos do consumo. Cunha (2007) afirma que os evangélicos são atualmente um segmento, um mercado em plena expansão. Segundo a estudiosa (2007, p.78) a mídia eletrônica promoveu a mediação do consumo e isso fez com que a mídia adquirisse um novo papel no segmento evangélico. A autora ilustra que entre as décadas de 1960 e 1980 os programas evangélicos valorizavam o culto destacando as experiências de cura, exorcismo e a proposta de salvação em Jesus Cristo. No mesmo período havia personagens carismáticos que apresentavam promessas de cura e salvação, incluindo a ênfase das mensagens na vida das pessoas e na adesão a conteúdos centrados na Bíblia.

Com o passar dos anos, as mensagens expostas foram modificadas ou moldadas ao entretenimento, adaptadas aos estilos dos programas veiculados na mídia secular. Há um pouco de tudo. Na Rede Gênese de Televisão, por exemplo, são exibidos filmes bíblicos, programas infantis, talkshows, seriados, jornalismo, cultos, uma programação variada que atinge a todos os públicos. A grade da Rede Gênese, segundo o *site* da emissora – www.redegenesis.tv – é formada pelos seguintes programas: a) *Câmera Plus* que apresenta documentários que abordam assuntos diversos, dentre eles, a história do cristianismo, mistérios da Bíblia, incluindo temas científicos; b) *Cine Gospel* que apresenta filmes de cunho cristão; c) *Culto da Família* que é ministrado pela bispa Lúcia Rodovalho com mensagens voltadas para a família; d) *Sara Nossa Terra* que apresenta mensagens ministradas pelo bispo Robson Rodovalho; e) *Rhema* que exhibe pregações feitas por pastores da SNT e de outras denominações do exterior; f) *Diário Brasil* que é um telejornal com notícias do Brasil e do Mundo; g) *Clubinho Gênese* que é um programa voltado para o público infantil com desenhos e mensagens de evangelização infantil; h) *Vida com Esperança* que é o *corpus* que pesquisamos. Ele é apresentado pelo bispo Robson Rodovalho, que conta mensagens em

forma de pregação, testemunhos de fieis e clipes musicais. Essa programação mencionada é da própria SNT. Há outros programas/cultos de denominações evangélicas diversas que também são exibidos na grade da emissora em horários variados.

Já na Rádio Sara Brasil FM, o modelo não se difere da mídia secular com a apresentação de programas com uma linguagem descontraída, distribuição de brindes para ouvintes, música, propagandas sobre as atividades da igreja, pedidos de doações, entrevistas e debates. A programação é formada por programas de denominações evangélicas diversas, incluindo as que são de responsabilidade da SNT, sendo eles: a) *Arena Jovem* que é direcionado ao público jovem com músicas gospel, participações ao vivo e brincadeiras; b) *Chega Mais* que apresenta, além das músicas gospel, alguns quadros com mensagens cristãs ministradas por pastores da SNT. São também veiculadas entrevistas que tratam de assuntos diversos; c) *No Stress* que é 100% musical; d) *Operação Resgate* que apresenta músicas mais tradicionais do meio cristão; e) *Sequência Bônus* que promove a participação ao vivo dos ouvintes que oferecem músicas, participam de brincadeiras de perguntas e respostas, uma espécie de desafio sobre temas ligados ao cristianismo; f) *Vida com Esperança* que é uma miscelânea de pregações dos bispos Robson e Lúcia Rodovalho, pedidos de doações para o “Parceiros de Deus”, testemunhos e músicas cristãs, especialmente, de cantores da gravadora da própria igreja, a Sara *Music*.

No comando desses programas corroboramos com Cunha (2007) que afirma, nesse contexto, não haver tele ou radioevangelistas. Há apresentadores/pastores mais ou menos conhecidos que apresentam programas próprios com uma abordagem específica – família, libertação, prosperidade, casamento – por meio de formatos assemelhados a programas de auditório ou de entrevistas. A mídia eletrônica transformou os pregadores em grandes líderes religiosos devido ao poder de convencimento da Indústria Cultural que determina o que previam Adorno e Horkheimer (1985)

[...] o princípio impõe que todas as necessidades lhes sejam apresentadas como podendo ser satisfeitas pela Indústria Cultural, mas por outro lado, que essas necessidades sejam de ante mão organizadas de tal sorte que ele se veja nelas unicamente como um eterno consumidor, como objeto da Indústria Cultural. (ADORNO E HORKHEIMER, 1985, p.133)

Antes, a preocupação primária era o proselitismo, ou seja, o convite à conversão e à divulgação da denominação religiosa. Hoje o foco é possibilitar através da diversão, do entretenimento “santo” a conversão das pessoas. Em certos momentos, o que Debord (1997) chama de “celebrações eletrônicas” se confundem com programas que entretém, confirmando

o que o próprio autor relata ao afirmar que “o espetáculo nada mais seria que o exagero da mídia, cuja natureza, indiscutivelmente boa, visto que serve para comunicar, pode às vezes chegar a excessos”. (DEBORD, 1997, p.171). Cunha (2007) reforça que

[...] os programas evangélicos se tornaram os mediadores de uma comunidade de consumidores em que a vinculação religiosa não é o que mais importa e sim uma vivência religiosa e o consumo de bens de cultura que possibilitem aproximação com Deus e entretenimento “sadio”. (CUNHA, 2007, p.146)

Abaixo vejamos algumas sequências discursivas do *corpus* estudado para confirmarmos que a comunhão com o divino não é o centro da mensagem da religião midiática.

SeqDiscInter1: Um pequeno jovem teria a coragem de desafiar o gigante Golias que havia zombado do Deus de Israel. Qual é o seu gigante? Você se acha pequeno e fraco frente aos problemas? Venha receber a unção e estratégias para derrubar gigantes que aparecem na sua vida: as dívidas, o desemprego, a doença, os traumas. tome posse do que está escrito em Samuel 21:22 – “esses quatro nasceram ao gigante Gate e caíram para a mão de Davi e pela mão de seus servos. Em agosto, em todas as igrejas Sara Nossa Terra, participe da campanha “Derrubando Gigantes”. Venha buscar o seu milagre! Saiba mais informações sobre os horários e o endereço de uma igreja mais próxima de você! Acesse saranossaterra.com.br!

Intervalo Vida com Esperança
VCERAD – 26/07/2015

SeqDiscJean3:Você quer experimentar o que Deus está fazendo? Pegue o seu telefone nesse momento agora, nessa hora e ligue aqui! Pode ligar agora! 40072144. Se você está em uma outra localidade, você pode ligar imediatamente para 08006047472 e você coloca o teu nome no Parceiro de Deus! Eu quero fazer uma aliança, um compromisso com o Senhor e eu quero mudanças nas áreas da minha vida! E eu tenho certeza de que Deus vai operar, Deus vai agir pois nós vamos ligar a nossa fé com a sua! Nós vamos ligar o nosso coração com o seu!

Pastor Jean
VCERAD – 13/02/2015

A primeira citação veiculada no intervalo comercial denota que até mesmo a propaganda veiculada na mídia eletrônica da SNT busca atingir o indivíduo particularmente através de questionamentos diretos e posterior apresentação de uma solução dos mais variados problemas que o próprio anúncio cita, dentre eles, o desemprego, dívidas e traumas (emocional). A forma apresentada na “SecDiscInter1” denota que a igreja é nada mais do que um pronto socorro espiritual que atua com uma postura hedonista, ou seja, em uma doutrina do prazer, da mudança, da transformação, da evolução e não necessariamente um lugar para buscar de forma primária uma relação ou adoração a um ser superior, ou seja, a Deus.

Já a “SecDiscJean3” leva o ouvinte ou telespectador ao mesmo roteiro citado, porém, solicita uma ajuda financeira para o projeto “Parceiros de Deus”. Essa ajuda é para a igreja

uma espécie de voto que o ouvinte/telespectador pode fazer para com Deus. É a “chave” para o êxito ou para o cumprimento das promessas divinas para a vida da pessoa e para um maior relacionamento da própria denominação para com a pessoa. Quando o pastor afirma que ligará a fé dele com a do fiel-ouvinte-telespectador, pode-se afirmar que é um *feedback* quanto à ajuda a ser auferida por parte daquele que estiver acompanhando a programação.

O discurso religioso midiático promove, seguindo a linha de análise de Venâncio (2013), um jogo linguístico que envolve a escritura e a complementaridade, gerando assim uma Estética que é para Hegel (1993), um jogo de percepções e sensações. Para o autor, os meios audiovisuais são prolongamentos das práticas estéticas tradicionais – a escultura e a pintura, por exemplo – citando o pensador alemão Walter Benjamin que foi um dos principais teóricos da vinculação entre comunicação e estética. “Não há espontaneidade em qualquer ato de fala. Há algo que a pauta. E não se pode conceder ao som, por mais ‘de base’ que ele possa ser uma instância originária”. (VENÂNCIO, 2013, p.28).

A mídia é para Barbero *apud* Cunha (2007) mais do que uma ferramenta que amplifica a voz da igreja. Ela é um elemento importante do contato religioso, da experiência e da celebração religiosa, gerando uma intensificação da religiosidade para além do espaço privado.

No próximo capítulo trataremos da teoria que abraçamos para essa dissertação. Falaremos da Teoria da Argumentação em tópicos, da argumentação no discurso religioso midiático e das suas estratégias de acordo com estudiosos da área.

5 A ARGUMENTAÇÃO E O DISCURSO RELIGIOSO MIDIÁTICO

Ao longo dos capítulos anteriores, tratamos de descrições e informações relativas ao cristianismo, ao protestantismo, à SNT e a relação destes com a mídia como instrumento de poder e consumo. Neste capítulo, discutiremos a argumentação através da apresentação de seus conceitos, teorias, as diferenças entre convencimento e persuasão, além de tratar da força argumentativa do discurso religioso midiático neopentecostal.

5.1 Argumentação: seus conceitos e definições

A expressão em latim *argumentatio* é a origem da palavra. Podemos dizer que a argumentação é tudo aquilo que ilumina ou que proporciona uma percepção de uma ideia que leva a compreensão. Segundo Plantin (2008), este tema é estudado há muito tempo, desde a Grécia antiga. O autor relata que no referido tempo era apreciada a retórica – a arte do bem falar, da erudição e da oratória – e que tinha como objetivo persuadir e convencer. Fiorin (2015, s/p) afirma que a retórica surgiu na Grécia, em especial na Sicília – então território grego – e a expressão vem de *recceis* que significa “dizer”, ou seja, estuda o ato de dizer, o ato de argumentar. Plantin (2008) relata a vinculação da argumentação à arte de pensar corretamente (lógica), à arte de falar bem (retórica) e a arte de dialogar (dialética). Ducrot (1981) e Koch (2011) afirmam que a argumentação é um elemento básico da linguagem.

Aristóteles (2005) apresentou tópicos acerca das fases do processo de elaboração do discurso retórico ou argumentativo: a) Invenção (*inventio*) constitui a formação de argumentos e ideias para orientar o discurso; b) disposição (*dispositio*) se refere à determinação da escolha e ordenamento dos argumentos; c) elocução (*elocutio*) é a exposição do discurso de forma clara; d) ação (*actio*) é a aplicação oral do discurso, usando da comunicação não-verbal – mímicas, gestos, símbolos; e) memória (*memoria*) se refere aos elementos prosódicos – entonação, ritmo, pausa.

De acordo com Oliveira (2002), a tradição filosófica advinda da Grécia adotou a condição de que todos poderiam argumentar acerca de todos os assuntos, a partir da condição de que o orador estivesse apto, devidamente preparado para explanar o seu discurso. Foi nesse espaço temporal que apareceram os primeiros estudos sobre a retórica. Naquele tempo, de acordo com Storto (2015), a retórica não se fundamentava de forma específica no conhecimento ou na verdade, mas sim na manipulação do discurso para possibilitar êxito ao orador em sua comunicação.

Plantin (2008, p.13) relata que por volta do final do século XIX e princípio do século XX, a retórica foi violentamente criticada como disciplina não científica e eliminada das universidades e “cientificamente invalidada como método por ser incapaz de produzir o saber positivo” (PLANTIN, 2008, p.19). Tudo por conta da eloquência, por ser considerado um método manipulador, retrógrado, distante dos objetivos políticos que se buscavam na época. A retórica acabou sofrendo a perda de sua legitimidade, da autoridade e importância enquanto saber científico, mesmo não sendo abolida ou esquecida. A partir de então o positivismo, a lógica e o pensamento racional passaram a ser mais valorizados. Plantin (2008) confirma que a “arte de pensar” a qual a lógica era vista passou a ser a “arte de calcular”, onde as “evidências” eram mais importantes. Mesmo em descrédito, a argumentação continuou sendo objeto de estudo na Teologia e no Direito.

Pesquisadores alemães, ingleses e belgas como Ernst Robert Curtius, Stephen E. Toulmin e Chain Perelman, respectivamente, retomaram os estudos sobre a retórica após a Segunda Guerra Mundial. O último, de acordo com Plantin (2008, p.21) se destacou de forma especial, em 1958, com a criação do *Tratado da argumentação: a nova retórica*. Juntamente com Olbrechts-Tyteca, Perelman proporcionou uma retomada dos estudos da argumentação graças à construção de um modo de discurso democrático racional, como rejeição dos tipos de discursos totalitários nazistas e stalinistas, talvez em decorrência da Segunda Guerra e da Guerra Fria. Tal tratado rompeu, segundo Peña-Alfaro (2005), com a concepção da razão e do raciocínio, advinda de Descartes. O autor relata que o campo da argumentação é um campo verossímil, do provável, na mesma medida em que este se desliga das certezas do cálculo.

Atualmente pode-se considerar a argumentação não mais como estudo das figuras de linguagem que podem ser tratadas a partir de então como recursos argumentativos da língua. Pesquisas em Análise do Discurso, Análise da Conversação, Semântica Argumentativa, Estilística, Pragmática, Linguística da Enunciação, Semântica da Enunciação possibilitaram estudos específicos sobre a argumentação, conforme afirma Storto (2015, p.55).

Para Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), a argumentação é uma ação que promove a adesão dos interlocutores e é instrumento de atuação nos espíritos. É um ato de persuasão e de convencimento. Declerq *apud* Storto (2015) relata que a argumentação é a transferência de valores admitidos inicialmente a outros, não se tratando de aceitação, mas de substituição ou de mudança de convicções, ou seja, a persuasão. Orlandi (1998) afirma que a argumentação se faz presente em inúmeras perspectivas nos estudos da linguagem e pode ser considerado o ornamento do dizer.

Para Ducrot (1981), Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), Koch (2011), Mosca (2004) e Meyer (2008) é necessário ter ciência de que a linguagem é basicamente argumentativa, já que os enunciados contam com certa força nesse campo de estudos. Koch (1992, p.60) relata que não há argumentos ingênuos, livres de intenção ou ideologia, de imparcialidade ou de neutralidade. Em todos há, mesmo que seja em lapsos, certo grau argumentativo. Ducrot (1981) afirma que a argumentatividade é um princípio de textualidade. Koch (1985, p.173) afirma que a argumentação é “a ação pela linguagem por meio da qual se tenta levar o(s) interlocutor(es) a determinados tipos de conclusão ou de comportamento”.

Para fins de confirmação destacamos a seguir, por meio de sequências discursivas, alguns comportamentos gerados pela argumentação no discurso religioso midiático expresso pela SNT no programa *Vida com Esperança* através do quadro “Palavras de Vida” com o bispo Robson Rodovalho e do quadro “Palavras que Saram” com a bispa Lúcia Rodovalho.

SeqDiscRobRod: Diga então, diga: Pelo sangue de Jesus, (pelo sangue de Jesus), pela palavra que confessaram, (pela palavra que confessaram) e a terceira arma que eles venceram sabe qual foi? [...] vá até o fim! (Amém!) [...] quando várias de vocês (aplausos) estiverem no altar se casando, construindo a sua vida. [...] Diga comigo: eles venceram (eles venceram) porque foram até o fim (porque foram até o fim)!

Bispo Robson Rodovalho
VCETV – 13/02/2015

SeqDiscLucRod I: Você pode dizer amém? Amém! Vou falar uma frase e vocês não vão gostar. Posso falar? Pode! Exija mais de você! (aplausos). Exija mais de você!

Bispa Lúcia Rodovalho
VCERAD – 13/02/2015

O comportamento mais comum nesses dois excertos foi a repetição a pedido do locutor ou os *feedbacks* quanto a interação promovida pelo locutor com os alocutários que sempre respondiam “amém”, “glória a Deus”, “aleluia” ou com aplausos. São expressões usadas para manter a comunicação respondendo a Função Fática⁶⁶ de Roman Jakobson, já que os bispos estão comunicando com o interlocutor.

Meyer (2008, p.13) descreve a dificuldade de criar uma definição para argumentação, pois tudo depende da experiência de cada um para desenvolver algumas ideias simples que podem ser discutidas em um segundo momento. Por outro lado, ele destaca que toda argumentação é uma tentativa de influenciar o interlocutor. Podemos levar isso para o campo

⁶⁶ De acordo com Andrade e Medeiros (1997), a Função Fática desenvolvida por Roman Jakobson – um dos primeiros estudiosos que propôs uma teoria que diferenciava o sistema de linguagem prática da linguagem poética – existe para estabelecer a comunicação, controlando sua eficácia, prendendo a atenção do receptor, aproximando o emissor do receptor, servindo ainda para criar relações.

religioso através de questões ligadas a vida como a financeira, familiar ou profissional enunciadas pelos pastores em suas pregações que visam promover o convencimento ou a mudança de opinião dos fiéis.

Reforça ainda que toda argumentação é diálogo, pois implica a liberdade de pensamento, expressão e sentimento. Afinal, no discurso religioso midiático da SNT a expressão e suas mais variadas formas, através da inserção de músicas dos mais variados estilos, a liberação do uso de elementos mundanos tem o intuito de atuar sobre as pessoas e não sobre os conceitos. Meyer (2008) afirma que toda argumentação é justificação e explicação e não uma demonstração.

Usar testemunhos de pessoas desconhecidas para explicar um fato ou se apropriar de versículos da Bíblia para justificar as ideologias através de técnicas especiais de expressão como o planejamento e a roteirização dos programas aperfeiçoam o processo argumentativo religioso. Veja as sequências discursivas abaixo com destaque para as técnicas especiais de expressão verbal:

SeqDiscJean5: Eu fico lembrando que João Batista foi pedir para os discípulos dele irem lá perguntar para Jesus: você é o Cristo mesmo ou eu tenho que esperar o outro? Jesus falou para os discípulos: fala pro João o que vocês estão vendo aqui! E enquanto João estava “será que é, será que não é?”, Jesus estava curando, Jesus estava transformando, Jesus estava purificando, Jesus estava fazendo milagres! [...] Enquanto a dúvida for alimentada no seu coração, você não sai do lugar, você não se movimenta, você não tem fé! [...] E quem se movimenta em quem faz alguma coisa! Deus não move na vida de quem fica parado esperando as coisas acontecerem! Ligue agora aqui e faça o seu voto no Parceiro de Deus!

Pastor Jean
VCERAD – 26/07/2015

SeqDiscRobRod7: Glória a Deus, você que nos assistiu, saiba que essa é uma oportunidade, ele vai separar os homens e mulheres de fé, né! Eu lanço essa palavra sobre a sua vida e como Zacarias disse: mas em tudo eu te restituirei em dobro, que Deus te restitua o dobro de tudo em sua vida, amém! Que você possa ter um ano realmente de muita restituição, de muita benção, de muita vitória em sua vida. É o que desejo para você, para a sua casa e para a sua família. Em nome de Jesus, agora é com você! Toma o seu passo de fé!

Bispo Robson Rodovalho
VCETV – 13/02/2015

Meyer (2008) reitera que a argumentação não determina se a tese é verdadeira ou falsa, mas visa principalmente influenciar a pessoa. Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) relatam ainda que a argumentação não é retórica, pois para eles a retórica é considerada uma simples ornamentação do discurso. Os autores afirmam que a argumentação é ambígua,

subjetiva e rigorosa, pois é necessária a justificação do ponto de vista, explicando com perfeição as exigências de todas as reflexões argumentadas. Os autores destacam que o mínimo indispensável à argumentação é a existência de uma linguagem em comum, de uma técnica que possibilite a comunicação.

Travaglia (1991) apresenta a existência de dois tipos de argumentação – o *lato sensu* e o *stricto sensu*. O primeiro considera que qualquer enunciado é argumentativo, pois o intuito da interação por si só já gera a necessidade de argumentar, seja pela escrita, pela fala da nossa parte, chegamos a completar essa reflexão com a inserção do som e da imagem como argumentos. Afinal, para comunicarmos com outras pessoas, segundo o autor, precisamos prender a atenção do alocutário e conquistar o desejo de um *feedback* deles, ou seja, de que eles nos leiam, ouçam, assistam ou interajam conosco. Koch e Fávero (1987, p.09) afirmam que isso se deve a possibilidade de haver a argumentatividade presente em qualquer texto ou discurso, de modo mais ou menos explícito “num *continuum* argumentativo, podem-se localizar textos dotados de maior ou menor argumentatividade, a qual, porém, não é jamais inexistente”.

A argumentação *stricto sensu* contém para Travaglia (1991) e Storto (2015) enunciados obrigatoriamente argumentativos advindos de gêneros textuais que vem da necessidade de argumentar tais como peças judiciais, matérias opinativas, pregações, sermões e textos publicitários. Para Koch e Fávero (1987, p.09) este é o extremo da argumentatividade ou do processo difusório da argumentação. Travaglia (1991) afirma ainda que tal argumentação acontece de diversas maneiras nos textos e nos discursos.

A argumentação *stricto sensu* está presente em textos em que a argumentação se apresenta de maneira explícita e atinge o seu grau máximo porque nele se toma posição e se propõe a debater [...] e manifesta explicitamente o objetivo de convencer, persuadir, de fazer crer, pois, como se sabe, todo texto tem uma dimensão argumentativa (TRAVAGLIA, 1991, p.58)

Dias e Silva (2010, p. 170) afirmam que “a linguagem não é neutra nem inocente, não se constitui como mero instrumento de comunicação, mas é interação, modo de produção social e de se efetivarem as relações de poder, sendo, assim, âmbito privilegiado para que a ideologia se manifeste”. Já Abdalla (2003), diz que a linguagem é uma prática *interlocutiva* – processo de constituição de sujeitos que não apenas pronunciam ou escutam palavras, mas revelam verdades ou mentiras, coisas boas ou más, agradáveis ou desagradáveis. Para ela, a linguagem chega a ser uma “arena de contradições”, encarnando o sentido como elemento da cultura, exprimindo a experiência vivida nas relações sociais.

A trajetória da religião protestante nos séculos seguintes ao movimento fundado por Martinho Lutero é repleta de transformações, divisões e adequações doutrinárias que se subdividiram, segundo Cunha (2007) em movimentos evangélicos distintos, já citados no capítulo dois. Tais divisões estão, quando pensamos em argumentação, de acordo com o que Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005, p.04) afirmam que o objetivo da ação é “provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento”. Para eles, tal adesão é o principal objetivo da argumentação.

Uma argumentação eficaz é a que consegue aumentar essa intensidade de adesão, de forma que desencadeie nos ouvintes a ação pretendida (ação positiva ou abstenção) ou, pelo menos, crie neles uma disposição para a ação, que se manifestará no momento oportuno. (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p.50)

Esses conceitos apresentados revelam que a argumentação faz parte da vida das pessoas e do seu cotidiano que sempre argumentam, podendo defender ou acusar, questionar ou sustentar, aproximar ou afastar.

5.2 – A argumentação na mídia eletrônica religiosa

Perelman (2005) propôs uma teoria que tem como objeto o estudo das técnicas discursivas que permitam provocar ou aumentar a adesão dos receptores. Para tanto, o autor considera que, na argumentação, devem ser levadas em conta uma lógica dos juízos de valor, que pudesse fornecer critérios objetivos e universais para a aceitação de valores. O criador do Tratado da Argumentação não concordava com a posição positivista⁶⁷, retomando a noção de acordo – consequência natural de uma proposição verdadeira.

Na argumentação elaborada por Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) o que importa é o valor da decisão, de uma opção ou ação, considerada como justa, razoável ou honrosa. Sua pesquisa “foi direcionada no sentido de retomar e ao mesmo tempo renovar a retórica dos gregos e dos romanos, concebida como a arte do bem falar, ou seja, a arte do falar de modo a persuadir e a convencer, e retomar a dialética e a tópica, artes do diálogo e da controvérsia” (PACHECO, 2006, p.07).

Para a argumentação ser validada, se faz necessário a presença de ouvintes ou espectadores, confirmando o processo comunicativo que se deseja estabelecer. A efetivação

⁶⁷ Segundo Pacheco (2006), a ótica positivista demonstra a veracidade de alguns fatos e de proposições lógicas e matemáticas, mas nunca de um juízo de valor, que será sempre controvertido. Para ele pode-se provar que $2+2=4$, mas não que uma determinada atitude é mais justa do que a outra.

dessa comunicação se dá através do alcance dos objetivos traçados pelo orador, algo que não é meramente um desejo, mas um objeto de desejo. Por isso, a linguagem empregada deve denotar uma relação de desejo e de poder, onde quem estiver falando é o que tem autoridade sobre quem está ouvindo.

Ducrot (2009) apresenta dois tipos de argumentação – a argumentação retórica e a argumentação linguística. Ele relata que a argumentação retórica é a “atividade verbal que visa fazer alguém crer em alguma coisa” (DUCROT, 2009, p.20). O autor destaca que existem vários meios que possibilitam levar o alocutário a fazer alguma coisa, gerando assim uma aceitação ou crença sem a necessidade da fala, já que “há outros meios de fazer crer [...] podendo ser suficiente pôr o destinatário numa situação em que ele tem o interesse em crer o que se quer fazê-lo crer”. (DUCROT, 2009, p.20).

A argumentação linguística pode ser compreendida como uma condição promovida – recurso da argumentação retórica – para convencer alguém de alguma coisa, podendo dessa maneira servir à persuasão. Nesta pesquisa, o foco é a argumentação retórica ou, simplesmente, argumentação que tem como o objetivo convencer, persuadir e induzir o destinatário, segundo a concepção sofisticada, é uma forma de superação e triunfo no embate linguístico.

A forte presença da argumentação no discurso religioso midiático e o grande número de pessoas que se envolvem com tal discurso a ponto de fazerem peregrinações para conhecerem igrejas, padres ou pastores, inquietaram-nos a ponto que o presente estudo surgiu para compreender as estratégias argumentativas da SNT já que, atualmente, conseguem atingir cada vez mais alocutários por meio da televisão e do rádio para fazer com que suas ideias conquistem o maior número possível de fiéis. Fiorin (2015, s/p) corrobora com isso afirmando que o argumento é “uma sustentação a favor ou contra um determinado ponto de vista ou tese”. Tudo que enunciamos com vistas a estar contra ou a favor de um determinado ponto de vista é um argumento.

O primeiro princípio da argumentação, segundo Fiorin (2015, s/p) é a antítonia. Ela é a voz contrária, ou seja, aquilo que é construído pelo discurso e pode ser destruído pelo discurso contrário. Plantin (2008, p.52) reforça que a argumentação avigora no contrário, já que é grande a importância da manipulação dos contrários no discurso argumentativo. O princípio da argumentação é, para Fiorin (2015), o princípio da contraditoriedade, consagrado no direito de todos os países civilizados.

Não é possível ter julgamento sem que se obedeça ao princípio do contraditório. Eles estão na base da criação da retórica. Aristóteles foi um compilador da base retórica, como um criador. Sua retórica tem três partes, ou seja, a argumentação trata: o orador e suas qualidades. Depois aborda o auditório e as paixões que o move e a movimentação das paixões por conta do orador. E, por fim, trabalha com a organização do discurso, ou seja, como é o argumento. É abordado ainda a lógica de Aristóteles que aborda as diferenças entre o raciocínio lógico do raciocínio retórico e como os argumentos são organizados e como são feitos os sofismas, como são feitos os argumentos falaciosos para vencer uma discussão. (FIORIN, 2015, s/p)

A noção de organização dos argumentos mencionada pelo autor se complementa com o que diz Orlandi (1998, p.77) ao afirmar que argumentar é antecipar, prever reações a partir do jogo de imagens das interações e por meio dele a argumentação tem como objetivo “transformar o ouvinte ou identificar-se a ele”. Mosca (2004, p.17) destaca a argumentação como uma consideração do outro como capaz de reagir e interagir diante das propostas e teses que lhe são apresentadas, ou seja, “conferir-lhe *status* e a qualificá-lo para o exercício da discussão e do entendimento, através do diálogo”.

O discurso religioso midiático enunciado pelos pastores na mídia eletrônica da SNT pode ser visto, seguindo o raciocínio de Plantin (2008, p.70, 74-75), enquanto modo de construção de respostas a perguntas que organizam um conflito discursivo, além de ser um modo de gestão da diferença e um tipo de atividade linguística desenvolvida em uma situação argumentativa. De acordo com o autor, para se configurar uma situação linguística argumentativa é necessária que nela haja uma oposição de discurso, ou seja, dessa maneira a argumentação se fundamenta nos contrários, já que, para ele, é importante a manipulação dos contrários no discurso argumentativo.

Entretanto, no discurso religioso midiático explanado pela SNT que abordamos para esta pesquisa não há a voz contrária. O fato é que as sequências discursivas nos mostram, em maior quantidade, afirmações com o uso de verbos no imperativo, aparentando inclusive um tom de ameaça. As sequências discursivas abaixo corroboram com esta construção:

SeqDiscRobRod III: Quero te lembrar também dos Parceiros de Deus, quero te lembrar da sua aliança com o Senhor! Seja um Parceiro de Deus! Já fez o voto? Honra, cumpra para que o Senhor te abençoe! Olha, quero te lembrar que estamos no Ano Profético da Restituição. Para que esse ano seja o Ano Profético da Restituição, ore ao Senhor, faça sua aliança, seu voto. Você é parceiro? Então honra direitinho! Não é ainda? Faça um voto!

Bispo Robson Rodovalho
VCETV – 13/02/2015

SeqDiscInterv I: Qual é o seu gigante? Você se acha pequeno e fraco frente aos problemas? Venha receber a unção e estratégias para derrubar gigantes que aparecem na sua vida: as dívidas, o desemprego, a doença, os traumas. Tome posse do que está escrito em Samuel 21:22.

Intervalo comercial
VCERAD – 26/07/2015

SeqDiscRobRod IV: Querido, a vida é um presente! O que que é presente? É uma dádiva, sim ou não? Quantos gostam de receber dádivas? “Eu!” Dádivas, diga presentes (público repete “presentes”). O melhor presente que nós possamos ter sabe qual é? Olhe para trás e dizer: “Deus entregou em nossas mãos promessas que se cumpriram!” Promessas boas que se cumpriram. Ele fechou a vida dele dizendo: todas as boas promessas, todas as boas palavras se cumpriu. Nenhuma delas caiu por terra! Amém! E sabe qual é o melhor presente que eu recebo de Deus? É quando Deus diz: “Robson Rodovalho, eu tirei o teu passado, tirarei o teu futuro, mas o que mais tenho para você”, diga, é o seu viver hoje! É receber a dádiva que Deus dá para nós!

Bispo Robson Rodovalho
VCETV – 26/07/2015

Nas sequências discursivas, o bispo Robson Rodovalho constrói questionamentos ou afirmações que alguns fiéis possam fazer de sua relação com Deus, porém com objetivos distintos: em SeqDiscRobRod III, a argumentação foca na lembrança de ações, interpelando o alocutário para honrar com o que ele chama de voto. São usados verbos no imperativo, dentre eles, “seja”, “honra”, “cumpra”, “faça”, “olha”. Isso está de acordo com a Função Conativa⁶⁸ de Roman Jakobson. Em SeqDiscInterv I, o foco está no possível problema do fiel que pode se sentir pequeno após a afirmação do bispo, problema este que ele chama de gigante; em SeqDiscRobRod IV, o pastor questiona sobre um presente que já tinha sido apresentado por ele mesmo como algo bom, criando, por consequência, uma expectativa ao chamar a atenção para o “eu do alocutário utilizado pela voz do locutor”, não necessariamente pelo “eu do locutor”. Essa postura acabou gerando um conflito discursivo já que o locutor criou uma “voz do outro” em seus dizeres.

Quando se fala em argumentação, é inerente falarmos sobre discurso e a sua relação com a religião e a mídia. A noção de discurso também envolve a necessidade de um entendimento sobre a sua legalidade. Bourdieu (2004) destaca a noção de campo – um espaço social em que os agentes estão em luta pelas propriedades e capitais. Na condição de veículos produtores, distribuidores ou portadores de mensagens e de informação, a mídia eletrônica fica incumbida de produzir e circular um oceano de mensagens criadas ao sabor das motivações socioeconômicas e políticas que se impõem continuamente como instâncias

⁶⁸ Consiste em centralizar a mensagem no destinatário com o intuito de influenciar no comportamento, já que o termo é derivado do latim *conatus* que significa “procurar influenciar alguém por meio do esforço”. (LIMA, 2010, p.122).

produtoras de impressões de uma realidade, que se faz em detrimento de outras leituras mais elaboradas e enriquecedoras, como aquelas que decorrem das criações naturais da percepção individual.

Orlandi (1996, p. 239) coloca a questão de que não há como pensar no discurso religioso isento da noção de reversibilidade, a qual se dá por meio da visão, da profecia, da performatividade das fórmulas religiosas e pela revelação. A despeito dessa ilusão (da reversibilidade) que, no dizer da autora, é a passagem de um plano a outro, observamos que “essa ilusão pode ter duas direções: de cima para baixo, isto é, Deus partilha com os homens suas propriedades; de baixo para cima, ou seja, o homem se alça até Deus. Essas são as formas de ultrapassagem”. (ORLANDI, 1996, p. 251).

O discurso e seu valor resultam da argumentação do comunicador, ao qual podemos incluir aqui a SNT por meio dos pastores, sobretudo nos casos da comunicação pelo rádio e pela televisão. Vale dizer que a interação entre as pessoas fica destacada com as possibilidades criadas pela argumentação – o poder da “fala”, a voz autorizada a enunciar e a falar sobre determinado tema ou assunto acerca dos problemas vividos pela sociedade, que também é afetada pela estrutura social do interlocutor e seus componentes: a posição hierárquica que cada um ocupa, a legitimidade da língua, a autoridade do falante. Vamos ao autor:

Poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força – física ou econômica – graças ao efeito específico de mobilização, só se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário. (BOURDIEU, 2004, p.14).

O autor reitera o poder da enunciação, porém enfatiza uma evolução nesse poder condicionando a algo mágico, que possibilita a mobilização, gera o reconhecimento e se torna referência. Tal mudança se deve à argumentação.

No capítulo quatro falamos que uma das marcas do século XX foi a expansão e popularização dos meios de comunicação impressos e eletrônicos. Desde o fim do século XIX, meios de transporte e comunicação tornaram-se independentes um do outro com a invenção do telégrafo e da tecnologia da comunicação sem fio. Antes disso, a imprensa de Gutemberg tratou de popularizar a Bíblia dentro do contexto de Reforma Protestante, no século XVI.

A argumentação no discurso religioso midiático tem como objetivo atingir diretamente o alocutário convencendo-o e persuadindo-o. Para entendermos as duas ações nos baseamos

inicialmente em Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005). Primeiramente, para chegar a tal compreensão faz-se necessário entender a concepção de *auditório*. Tal palavra que dá nome ao título dessa dissertação é entendida pelos autores como o “conjunto daquele que o orador quer influenciar em sua argumentação”. (PERELMAN E OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p.22). Os autores apresentam ainda três modais de auditório: o *auditório particular*, que conta com o interlocutor a quem o locutor se dirige; o *auditório universal*, que é toda a humanidade ou todas as pessoas ao mesmo tempo; o *próprio sujeito como auditório*, que corresponde como ouvinte constituído do próprio locutor quando ele delibera ou figura as razões dos seus atos.

Se pensarmos em uma exposição direta a um auditório particular, podemos afirmar que ali acontece um ato de persuasão, pois para Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) é uma ação que ocorre diretamente a uma pessoa. Já o convencimento ocorre normalmente perante um auditório universal com o intuito, segundo os autores, de promover a adesão dos mesmos.

Para quem se preocupa com o resultado, persuadir é mais que convencer, pois a convicção não passa da primeira fase que leva à ação. [...] Em contrapartida, para quem está preocupado com o caráter racional da adesão, convencer é mais que persuadir. Aliás, ora essa característica racional da convicção depende dos meios utilizados, ora das faculdades às quais o orador se dirige. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p.30).

Diferentemente de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Koch (2011, p.18) afirma que o convencimento tem relação com a razão através do emprego do raciocínio lógico ou por meio de provas objetivas. Ela afirma ainda que tal ação é demonstrativa e atemporal. Por outro lado, a persuasão tem relação com a vontade, com o sentimento das pessoas no processo interativo, que se dá por argumentos que podem ser verossímeis ou plausíveis. Storto (2015) afirma que persuadir “tem caráter ideológico, subjetivo, temporal, dirigindo-se, pois, a um auditório particular” (STORTO, 2015, p.61). Koch (2011) reforça que o ato de convencer possibilita certezas e a persuasão a deduções “que podem levar esse auditório, ou parte dele, a adesão dos argumentos apresentados” (KOCH, 2011, p.18). Aquino *apud* Storto (2015) afirma que o convencimento leva o interlocutor a acreditar e a persuasão conduz o interlocutor a ação.

Através do *Tratado da Argumentação*, Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) afirmam os aspectos objetivos da argumentação subjetiva está implícita quando se fala do auditório; Amossy (2011) e Maingueneau (2014) destacam os aspectos subjetivos. Aristóteles (2005) trata do que ele chama de provas ou argumentos objetivos ou subjetivos. Já Plantin (2008)

afirma que o objetivo da argumentação é provar alguma coisa com vistas a necessidade de alcançar a adesão de valores. Para o autor existem três atos de fala: demonstrar, provar e argumentar. Plantin (2008) confirma que *demonstrar* é mostrar que algo ou alguma coisa é verdadeira ou certo advindo de um raciocínio conclusivo ou através de provas. Demonstrar tem caráter de fato e ela passa a ser uma prova que pode ser usada como um argumento no discurso; *provar* é confirmar que algo é verdadeiro. Ele remete ao real. *Argumentar* é, para o autor, mostrar que algo é verossímil por meio de argumentos, ou seja, é possibilitar ou apresentar razões para algo. Storto (2015) reforça que através da argumentação

[...] podemos alterar o espírito do interlocutor, de modo que ele aceite novos valores (seja persuadido), transmutando sua perspectiva sobre algo, tomando partido de algo ou fazendo algo, por meio de uma argumentatividade voltada para o orador, para o auditório ou para a prova. Isto é, a adesão do interlocutor pode ser alcançada por meio de dois métodos: pela argumentação objetiva (voltada para o discurso) e pela argumentação subjetiva (voltada para o orador e para o auditório). (STORTO, 2015, p.64)

Tanto a argumentação objetiva quanto a argumentação subjetiva remete a três espécies ou pilares – a primeira remete ao moral, ao caráter pessoal do orador (o *ethos*); há também a maneira em que o ouvinte se dispõe ou a inserção da audiência em um determinado estado psicológico, ou simplesmente, a paixão (*pathos*); e o contraponto do anterior que é representado pela lógica, pelo lado racional do discurso, pelas provas apresentadas por ele (*logos*).

Santana Neto (2005) relata que a argumentação “é a síntese que congrega o *logos*, o *ethos* e o *pathos*, uma vez que esses três elementos são utilizados para a construção da argumentação num processo de complementariedade espiralada que objetiva atingir a persuasão”. (SANTANA NETO, 2005, p.102).

Embora *pathos* e *logos* possam aparentemente parecer antagônicos, ambos os conceitos fazem parte da retórica. A formação de um *ethos* está ligada a questões de identidade. Seja esse *ethos* coletivo ou individual, ele se encontra em um jogo de representações que se dá entre as partes envolvidas no processo de trocas comunicativas e de constituição das respectivas identidades. “Trabalhando com representações de si próprio, o *ethos* também absorve representações do ouvinte, através de seu *pathos*”. (MOSCA, 2006, p.07).

Não é nosso intuito tratarmos com maior ênfase separadamente as questões relativas a tríade *ethos-pathos-logos*. Porém, na argumentação do discurso religioso midiático destacamos a análise feita por Storto (2015) a respeito de cada pilar da retórica. A estudiosa

os denominou por *argumentos éticos* (tem relação com o *ethos*, ou seja, é a face que o locutor deseja apresentar para ser conhecido e se ver reconhecido); *argumentos patéticos* (que é resultante da comoção ou da emoção gerada no auditório durante o processo interativo) e os *argumentos lógicos* (que estão relacionados ao discurso em si, além dos aspectos linguísticos-discursivos requeridos com vistas a adesão do auditório). Resumindo, os argumentos éticos e patéticos são subjetivos, pois estão direcionados aos sujeitos, aos alocutários, ao fiel. O argumento lógico é objetivo, pois ele está diretamente relacionado com o discurso.

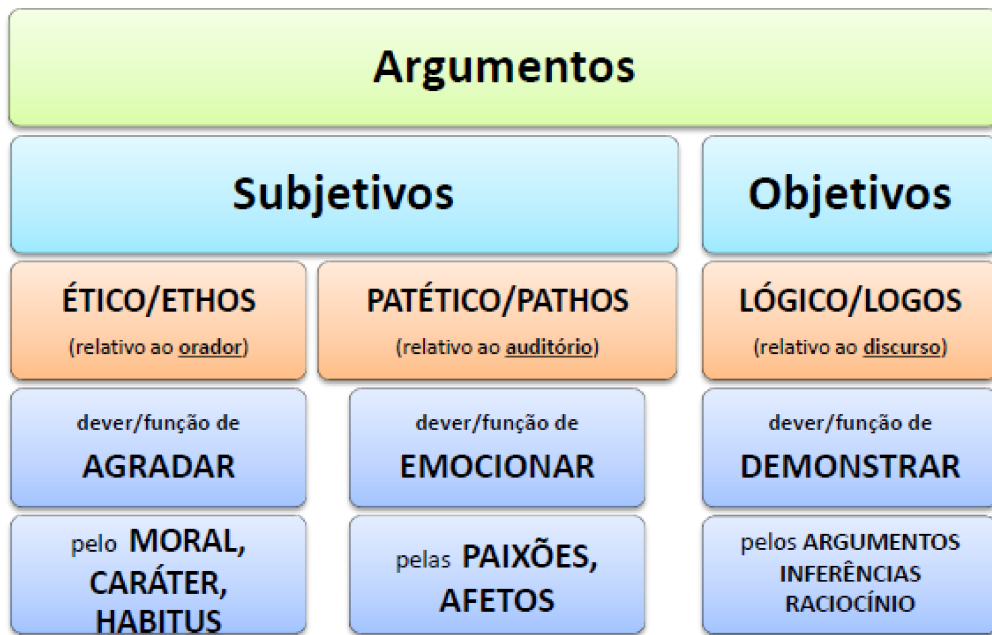


FIGURA 9: Os tipos de argumentos
Fonte: Storto (2015, p.67)

O quadro acima representa as distinções entre os *argumentos subjetivos* e os *argumentos objetivos*. Declerq (1992) e Maingueneau (2014) destacam, por consequência, três deveres do orador – *agradar*, *emocionar* e *demonstrar*. Aliada a análise dos estudiosos, podemos afirmar que no discurso religioso midiático o sujeito-pastor que visa a construção de uma imagem positiva precisa agradar o auditório por meio do seu caráter, de seus valores, de sua postura. A partir do momento que o pastor conhece o seu público, que normalmente se encontra em uma igreja, em um templo, buscando a solução para os mais diversos males da vida, ele procura cativá-lo através de elementos que afetem as emoções do alocutário, possibilitando a emoção pela paixão, ou seja, uma fé circunstancial. Tudo isso oriundo de um discurso simples, coerente e claro, que apresentam provas ou evidências que atendem diretamente para a adesão dos fiéis pelo que foi dito no discurso emitido pela mídia eletrônica.

Para Storto (2015) provar e argumentar são quase sinônimos. Já Plantin (2008) afirma que a prova pode ser antônimo argumentativo, ou seja, quando se demonstra algo recorre-se a provas com o intuito de, posteriormente, argumentar a respeito do que foi demonstrado. “Essa tríplice estratégia (agradar, emocionar e demonstrar) busca prender a atenção do auditório: “por uma emoção suscitada – *movere*; por um conhecimento transmitido – *docere*; por um prazer oferecido – *delectare*” (GUIMARÃES, 2004, p.152).

Storto (2015) reforça que “os oradores inspiram confiança, a) se seus argumentos e conselhos são sábios e razoáveis, b) se argumentam honesta e sinceramente, e c) se são solidários e amáveis com seus ouvintes”. (STORTO, 2015, p.66). Essa confiança inspirada pelos oradores pode ser ampliada pela presença na mídia eletrônica já que a partir dela foi constituída uma cultura evangélica transdenominacional, promovendo uma circulação intensa de símbolos, discursos e práticas que ultrapassam diferenças doutrinárias e teológicas.

5.3 A força do discurso religioso midiático: o sermão e a pregação

No quarto capítulo dessa dissertação tratamos do poder existente na mídia no que se refere ao discurso religioso. Bourdieu (2004, p.14) trata do *poder simbólico* que consiste em uma relação determinada, e por meio desta, entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitos, ou seja, na própria estrutura de campo em que se reproduz ou produz a crença. Por este motivo circulam em microespaços, microsociedades e microcosmos, fazendo parte da vida real das pessoas, não estando diretamente relacionado com as questões econômicas ou com os aparelhos estatais.

Seguindo a linha de raciocínio de Foucault (1985), analisando a força do discurso religioso na mídia eletrônica, parafraseamos o “Cuidado de Si”, presente na Hermenêutica do Sujeito. Quando há um fiel que busca uma vida bela, cuidando de si, está disposto a mudar os seus hábitos e valores com o intuito de governar a sua própria história. Quem escolhe seguir os preceitos apresentados pelo discurso religioso midiático precisa ser hábil em buscar uma vida santa e próspera, mesmo se enfrentar dificuldades, não permitindo abalos que afetem o seu cotidiano. Para conquistar essa vida bela, o cuidado de si – a quem chamo de obediência – é indispensável, já que para a SNT, pela mídia, por exemplo, há argumentos contínuos sobre as posturas ou atitudes que cada fiel deve tomar em cada circunstância (favorável ou adversa) da vida com vistas a melhorar a história de todos os seus seguidores.

Percebemos que a SNT trabalha, através da mídia, com foco no individualismo cotidiano, insistindo nos encontros, fazendo circular as invenções microssociais de novas

formas de vida que não se reverterem em regras universais obrigatórias. A regra universal, ao pretender englobar a totalidade dos indivíduos, comprometendo-os com a obediência, simplesmente inviabiliza o contato com a diferença e com a criação de novas possibilidades de existir.

Sendo considerado autoritário, os ouvintes consideram o discurso religioso divino e, para tanto, deve ser observado e obedecido sem restrições. Weber (2007, p. 159) refere-se aos ouvintes desse discurso como os “carismaticamente dominados”, isto porque os líderes oradores possuem atribuições extraordinárias, denotando uma autoridade divina sobre seus ouvintes. Na verdade, o exercício hegemônico do poder nas igrejas neopentecostais, tendo como principal base o discurso religioso, é imprescindível para a sua sobrevivência e “os seguidores se reconhecem portadores de uma dívida impagável para com uma pessoa iluminada que lhes conduziu a única verdade” (SOUSA, 2004, p. 58,59).

Weber (2007) destaca ainda o caráter de dominação do discurso religioso. Para ele existem os tipos puros de dominação – *a dominação legal, a dominação carismática e a tradicional*. A dominação carismática é concreta a partir do momento que há uma liderança e os comandados obedecem a um líder por conta da força de sua personalidade, pois confluem aspectos de caráter profético e religioso, como foi observado na SNT principalmente entre aqueles que foram nomeados *bispos, bispas, pastores, pastoras, diáconos ou diaconisas e líderes*.

Assim como os ouvintes são participantes do discurso religioso, o próprio orador também deve mostrar-se ante seu discurso. Não há autonomia durante o discurso, isto porque, sendo “o representante da voz de Deus não pode modificar de forma alguma. (...) Há regras estritas no procedimento com que o representante se apropria da voz de Deus: a relação do representante com a voz de Deus é regulada pelo texto sagrado, pela igreja e pelas cerimônias” (ORLANDI, 1996, p. 245).

Ainda que o orador se utilize da sua intelectualidade para se comunicar, seu discurso deve estar sempre embasado na Bíblia, observando seu papel ante a igreja e respeitando a liturgia da cerimônia a qual está inserido. “Isto faz o discurso religioso ser classificado como um discurso de outro discurso (intertextualidade), surgindo como um comentário do texto original” (ORLANDI, 1996, p.247).

A importância da apresentação do sagrado ao ouvinte leigo, através do orador, pode ser compreendida da seguinte forma:

O sagrado manifesta-se sempre como uma realidade inteiramente diferente das realidades “naturais”. É certo que a linguagem exprime ingenuamente o *tremendum*, ou a majestas, ou o *mysterium fascinans* mediante termos tomados de empréstimo ao domínio natural ou à vida espiritual profana do homem. Mas sabemos que essa terminologia analógica se deve justamente à incapacidade humana de exprimir o *ganzandere*: a linguagem apenas pode sugerir tudo o que ultrapassa a experiência natural do homem mediante termos tirados dessa mesma experiência natural. (ELIADE, 1992, p. 12).

Com esta afirmação, é possível compreender a passividade do ouvinte ante o discurso religioso, notadamente neopentecostal. Ele se acha tão pequeno, tão insignificante ante à autoridade divina a que está submetido que não lhe cabe questionar acerca daquilo que lhe é proposto. Reconhece, portanto, sua nulidade, “o sentimento de ‘não ser mais do que uma criatura, ou seja – segundo os termos com que Abraão se dirigiu ao Senhor – de não ser senão cinza e pó” (ELIADE, 1992, p. 12).

Nas gravações que fizemos para essa dissertação, seja em comerciais, anúncios, pregações ou intervenções feitas pelos apresentadores, não foram detectados enunciados que valorizassem os sermões. As afirmações confirmam a amplificação da voz da igreja como espaço de interação social. Para Campos (2004), a tarefa do pastor não era tanto a de conduzir um ritual formal, mas sim a de expor a palavra ou anunciar o evangelho através do sermão.

Segundo o grande dicionário Houaiss da língua portuguesa (HOUAISS *et al.*, 2008, p.2555) o sermão é um discurso religioso pronunciado no púlpito por um predicador; um discurso moralizador; qualquer fala com o objetivo de convencer alguém de algo. Ele vem do latim *sermo*, *sermonis* que apresenta, segundo Storto (2015, p.100), um sentido de conversa, de fala. Andrade (1998) apresenta outra definição de sermão:

Discurso religioso, prédica. Conversa em tom familiar, visando à edificação dos ouvintes. A oratória cristã, conforme enfatizou Paulo aos coríntios, tem como principal temática a cruz do Nosso Senhor Jesus Cristo. Seu objetivo básico é conduzir os pecadores ao arrependimento com base nos méritos do sacrifício do filho de Deus e edificar a Igreja de Cristo. (ANDRADE, 1998, p.264)

Os sermões, a partir de então, tornaram-se referencial junto a comunidade protestante que, segundo Mariano (2005), foi um atenuante no surgimento de distintas formas da religião protestante. Storto (2015) confirma que o tópico mais importante deste estilo de discurso é a cruz de Jesus Cristo. Para Proença (2011), o sermão é voltado para a doutrinação e/ou exortação de correção daqueles que são fiéis à religião, aos princípios cristãos, não necessariamente para a evangelização que era o papel da pregação.

Pregação é “a ação de pregar, um discurso de explanação ou incitação religiosa” (HOUAISS et al., 2008, p.2284). Ele vem do latim *praedicare* (*prae* + *dicare*) que significa “antes de dizer”.

É a proclamação da palavra de Deus, visando a divulgação do conhecimento divino, a conversão dos pecadores e a consolação dos fiéis. A pregação deve ter um caráter bíblico, evangélico e profético. Além de ter a Bíblia como base, há de mencionar a obra salvífica de Cristo, e mover o pecador a arrepender-se dos seus pecados. (ANDRADE, 1998, p.242)

Enquanto o sermão lida com o lado moral do discurso religioso cristão, a pregação, conforme Storto (2015) atua diretamente com a anunciação das obras de Cristo. Todavia, ambos os discursos são argumentativos, pois visam promover a evangelização ou a conversão do fiel (pregação) e a edificação ou o fortalecimento da relação do fiel com a denominação ou com a essência da fé cristã (sermão).

Quando o bispo se apresenta como profeta ou quando ele afirma profetizar na vida do fiel, Storto (2015) destaca que a pregação era, inicialmente, a proclamação da palavra profética, ou seja, que vem do profeta acerca de uma predição – predizer o que acontecerá no futuro. Isso, segundo a autora, passou a ter significado de discurso. Tudo pelo fato deste conceito possuir a etimologia que é derivada do grego *prophetes* – *pro* que significa antes; *phetes* que é derivado do verbo dizer. Com o passar dos tempos, segundo a estudiosa, o termo profeta agregou-se ao sentido de “arauto” e “orador”, ou seja, o profeta tem a função de ser mensageiro do divino, do sagrado, de Deus. “A palavra grega correspondente a pregador é *keryx*, arauto, isto é, aquele que tem uma mensagem (*kerygma*) do reino de Deus, uma boa notícia, uma boa nova do evangelho *evangelion*” (SILVA, 2014, p.2).

Martinho Lutero, em 1520, segundo Cunha (2014, s/p), pronunciou uma mensagem pouco tempo antes de ser excomungado da igreja católica romana durante a Dieta de Worms⁶⁹. Ele teve a oportunidade de apresentar seu ponto de vista de suas teses e de sua influência que, para o autor, também serviu como uma oportunidade de exposição, gerando nele uma condição de vítima e herói.

⁶⁹“A Dieta de Worms (foi uma reunião de cúpula oficial, governamental e religiosa, chefiada pelo imperador Carlos V que teve lugar na cidade de Worms (Alemanha), entre os dias 28 de Janeiro e 25 de Maio de 1521, mais conhecida pelas decisões que dizem respeito a Martinho Lutero e os efeitos subsequentes na Reforma Protestante. Lutero foi convocado à Dieta para desmentir suas 95 teses, no entanto ele as defendeu e pediu a reforma da Igreja Católica, entre 16 e 18 de Abril de 1521., o qual ele não fez, sendo assim declarado herege e fugitivo”. SPURGEON, C.H. Lutero: justificação pela fé. [2011].

Disponível em: <http://www.projetospurgeon.com.br/wp-content/uploads/2013/10/ebook_lutero_justificacao_fe_spurgeon.pdf>. Acesso em: 01 out. 2015.

Abaixo veremos trechos dessa mensagem que contém traços maiores de sermão do que necessariamente de pregação.

Jesus. [...] Compareço pontual e obediente, à hora que me determinou ontem à tarde, e suplico a vossa graciosíssima majestade e aos ilustríssimos príncipes e senhores que, pela misericórdia de Deus, se dignem atender com clemência esta minha causa, que espero seja a causa da justiça e da verdade. [...] rogo que me desculpem com benevolência, porque não tenho vivido na corte, mas no isolamento do monastério, e a única coisa que posso dizer é que até hoje minhas únicas preocupações tem sido, tanto em minha docência como em meus escritos, a glória de Deus e a instrução dos fiéis de coração humilde. [...] Confesso que contra esta gente tenho me comportado mais duramente do que convém a um homem que tem professado a uma religião. Tenho que acrescentar que não me considero um santo; não se trata aqui de discutir sobre minha vida, mas sobre o que se ensina sobre Jesus Cristo. Menos ainda que os anteriores me está permitido retratar estes escritos, porque, se o fizesse, serviria de reivindicação para que a tirania e a impiedade reinassem e se desencadeassem contra o povo de Deus com maior violência que antes. Considerando que sou homem e não Deus, não me é lícito defender meus escritos mas a maneira em que Jesus Cristo meu Senhor defendeu seus ensinamentos diante de Anás quando este lhe interrogava e um soldado lhe deu uma bofetada. [...] É necessário que nos despertemos para o quão admirável e terrível é nosso Deus em seus juízos, para que o anseio de apaziguar os distúrbios não comece por rejeitar a palavra de Deus, nem venha a ser que este intento nos atraia um dilúvio de desgraças insuportáveis. [...] É preciso, pois, temer a Deus. Se falo estas coisas, não é porque creio que em elevadas cúpulas tenham necessidade de meus ensinamentos e advertências, mas não posso subtrair da minha Alemanha o serviço a que estou obrigado⁷⁰.

Em momento algum, Lutero discursou acerca das bênçãos ou conquistas que ele obteve ao longo da vida ou pelas mudanças, ou seja, não houve qualquer mensagem relativa a pregação. Mesmo sendo um discurso de defesa, Lutero usou o sermão como método de discurso fundamentado na importância que ele dava para Deus e Jesus⁷¹ ao afirmar que ele temia a Deus, não rejeitava a sua palavra e se portava obediente e pontual, não deixando de lado afirmação do nome de Jesus antes de iniciar o seu discurso.

A título de comparação, abaixo veremos dois excertos que exemplificam sermão e pregação em um discurso religioso atual:

SeqDiscLuc1: Muitos dentro da igreja, muitos de nós temos vivido assim. Nós estamos reclamando da vinda da presença de Deus, mas Jesus está aí. Vocês estão entendendo queridos? O que falta é que nós possamos parar e nos conectarmos novamente com ele, por isso que Paulo fala sobre o ministério da reconciliação. [...] O que você tem priorizado na sua vida? Como que está a sua relação com o outro? Você não vive sozinho! Você não vive sem o outro! Você não vive sem Deus e você precisa parar e dizer: “Senhor eu quero parar de viver como Marta distraída!

Bispa Lúcia Rodvalho
VCETV – 10/03/2015

⁷⁰<<http://reformadoseculo16.blogspot.com.br/2014/02/discurso-pronunciado-na-dieta-de-worms.html>> Acesso em 01 out.2015.

⁷¹ Não é a nossa intenção promover a discussão se Deus e Jesus são um só ou não, haja vista que essa é uma polêmica na comunidade cristã atual.

SeqDiscJean4: Você quer experimentar o que Deus está fazendo? Pegue o seu telefone nesse momento agora, nessa hora e ligue aqui! Pode ligar agora! 40072144. Se você está em uma outra localidade, você pode ligar imediatamente para 08006047472 e você coloca o teu nome no Parceiro de Deus! Faça uma aliança, um compromisso com o Senhor e eu tenha mudanças nas áreas da sua vida!

Pastor Jean
VCERAD – 26/07/2015

Em SeqDiscLuc1 notamos que o sermão está embutido em dizeres relativos a vida vivida pelas pessoas, porém com afirmações – “temos vivido assim”, “estamos reclamando”, “você não vive sem Deus”, haja vista que tal discurso tem um tom mais familiar. Eles trabalham o convencimento para o fiel se arrepender dos erros ou mudar de conduta frente ao discurso religioso. Em SeqDiscJean4 verifica-se o uso de perguntas e afirmações no que se refere a conduta de interação com a denominação visando a obtenção de algum êxito, ou seja, de cobrança. Em momento algum foi mencionado sobre Cristo e sua vida, o que indica um conteúdo apresentado em forma de pregação, ou seja, há dizeres proféticos como “tenha mudanças nas áreas de sua vida!” ou “quer experimentar o que Deus está fazendo?”. Estes exemplos servem para dar uma pequena ilustração do que são o sermão e a pregação com enfoque na argumentação. A mídia religiosa, especialmente a da SNT, enfoca a difusão de mensagens nos dois formatos, porém a pregação prevalece sobre o sermão, pois ele enfatiza a finalidade da argumentação. Isso será apresentado no sexto capítulo durante as análises. Para a SNT, o que vale é a consequência, não necessariamente a causa.

Em um culto neopentecostal, o ponto máximo de sua liturgia está na pregação. O pastor, líder da igreja, tem a prerrogativa de pregar ou apontar outra pessoa para esta ocasião. O fato é que, nesta oportunidade, há uma observação que geralmente é lembrada: *ouviremos agora a voz de Deus, através do pregador, falando aos nossos corações!* Como o receptor não tem autonomia diante do discurso neopentecostal cabe-lhe apenas aceitá-lo como válido para sua vida⁷².

De posse da oportunidade, o pregador, que pode ser considerada “a voz de Deus” falando ao povo, utiliza-se do livro base, que é a Bíblia, para fundamentar seu discurso. A intertextualidade aqui é clara, ou seja, o pregador faz uso de outro discurso para elaborar e aplicar o seu. As pessoas nada têm a fazer apenas escutar e praticar exatamente aquilo que foi dito. Partimos da análise feita por Orlandi (1996, p.245) que trata da contenção ou da não reversibilidade. Isso significa “congelar” o locutor e o alocutário no lugar que lhes são de direito. Para a autora, o discurso religioso não apresenta autonomia, ou seja, o seu

⁷² Isso pode marcar para o bem e, nesse trabalho, não estamos discutindo a validade emocional de tal enunciado.

representante não pode modifica-lo. Se tomarmos o discurso como materialidade ideológica que tem o intuito de capturar o indivíduo, assujeitando-o a um poder superior, a autora descreve que o indivíduo livre é interpelado por Deus para que aceite a sua coerção livremente a um poder superior. Esse processo discursivo possui para a autora, enquanto efeito de sentido, a respeitabilidade a partir do reconhecimento do alocutário e da seriedade do pastor. Esse reconhecimento equivale a não reversibilidade, instalando no alocutário a ideia do bom sujeito que é submisso ao “Todo Poderoso” e a ordem divina.

O alocutário entende que aquele que pronunciou a mensagem religiosa na mídia eletrônica estava apenas transmitindo algo que recebeu do Senhor com o intuito de fortalecê-lo na fé. E é este o objetivo básico da pregação: despertar a fé dos ouvintes, exortando-os a viver de acordo com ela (DIAS E SILVA, 2010).

Para Mariano (2005), frente ao discurso religioso, as pessoas têm uma determinada escolha a seguir: ou seguem as doutrinas pregadas pelo líder “em troca” de uma salvação ou não seguindo tais doutrinas, as pessoas conviverão, de certa maneira, com uma “vida em pecado”, tendo como sanção o castigo ou a repreensão ou até mesmo uma separação junto aos “ungidos”, tornando-se um “desviado” ou meramente um “não crente”.

Sendo assim, o discurso apresentado por denominações neopentecostais ou PIR como a SNT apresenta-se como aquele que prega suas mensagens a dicotomia entre o bem e o mal; o pecador e o santo; o céu e o inferno; o certo e o errado. Através dele, as ações dos sujeitos⁷³ se realizam, por consequência, em um “dever-fazer” e um “não-dever-fazer” em busca da “vitória”, da cura, da restituição, da “benção”, da salvação prometida aos que seguem à risca as doutrinas de tal denominação.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) reforçam que a ideia de adesão às quais se dirige um discurso é fundamental em todas as teorias retóricas antigas e por isso esta posição reforça o fenômeno de que é em função do auditório que qualquer argumentação se desenvolve. Para assinalar a força argumentativa e o sentido para o qual são apontados os argumentos, estes são chamados por Ducrot (1981) e Koch (2011) de *operadores argumentativos*. Segundo Storto (2015), os operadores argumentativos amarram o texto ou a fala possibilitando coerência e coesão, colaborando com a fluidez discursiva e a liberdade. A autora cita, dentre os mais frequentes, a soma do argumento decisivo (aliás, além do mais); contraste e oposição (mas, todavia, contudo, entretanto); explicação (ou seja, ou melhor, quer dizer, em outras palavras,

⁷³ “O sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia. É descentrado, pois é afetado pelo real da língua e pelo real da história, sem ter o controle sobre o modo como a língua e a história o afetam”. (ORLANDI, 2000)

uma vez que); oposição ou concessão (embora, mesmo que, ainda que); condição (se); afirmação (tudo, todo); negação plena (nada, ninguém); restrição (só, apenas); condição favorável, mas mínima (pelo menos); confirmação (assim); mudança de estado (já). Estes operadores são uma espécie de fios condutores que possibilitam qualificar os efeitos de sentido a serem produzidos na mensagem enunciada e destacam a essência do que está sendo dito.

Afinal, o próprio uso dos meios de comunicação pela SNT pode ser considerado uma força para condicionar e manipular as emoções do auditório. Consideramos este ponto um elemento importante na retórica dos bispos e pastores comunicadores que enunciam na mídia eletrônica religiosa da SNT, pois a sua argumentação se desenvolve através do seu auditório, sendo construída em função dele, o que pretendemos apresentar nas análises no próximo capítulo.

6 ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS NO DISCURSO RELIGIOSO MIDIÁTICO NEOPENTECOSTAL

Ao tratarmos da Teoria da Argumentação nessa dissertação, enfatizamos as mais variadas estruturas conceituais e concepções sob diferentes perspectivas. Entretanto, para analisarmos a argumentação no discurso religioso midiático praticado pela mídia eletrônica da SNT, enfatizamos, inicialmente, o uso da língua falada, caracterizando-a com uma definição proferida por Marcushi e Dionísio (2007)

Língua falada é toda produção linguística sonora dialogada ou monologada em situação natural, realizada livremente e em tempo real, em contextos e situações comunicativas autênticos, formais ou informais em condições de proximidade física, ou por meios eletrônicos tais como rádio, televisão, telefone e semelhantes. (MARCUSHI E DIONÍSIO, 2007, p.71)

Os mesmos autores ainda afirmam que a língua falada se realiza através de gêneros textuais, sejam autênticos e naturais, formais ou não, em tempo real. Tais gêneros podem ser *prototípicos* (interação ou conversação face a face) e *não prototípicos* (pregações, sermões, aulas, entrevistas, etc). O intuito da língua falada é permitir as relações sociais em meio a uma interação que possua dois interlocutores, no mínimo. De acordo com Chafe (1988), a língua falada é espontânea e produzida aos “jatos”. Galembeck (1999, p.109) ressalta que cada um desses “jatos” equivale a uma parte do enunciado que pode estar isolada das outras.

Outro detalhe importante para ser destacado se refere à rotineira falta de planejamento para a explanação de argumentos. De acordo com Storto (2015), nas interlocuções faladas não há tempo para o locutor planejar o que vai dizer e como dirá, já que seus interlocutores partilham entre eles certo contexto de produção que pode interferir na construção e progressão da mensagem.

O estudo das estratégias argumentativas contidas no *corpus* nos possibilitou a percepção de que o discurso religioso midiático conta com diversos recursos argumentativos. Esses recursos são escolhidos de acordo com o auditório, pois “é em função de um auditório que qualquer argumentação se desenvolve” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p.06). Destacamos inicialmente a *adjetivação*. Eles são elementos da gramática com um teor mais afetivo. “Os adjetivos representam as qualidades em si ou qualificam um objeto representado por um nome” (CARVALHO, 1996, p.39). Já Monnerat (2003, p.98) ressalta que a adjetivação promove a intenção comunicativa focando na “maneira pela qual o sujeito falante interpreta a realidade, refletindo conseqüentemente a sua subjetividade”.

As *metáforas* também se fazem presentes por paráfrases, que são para Storto (2015, p.223) “a retomada do já dito com uma mudança enunciativa de ordem semântica ou distribucional”. Segundo Orlandi (1996, p.259) “o dizer religioso é obscuro e sempre são passíveis muitas leituras. As paráfrases indicam a leitura própria da metáfora”. A metáfora é para Mosca (2004) a maior das referências das figuras de linguagem⁷⁴. Há também, de acordo com Storto (2015, p.91, 92) a *figura retórica* que reflete o emocional do locutor e a *exclamação* que apresenta o sentimento do locutor.

Há ainda os intertextos que para Kristeva (2005, p.68) corresponde a “todo texto que se constrói como mosaico de citações, já que todo texto é absorção e transformação de outro texto”. Maingueneau e Charaudeau (2004) relatam que todo texto é um intertexto, já que

designa ao mesmo tempo uma propriedade constitutiva de qualquer texto e o conjunto de relações explícitas ou implícitas que um texto ou um grupo de textos específicos mantém com outros textos. É uma variante da interdiscursividade” (CHARAUDEAU E MAINGUENEAU, 2004, p.288, 289)

Um dos elementos de produção de sentidos que encontramos é a intencionalidade. Oriunda do latim *intentione*, tem relação com a intenção, ou seja, “a vontade, o desejo, pensamento, propósito, plano, deliberação” (FERREIRA, 2004). Koch e Travaglia (2003) afirmam que a intencionalidade é o modo como os enunciadores usam os textos para interagirem de forma coerente, dando pistas para seus interlocutores imaginarem ou construir um sentido desejado. Pode-se afirmar que este está diretamente relacionado com a argumentatividade, pois o intuito do discurso religioso midiático, por exemplo, é alcançar o alocutário, gerando a adesão dele(a). A quantificação e os testemunhos também compõem os operadores argumentativos do discurso religioso midiático.

O programa *Vida com Esperança*, objeto de análise deste trabalho, exhibe em toda a sua programação mensagens religiosas em dois tipos de espaços físicos: em estúdios, seja da Rádio Sara Brasil FM ou da Rede Gênese de televisão, além da igreja, durante os cultos. Essas gravações foram disponibilizadas no campo digital, já que as tecnologias têm facilitado a comunicação midiática, ainda mais no campo religioso, no qual a presença do fiel é fundamental.

A interação entre o fiel e os locutores que emitem as mensagens possibilitam dois tipos de participação – a) cultos gravados com presença de público; b) o fiel não se encontra na igreja, mas está em casa ou acompanha a transmissão das mensagens pela TV ou pelo

⁷⁴ Mosca (2004) afirma que as figuras são recursos textuais discursivos que participam da produção de sentidos textuais ou discursivas.

rádio. É a “quase interação mediada”, conforme afirma Thompson (1998, p.77), ou seja, relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação que implicam numa maior disponibilidade de informações e conteúdos simbólicos que se disseminam através do espaço e do tempo.

A mídia eletrônica religiosa proporciona uma argumentação efetiva por meio de princípios básicos da comunicação que aperfeiçoam a relação entre o locutor ou orador e o alocutário. Meyer (2008, p.06) chama esse processo de *circuito argumentativo*. Para ele o interlocutor dialogando pode confirmar constantemente se foi ou não entendido, adaptando assim aos circuitos. Esses correspondem, segundo o autor, aos *fatores sociológicos* que estão relacionados ao *status* do emissor e do receptor. Esse fator “é o efeito de halo: esse termo designa conotações, lembranças ou sugestões”. (MEYER, 2008, p.10). Assim, os dizeres do locutor podem gerar diferentes compreensões e nem todas as conotações presentes na mente dele serão compreendidas pelo alocutário, possibilitando assim a necessidade de uma maior prudência por quem enuncia a mensagem caso saiba ou sinta que aborda um tema delicado. Isso se deve, seguindo o conceito criado por Maingueneau *apud* Piccardi (2006, p.03), ao fato do sujeito ser heterogêneo, constituído pelas vozes do outro, permeável e flexível.

O segundo tipo de circuito argumentativo que Meyer (2008) se refere são os *fatores psicoafetivos*. O autor afirma que os receptores filtram as informações que foram repassadas, memorizando o que os interessa e rejeitando outras. “Conhecer-se e conhecer o outro são coisas preciosas para o emissor. [...] Conhecendo bem a personalidade do receptor, também pode escolher argumentos que sabem serem certos, por tocarem certa corda sensível” (MEYER, 2008, p.08)

O terceiro e último circuito informado pelo autor são os *fatores mentais*. Considerado pelo autor o circuito mais importante, ele corresponde ao domínio da sintaxe e do vocabulário, aliado a um código não verbal perceptível em situações de oralidade. Nesse caso, a eficácia argumentativa pode acontecer se o locutor ou o pastor se preocupar com o modo de pensar, com o nível de conhecimento e com as concepções do alocutário.

Para haver garantia de qualidade do circuito argumentativo, Meyer (2008), afirma que o locutor precisa observar junto ao auditório durante o seu processo argumentativo os seguintes pontos: a) o sistema de crenças e de valores; b) motivações, objetivos ou razões que levam o alocutário se interessar pelo assunto ou ser convencido; c) prováveis resistências acerca de algum assunto ou à própria personalidade do locutor; d) o modo como o alocutário percebe o locutor, se dispõe favoravelmente ou não. “Quanto mais definido for o público, mais clara será sua personalidade na mente do locutor e mais facilmente este poderá adaptar

sua estratégia ao auditório com maior probabilidade de eficácia” (MEYER, 2008, p.10). Isso significa que quando se fala para um determinado auditório, mesmo sendo o midiático, é necessário que o locutor adapte o seu discurso a um estilo que atenda a todos “seja ele qual for: o fundo e a forma de certos argumentos, apropriados a certas circunstâncias, podem parecer ridículos noutras” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p.28).

Não há propriamente uma ordem que define o primeiro dos fatores a serem determinados pelo indivíduo ao criar um processo argumentativo. Por exemplo, se começarmos pelos *fatores sociológicos*, por estarem relacionados ao estado do alocutário (emocional abalado, baixa autoestima, tristeza, dúvida, entre outros) pode gerar a posteriori necessidade da pessoa de acompanhar a programação religiosa na mídia eletrônica a partir de alguma lembrança ou sugestão (nome de campanha, programa ou assunto). Em seguida, aparece o *fator psicoafetivo*. Aqui o pastor normalmente trata de um assunto aleatório a partir de excertos da Bíblia. O uso do livro sagrado dos cristãos possibilita aos bispos e pastores o uso de argumentos que atingem as pessoas diretamente por meio de exemplos que muitos possam estar vivendo em todas as áreas da vida. Quanto ao *fator mental* determinado pelo domínio da linguagem verbal e não verbal do pastor, a qualificação do argumento acontece quando o pastor analisa o perfil do alocutário. Usa-se a empatia e, dependendo do *feedback* dos alocutários, há a inserção de argumentos de terceiros (testemunhos) ou de circunstâncias vividas pelo mesmo.

Se a aceitabilidade acontecer unicamente pelos fatores sociológicos, pode ser devido ao interesse do alocutário que segue uma cultura ou uma escolha de acompanhar a programação religiosa, acreditando que Deus está em todos os lugares, inclusive na mídia eletrônica. Abaixo esboçamos uma figura que ilustra a conexão entre os circuitos argumentativos.

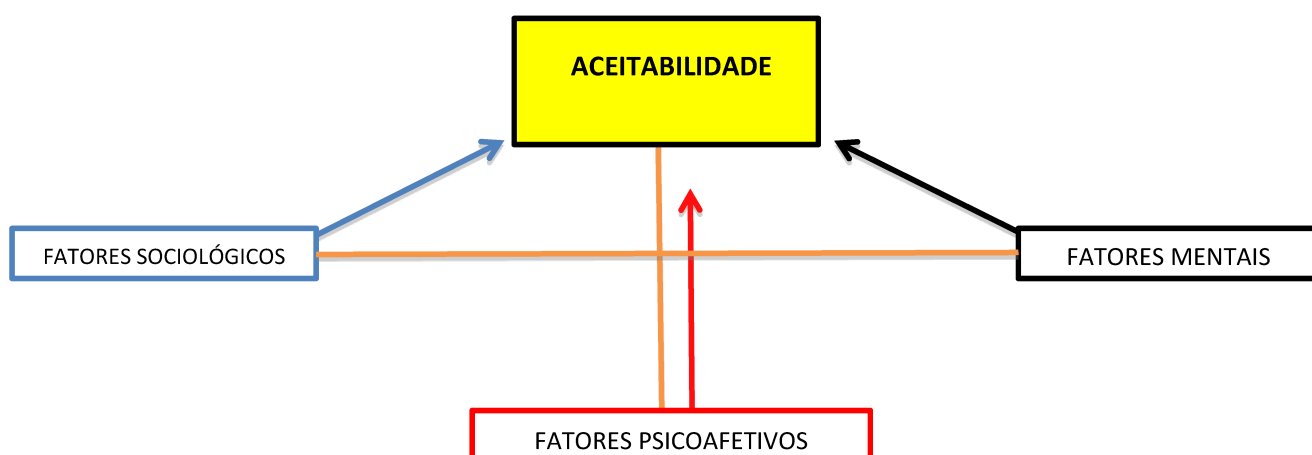


Figura 10: Circuito argumentativo
Fonte: Baseado em Meyer (2008)

Se o circuito começar a partir dos *fatores psicoafetivos*, o indivíduo que busca uma palavra amiga, conselheira, de ânimo ou alento, busca nos *fatores sociológicos* a programação que mais lhe atende definida pelo perfil do locutor, pela imagem que ele se apresenta (*fatores mentais*).

O circuito também pode começar a partir dos *fatores psicoafetivos* gerando imediatamente a aceitabilidade da argumentação através de uma argumentação voltada para o bem estar da pessoa, ou seja, por meio de uma palavra que atinge diretamente o indivíduo.

Se partir dos *fatores mentais*, o fiel pode pelo conhecimento prévio do pastor, do seu caráter, da sua índole, vir a aceitar o que o pastor diz, sendo verdade ou não, de forma direta.

A figura que construímos baseado na leitura em Meyer (2008) vai ao encontro do que Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005, p.24) tratam acerca do processo de persuasão (linha laranja) por parte do orador. Há um cruzamento entre os fatores sociológicos, psicoafetivos e mentais dentro do circuito argumentativo, sem ordem predeterminada. Normalmente tal circuito necessita atingir um auditório heterogêneo, reunindo pessoas diferenciadas pelo caráter, vínculos ou funções. Ele deverá utilizar argumentos múltiplos, com funções distintas, para conquistar os diversos elementos do seu auditório.

A argumentação religiosa conta, inicialmente, com uma adaptação do orador ao auditório. O locutor deve se adaptar com o intuito de persuadi-lo. Por isso,

[...] os sujeitos da interação só são constituídos, definidos e compreendidos na e pela interação [...] é necessário considerar, julgar o auditório na elaboração do discurso argumentativo porque ele determina a escolha dos recursos argumentativos que são mais pertinentes e persuasivos em determinado contexto de comunicação, já que é em função de um auditório que qualquer argumentação se desenvolve. (STORTO, 2015, p.98)

Segundo Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), o locutor trabalha com o parecer daqueles a quem a mensagem se dirige, ou seja, o papel principal para determinar a qualidade da argumentação e do comportamento dos oradores é do auditório.

A obrigação, para o orador, de adaptar-se ao seu auditório e a limitação deste à multidão incompetente, incapaz de compreender um raciocínio ordenado e cuja atenção está mercê da menor distração, levaram não só ao descrédito da retórica, mas introduziram na teoria do discurso regras gerais cuja validade parece, entretanto, limitada a casos específicos. [...] Há apenas uma regra a esse respeito que é a adaptação do discurso ao auditório, seja ele qual for. (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA 2005, p.28)

O intuito é inteirar o auditório no que é apresentado pelo discurso. Para qualificar a argumentatividade, Meyer (2008, p.13) apresenta uma estrutura narrativa na qual verificamos existir na mídia eletrônica da SNT. Para o autor, narrar é argumentar. Ela é formada por uma *partida estável (PE)* que apresenta o tempo, o lugar, o espaço, o personagem ou o contexto, ou seja, nos programas são apresentados a data, o canal, o nome da atração, o local, o sujeito apresentador e a conjuntura vivenciada na ocasião da apresentação da programação. Na sequência, a estrutura conta como *elemento perturbador (EP)* que normalmente consta de uma pergunta ou situação problemática, afirmação ou constatação, sempre com o intuito de gerar uma reflexão. Em seguida, há o *entrecho (En)* que retrata as consequências induzidas dos mais variados problemas já informadas pelo elemento perturbador seja no campo material ou psicológico. O quarto ponto retrata o *desfecho (Des)*, que também é chamado de *reequilíbrio*, que no caso da mídia eletrônica da SNT, sugere mudanças de postura, a busca maior a Deus ou a aceitação do que é pregado pelo orador. A última estrutura é chamada por Meyer (2008) de *estabilidade (Est)* que corresponde a resultante do processo de recepção da argumentação eficaz.

Atingir o sentimento e a emoção do alocutário é o alvo do processo argumentativo no campo religioso. Vale frisar que Woodworth *apud* Gáspari e Schwartz (2005) afirma que o sentimento e emoção são estados individuais passageiros, associados a motivos. Para o estudioso, o sentimento é um estado consciente que varia em espécie e intensidade, além de ser ligado às sensações que são para Gáspari e Schwartz (2005) condições que oscilam no conteúdo e na intensidade, sendo um resultado da abstração mental ou elemento de percepção e uma manifestação intuitiva da consciência.

Já as emoções são estados individuais exaltados ou o que Woodworth *apud* Gáspari e Schwartz (2005, p.03) reiteram ser “estados individuais exaltados relacionados ao sentimento (medo, cólera, alegria, pesar, entre outros), à preparação motora para a reação, ao estado orgânico e ao tipo de situação que desencadeia”. Tal condição contempla o aspecto cognitivo, dentre eles o comportamento que é expresso em programas religiosos pelo choro, pelo grito, pelo tom de voz, pelo movimento contínuo do corpo, entre outros. Vejamos abaixo uma sequência discursiva que exemplifica a estrutura argumentativa a partir das reflexões em Meyer (2008):

SeqDiscJean I: Ô aleluia, glória a Deus! Hoje é dia, hoje é dia em nome do Senhor Jesus (*gritos*). Que dia que é hoje? O dia da sua vitória! É o dia da sua colheita, é o dia da benção de Deeeeusss! (*gritos*). Aleluia, estamos aqui no programa Vida com Esperança, programa maravilhoso aqui da Sara Brasil FM, a rádio para quem ama a Jesuuuuusss! Essa rádio que te ama, essa rádio que se preocupa com você, essa

rádio que ora pela tua vida todos os dias, mas ora por quem? Ora por aqueles que ligam e deixam um pedido de oração. [...] Nossa equipe de fé está posicionada pra ouvir o teu clamor, pra te atender, pra receber sua ligação. [...] Ligue agora, deixe o seu clamor, deixa seu pedido de oração. Nós vamos anotar o seu nome na lista e vamos interceder pela tua vida. [...] Levanta tua mão direita! Levanta sua mão esquerda! E declare comigo: boooooooooooooo diaaaaaaaaa Espírito Santo de Deus!

Pastor Jean

VCERAD – 26/08/2015

No discurso religioso midiático expresso pela mídia eletrônica da SNT percebemos que a emoção, por não ser racional, é estimulada pelos desejos ou anseios do alocutário que busca no rádio ou na televisão um caminho, uma orientação para encontrar as soluções para os mais variados problemas que ele esteja enfrentando. A emoção gerada pelo programa *Vida com Esperança* visa levar o indivíduo a posturas instintivas que são estimuladas por recursos argumentativos verbais e não verbais. Na SeqDiscJean I, quando o pastor apresenta o *elemento perturbador* – *essa rádio que te ama, essa rádio que se preocupa com você, essa rádio que ora pela tua vida todos os dias, mas ora por quem? Ora por aqueles que ligam e deixam um pedido de oração* – atua como fator que incomoda o fiel para a reflexão quanto a relação com o programa ou com a igreja. Consequentemente, o pastor Jean promove o *desfecho* pedindo o fiel para ligar na emissora e deixar o pedido de oração afirmando que irá interceder pela vida do fiel. A *estabilidade* foi representada pela afirmação *levanta a tua mão direita, levanta a tua mão esquerda e declare comigo: bom dia Espírito Santo de Deus!* O levantar das mãos é uma ação que é promovida pela aceitação do discurso, com foco no emocional.

A busca pela aceitação da argumentação no âmbito religioso que é apresentado pela mídia eletrônica se concretiza com o “aceitar a Jesus”, que muitos tratam como conversão. A figura abaixo simboliza a estrutura da argumentatividade de acordo com Meyer (2008) e este se encaixa concretamente no discurso religioso midiático.

Partida Estável → Elemento Perturbador → Entrelaço → Desfecho → Estabilidade

Figura 11: Estrutura argumentativa narrativa

Fonte: Meyer (2008)

O desenvolvimento dessa estrutura é fomentado com o intuito de persuadir o receptor. A persuasão, segundo Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005, p.30), é muito mais importante do que convencer, caso o foco seja o resultado, diferentemente do convencimento que visa expor um caráter mais racional. Um pastor quando expõe e discute algum versículo da Bíblia busca, acima de tudo, a adesão do seu público para a mensagem que é exposta para, por

consequência, conquistar a fidelização deste fiel aos sentidos que emergem nas pregações e, por consequência, à denominação.

Estes processos são reforçados com o que Meyer (2008, p.20) chama de *instrumentos argumentativos* por meio de demonstrações lógicas (causa e efeito) por meio de palavras repetitivas, de efeito, do uso de imagens focadas em atingir sentidos do receptor. No *corpus* que analisamos, a argumentação midiática religiosa da SNT é fundamentalmente persuasiva, pois ela atende um auditório particular – o ouvinte ou o telespectador – que busca na mídia a satisfação de necessidades a partir da persuasão. Para Charaudeau (2013, p.273), a revelação de um mundo que se apresenta e se torna objeto de fascinação, faz o alocutário refém de um processo na qual ele cria um universo onde se projeta e se identifica com os heróis (bispos e pastores).

Charaudeau (2013, p.46) destaca que a crença no processo argumentativo depende de sistemas de interpretação que avaliam o possível e o provável, os comportamentos éticos (bom ou mau), estéticos (bonito ou feio), hedônicos (agradável ou desagradável) e pragmáticos (útil, inútil, eficaz ou ineficaz). Tais crenças, segundo o autor, dizem respeito às representações – uma organização do real por meio de imagens mentais transpostas em um discurso, apontando assim para um desejo social ou até mesmo pessoal.

Uma das bases para as análises registradas nessa dissertação se referem às técnicas ou *tipologias argumentativas*. Aqui corroboramos com Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005). Citaremos os tipos que verificamos estar diretamente relacionados com o discurso religioso midiático.

O primeiro é o *argumento de reciprocidade* que promove, de acordo com os autores, a aplicação do mesmo tratamento a duas situações correspondentes, ou seja, uma relação recíproca, de empatia, de condutas complementares, uma relação simétrica.

[...] os argumentos de reciprocidade realizam a assimilação de situações ao considerar que certas relações são simétricas [...] facilitando a identificação entre os atos, entre os acontecimentos, entre os seres, porque enfatiza um determinado aspecto que parece impor-se em razão da própria simetria posta em evidência. (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.251)

Tais argumentos possibilitam a apresentação do antes e o depois de uma mesma relação. Quer dizer que tal argumento existe na medida em que quanto maior for a ação, positiva ou não, maior será a consequência. No discurso religioso midiático da SNT os argumentos de reciprocidade estão presentes em praticamente todas as sequências discursivas. Uma das propostas do referido discurso é proporcionar ao fiel a oportunidade de se envolver

mais intensamente com o que é santo, ou seja, com o que é de Deus. Porém, caso o envolvimento com o divino não aconteça, os pastores apresentam consequências negativas para os que não acatam tal argumento. Vejamos abaixo um exemplo por meio de uma sequência discursiva que apresenta tal argumento:

SeqDiscSaulo1: Como eu disse agora há pouco: nós precisaremos de um programa inteiro para ministrar todos os testemunhos que Deus tem feito como fez para a Dona Purificação [...] de onde ela conseguiu isso Pastor Jean? [...] Uma coisa simples é que a oferta do Parceiro de Deus pra quem não entende é voluntária! É algo entre você e Deus! Você determina o valor diante de Deus da sua oferta, faz a sua semente e através da sua semente a tua fé é aumentada. E sabe que quando ela aumenta o milagre acontece! O milagre acontece! [...] Ele (Deus) precisa do seu posicionamento, da sua atitude! Você quer libertar a tua vida, não quer mais ficar ouvindo testemunhos? Você quer experimentar o que Deus está fazendo? Pegue o seu telefone nesse momento agora, nessa hora e ligue aqui! Pode ligar agora!

Pastor Saulo
VCERAD – 26/07/2015

A segunda tipologia é o *argumento de transitividade* que é uma propriedade formal de certas relações que autoriza ou permite passar da afirmação à conclusão, possibilitando relações de igualdade, superioridade, inclusão e ascendência através de demonstrações. Segundo os autores, o uso de argumentos transitivos é inestimável nos casos quando existem ordenamentos de seres, de acontecimentos na qual a confrontação direta não pode existir. Os autores citam um exemplo interessante se levarmos para o ponto de vista quanto ao discurso religioso midiático.

Se o jogador A venceu o jogador B e se o jogador B venceu o jogador C, considera-se o jogador A é superior ao jogador C. Poderia ser que, num embate efetivo, o jogador C vencesse o jogador A. Mas esse embate muitas vezes é impossível de se realizar; o sistema das provas eliminatórias em todo o caso o exclui. A hipótese de transitividade é indispensável, se quisermos prescindir de um confronto direto de todos os jogadores. A classificação que resulta dessas relações transitivas só é, aliás, tornada possível porque raciocinamos sobre a pessoa baseando-nos em algumas dessas manifestações. (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.260)

Quando o fiel passa por uma fase difícil e se interage com o programa religioso na mídia eletrônica, ele é desafiado a “semear na obra de Deus”, ou seja, ajudar com uma oferta em dinheiro. À medida que os testemunhos de fiéis alegando êxito na vida são apresentados há uma argumentação transitiva para com o fiel que enfrenta dificuldades (jogador C). Este pode deixar de viver uma vida em pecado e de enfrentar adversidades em áreas distintas quando, por exemplo, o pastor apresenta um argumento de transitividade ao afirmar que o alocutário quando “aceita a Jesus” terá uma nova história. Afinal, Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) relatam que “a prática argumentativa não utiliza todas as implicações que a

lógica formal pode definir, mas faz largo uso da relação de consequência lógica” (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.260).

Há também o *argumento de comparação*. Neste caso, para os autores, ele é determinado pela *oposição* (o bem e o mal) e por *ordenamento* (mais forte que, mais fraco que). Segundo Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), as interações entre termos de comparação podem ser devidas à percepção de vínculos reais quanto ao que se busca, independente de sua origem. Para eles os termos de comparação adaptados ao auditório podem ser elementos essenciais para a obtenção da eficácia argumentativa. Um dos elementos do argumento de comparação é o uso do superlativo⁷⁵.

Aliado ao anterior, uma das tipologias mais usadas no discurso religioso midiático da SNT é a *argumentação pelo sacrifício*. Este é baseado em um sistema de trocas que é para os autores “um escambo, venda, contrato de prestação de serviços – se bem que ela não seja certamente a única em causa nas relações do vendedor com o comprador, mas não é reservada ao campo econômico” (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.281). Neste tipo de argumentação há a medição do valor atribuído àquilo que se faz por sacrifício, ou seja, é um argumento que apresenta um pedido de renúncia. A renúncia pela vida em pecado ou o que os pastores da SNT afirmam ao dizer “aceitar o desafio” para os alocutários participarem do projeto “Parceiros de Deus” são exemplos de argumentos de sacrifício.

O *argumento pragmático* também compõe a tipologia argumentativa, pois ele permite contemplar um ato ou acontecimento com suas devidas consequências, sejam elas boas ou não e não requer propriamente uma justificativa, pois “podem ser observadas ou previstas, cabais ou hipotéticas; a influência delas se exercerá sobre a conduta ou unicamente sobre o juízo” (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.304). Aqui se encaixa o argumento usado pelos pastores com base na Bíblia por meio da extração de trechos que possuem relação com algum enunciado ou assunto específico que será tratado durante a programação religiosa midiática. Os testemunhos de fiéis também se encaixam nesta tipologia argumentativa, já que neles o sacrifício é retribuído com a graça e com o sucesso na perspectiva da prosperidade.

A última tipologia que encontramos para a constituição de nossa análise é o *argumento de autoridade*. Ele é um tipo de argumento que é validado pela integridade e respeitabilidade que o locutor passa para o alocutário, ou seja, pelo modelo, pela referência, pela qualificação, pelas experiências vivenciadas que, no caso, o pastor deve ter. “Quanto mais importante é a autoridade, mais indiscutíveis parecem suas palavras. No limite a

⁷⁵ “Esse se expressa reputando algum objeto seja superior a todos os seres de uma série, seja incomparável e, por isso, único em seu gênero” (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.279).

autoridade divina sobrepuja todos os obstáculos que a razão poderia opor-lhe” (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.351).

As tipologias argumentativas no discurso religioso midiático possibilitam o envolvimento do pastor com o fiel. Isso não se difere da relação face a face, já que a influência ou aceitabilidade⁷⁶ pode ser obtida pela audiência.

Devido a influência que o auditório virtual exerce na interação, o contexto conversacional é construído no decorrer da própria interação, de modo que o falante monitora seu discurso constantemente, a fim de atingir seus objetivos e manter a atenção de seu público, para isso o falante rearranja seu discurso todo o tempo, haja vista o planejamento da fala não ser determinado previamente. (STORTO, 2015, p.138, 139)

Neste capítulo realizaremos a análise das estratégias argumentativas, ou seja, analisaremos um discurso que deve ser observado, segundo Andrade (2014), como um efeito de sentido⁷⁷ desenvolvido dentro de um determinado contexto (religioso) que é materializado por meio de um gênero discursivo (falada, sermão, homilia, pregação), veiculado em um determinado suporte material (mídia eletrônica) com o intuito de constituir uma determinada interação com o público alvo. A autora destaca que

devemos levar em conta os traços linguísticos que permitem reconhecer a intencionalidade do enunciador (escritor/falante), os efeitos de sentidos construídos por esse enunciador ou pelo locutor por ele instaurado/instituído, e a persuasão ou manipulação que o enunciador busca exercer sobre o enunciatário (leitor/ouvinte). (ANDRADE, 2014, p.02)

Não discutiremos sobre religião, dogmas, doutrinas, nem a respeito de Deus. Nosso intuito é analisar o discurso religioso midiático do programa *Vida com Esperança* para compreendermos as estratégias argumentativas usadas pela mídia eletrônica da SNT, conforme afirmamos nos objetivos, ou seja, a nossa dissertação é de cunho científico e não teológico.

⁷⁶ A aceitabilidade está relacionada a aceitação ou não pelo alocutário acerca da mensagem que ele lê ou escuta. “É a expectativa do receptor de que o conjunto de ocorrências com que se defronta seja um texto coerente, coeso, útil, relevante, capaz de levá-lo a adquirir conhecimentos ou a cooperar com os objetivos dos produtos” (VAL, 1999, p.11)

⁷⁷ Segundo Pechêux (1990), Efeitos de Sentidos são os diferentes sentidos possíveis que um mesmo enunciado pode assumir. Esses sentidos mudam conforme a formação ideológica dos atores do processo comunicativo incluindo quem interpreta. O sentido nunca é dado e não existe enquanto produto acabado. Está sempre em curso, se move e se produz dentro de uma determinação histórico-social. Parecem ser evidentes, porém correspondem a efeitos ideológicos que provocam a ilusão de que um enunciado quer dizer o que realmente diz. Vale frisar que o próprio Pechêux (1995, p.160) relata que as palavras, expressões ou preposições mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, ou seja, elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em relação às formações ideológicas.

Na sequência apresentamos as análises e os resultados referentes à análise do discurso religioso midiático.

6.1 Análises baseadas nas Matrizes Discursivas

Para a realização da análise desta dissertação e com o objetivo de construir uma organização metodológica, efetivamos para tanto a construção de matrizes discursivas, tal qual está colocado em Araújo (2011). Tal instrumento visa ilustrar os elementos discursivos nas mensagens apresentadas no programa *Vida com Esperança* veiculada pela Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra na Rádio Sara Brasil FM e na Rede Gênesis de Televisão.

Os elementos estão registrados da seguinte forma: categoria; sequência discursiva extraída do programa *Vida com Esperança*; tipologia argumentativa, que apresenta não apenas o estilo como também a estratégia argumentativa desenvolvida pela denominação com base em Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) e os recursos argumentativos que mostram as ferramentas que qualificam a mensagem transmitida. Em seguida, realizou-se uma análise do material coletado por meio de gravação radiofônica (Rádio Sara Brasil FM) e televisiva (Rede Gênesis) nas seguintes datas: 17 de fevereiro de 2015, feriado de carnaval; em 08 de julho de 2015 e em 26 de agosto de 2015. Juntas, as gravações somam oito horas 59 minutos e 13 segundos. Todos os programas foram analisados para a retirada de sequências utilizadas em nossa fundamentação teórica, observando a recorrência de estratégias argumentativas com o intuito de abordarmos a respeito dos temas.

O recorte temático foi definido após sistematizarmos as gravações de acordo com os efeitos produzidos das igrejas neopentecostais no cristianismo seguindo a linha mencionada por Cunha (2007), que aborda o desenvolvimento de uma prática religiosa avivalista, ou seja, que possui ênfase emocionalista.

Tal estrutura nos levou a determinar os temas que analisamos para cada mensagem apresentada nos programas gravados, ao qual destacamos: a) *dízimo e oferta*, b) *mudança de vida/restituição*; c) *Libertação*; d) *Prosperidade*; e) *Parceiros de Deus*. Com os registros e as sequências discursivas categorizadas realizamos a construção das matrizes e posteriormente inserimos comentários com a devida análise das tipologias e dos recursos argumentativos.

Foram selecionadas as tipologias que se mostraram efetivamente produtivas, com base no referencial dos operadores argumentativos. Tais operadores serviram de ferramentas para que acontecesse a persuasão ou o convencimento nas mensagens proferidas pelos bispos

Robson Rodovalho e Lúcia Rodovalho (Rádio e TV), incluindo os pastores Jean Funirakis e Saulo Quaresma (Rádio).

Para a primeira análise argumentativa, vejamos a matriz na página seguinte:

Matriz Discursiva I		
Categoria: Dízimo e oferta Bispo Rodovalho VCETV 13/02/2015		
Sequência discursiva (díizimo e oferta)	<p>“A Palavra de Deus foi lançada profeticamente sobre a sua vida. Esse ano será o ano profético da restituição, em nome de Jesus. E a Palavra de Deus nos ensina através de Joel 2, versículo 25. ‘Restituirei os anos que foram consumidos pelo gafanhoto’. É isso que Deus vai fazer na tua vida, vai restituir tudo aquilo que foi roubado! Vai restituir tudo aquilo que foi tomado, tudo aquilo que foi destruído e vai trazer de volta para as tuas mãos, em nome do Senhor Jesus! Creia nisso! Mas, lembre-se que Deus, Ele trabalha com o princípio da oferta. Ele trabalha com o princípio da entrega. O próprio Deus, ele provou o amor dele entregando o seu filho unigênito, Jesus Cristo. Deus ofertou Jesus. Deus ofertou o próprio filho para nos dar a salvação. Você quer buscar algo de Deus? Você quer algo que mova a sua fé? Querido, tenha o prazer em doar a Deus! Tenha o prazer em semear na casa de Deus, no projeto de Deus. Isso vai te trazer força! Isso vai alimentar a sua fé, isso vai mover a sua fé! Não é questão de Deus! Não é Deus! É você! A oferta tem mais a ver com você do que com Deus! A oferta move a nossa fé! Ela nos tira da nossa posição e ela nos coloca num posicionamento de fé, de ousadia! Creia nisso! Toda vez que você oferta, a sua esperança é alimentada! Ela é crescida! Por isso que todos os dias nós desafiamos a cada ouvinte do programa Vida com Esperança a se tornar um Parceiro de Deus, a se tornar um participante dessa obra tão maravilhosa. [...]”</p>	
Tipologia Argumentativa	<p>Sacrifício <i>Toda vez que você oferta a sua esperança é alimentada! Ela é crescida! Por isso que todos os dias nós desafiamos a cada ouvinte do programa Vida com Esperança a se tornar um Parceiro de Deus, a se tornar um participante dessa obra tão maravilhosa. [...]”</i></p>	<p>Transitividade <i>Isso vai alimentar a sua fé, isso vai mover a sua fé! Não é questão de Deus! Não é Deus! É você! A oferta tem mais a ver com você do que com Deus!</i></p>
	<p>Pragmático <i>Mas, lembre-se que Deus, Ele trabalha com o princípio da oferta. Ele trabalha com o princípio da entrega. O próprio Deus, ele provou o amor dele entregando o seu filho unigênito, Jesus Cristo. Deus ofertou Jesus. Deus ofertou o próprio filho para nos dar a salvação.</i></p>	<p>Autoridade <i>A Palavra de Deus foi lançada profeticamente sobre a sua vida. Esse ano será o ano profético da restituição, em nome de Jesus.</i></p>
Recursos argumentativos	<ul style="list-style-type: none"> - Repetição - Questionamentos - Uso do vocativo “você”, “sua”, “tua” e “creia”. - Intertextualidade bíblica 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Adjetivação - Operador argumentativo de contraste: mas (1) - Operador argumentativo de afirmação: tudo (3) e todos (1)
--	--

6.1.1 Análises das sequências discursivas

Na sequência apresentada, o dízimo⁷⁸ e a oferta foram referenciados pelo bispo Robson Rodovalho. Ele verbalizou a necessidade do pagamento deste e do que a denominação chama de “oferta” usando de argumentos com vocabulário organizado e determinado a atingir o seu objetivo que é a manutenção da estrutura de mídia da igreja ou para colaborar com projetos sociais mantidos pela denominação.

A sequência discursiva expõe o que mencionamos com base em Meyer (2008, p.13) no item 4.4 desta dissertação ao qual afirmamos que toda argumentação é diálogo, pois implica a liberdade de pensamento, expressão e sentimento com o intuito de persuadir, gerando por consequência uma aceitação por parte do que recebe a mensagem.

É de praxe na estrutura argumentativa no campo religioso a necessidade do uso de trechos ou citações da bíblia⁷⁹ para integrar as pessoas com o contexto que servirá de base para o tema da mensagem. “*A Palavra de Deus foi lançada profeticamente sobre a sua vida. Esse ano será o ano profético da restituição*”. Lançar profeticamente o que é chamado de Palavra de Deus enfoca aqui a ideia de que a Bíblia tem um poder de influência sobre a pessoa sem que ela tenha como questioná-la. Ao determinar que esse ano seja o da restituição faz com que a pessoa acredite na verdade exposta pelo locutor ou pelos escritos bíblicos com a condição de vida que ele(a) leva, principalmente se esta pessoa enfrentar algum problema ou dificuldade. Essa estratégia tem o intuito de proporcionar segurança e confiança por parte do fiel.

Quando se fala de profecia voltamos aqui aos circuitos argumentativos que, no caso, correspondem a fatores sentimentais que estão diretamente relacionados ao indivíduo. A mídia atua com ênfase o que, segundo Meyer (2008), é condição psicoativa, ou seja, lida

⁷⁸ Dar o dízimo é uma prática que começou no Antigo Testamento, quando os povos tinham a ordem de darem a décima parte das suas colheitas e rebanhos. No Novo Testamento, não há nenhuma lei ou recomendação que obrigue a dar a décima parte do seu rendimento. Pessoas dão mais, menos ou não pagam. <<http://www.bibliaon.com/dizimo>> Acesso em 10 abr. 2015.

⁷⁹ Dize-nos, pois, que te parece? É lícito pagar o tributo a César, ou não? Jesus, porém, conhecendo a sua malícia, disse: Por que me experimentais, hipócritas? Mostrai-me a moeda do tributo. E eles lhe apresentaram um dinheiro. E ele diz-lhes: De quem é esta efígie e esta inscrição? Dizem-lhe eles: De César. Então ele lhes disse: Dai pois a César o que é de César, e a Deus o que é de Deus. E eles, ouvindo isto, maravilharam-se, e, deixando-o, se retiraram. (Mateus 22:17-22)

diretamente com necessidades individuais. A palavra “restituição” é usada pela SNT como o mote principal⁸⁰ das mensagens proferidas nas programações e celebrações durante o ano de 2015 através do enunciado “*Ano profético da restituição*”. Ela é costumeiramente usada em mensagens que atinjam as pessoas que lidam com problemas financeiros. Serve também para situações de ordem familiar, na saúde, nos relacionamentos, no trabalho e também pode ser considerada uma metáfora, criando um jogo simbólico acerca do inusitado do dogma.

Como o dízimo e a oferta são temas de interesse social, a argumentação passa da apresentação da causa dos problemas, não importa a área, para uma promessa de que tal adversidade passará ou cessará. Os testemunhos de pessoas desconhecidas ou até mesmo do líder, do pastor, servem como instrumento de convencimento ou mudança de opinião daquele que ouve a mensagem. E pelo fato da mensagem e da “promessa” serem realizadas pelo bispo Robson Rodovalho, em um veículo de comunicação que atinge muitas localidades, tal argumentação fica mais eficaz conforme afirma Charaudeau (2013), já que o conhecimento acaba constituindo uma espécie de garantia da mensagem transmitida. Este faz parte do circuito argumentativo que se refere aos *fatores mentais*.

Nesta sequência discursiva uma expressão muito usada foi o pronome “você”. Ele pode ser considerado um dos ícones que possibilitam uma proximidade entre o locutor e o alocutário, já que o objetivo é auferir conhecimento, estreitando a relação entre ambos. Foram 05 ocorrências mencionadas pelo bispo Robson Rodovalho na sequência. Esse pronome corresponde a um tratamento de igual para igual, ou seja, o bispo Robson Rodovalho se mostra próximo, íntimo dos fiéis, que não são apenas irmãos de fé, mas amados irmãos. A simpatia e a empatia em um contexto envolvente e acolhedor junto ao auditório é constituída a partir de então. Empregar o pronome “você” corresponde ainda em um contexto onde os interlocutores se conhecem ou buscam se conhecer.

Além do pronome “você”, foram usados os vocativos “sua” e “tua”, também para se dirigir ao público. O discurso religioso midiático foca não apenas no indivíduo que está presente no culto. Tais dizeres também visam afetar o ouvinte ou o telespectador para gerar uma posterior adesão. Essa expressão reforça uma particularidade entre o sujeito-pastor e o fiel. A ideia é fazer com que o fiel se sinta acolhido com as argumentações direcionadas a ele mesmo, não necessariamente para o outro. Em momento algum foi usado a expressão “vocês”, pois ela denota um sentido de coletividade, o que não é tão comum e interessante no

⁸⁰<http://bisporodovalho.com.br/bispo-rodvalho-fala-sobre-o-ano-profetico-da-restituicao/> Acesso em 20 mai. 2015

discurso religioso midiático, já que pelo fato do discurso ser um efeito de sentido, acaba atingindo o íntimo do ser e não a todos da mesma maneira.

Quando se trata de dízimo e oferta, ou seja, de dinheiro, os argumentos usados pelo bispo Robson Rodovalho, além da imagem construída por ele, surgem com um pedido de ajuda, de apoio. O bispo apresentou trechos da Bíblia e orienta o alocutário com a mensagem apresentada. Esta terá como referência uma sequência de discursos que servirão de base com o intuito de gerar a reflexão, de forma eficaz, clara e autêntica, afinal, a mensagem está na Bíblia – o livro sagrado dos Cristãos. Quando é dito “*E a Palavra de Deus nos ensina através de Joel 2, versículo 25: Restituirei os anos que foram consumidos pelo gafanhoto*”, o locutor apresenta uma condição de *sinceridade*, de uma verdade, mesmo que seja apenas para quem acredita. A decisão do que a pessoa deve tomar após receber a mensagem ficará por conta dela, ou seja, independente do resultado, da escolha do indivíduo, a credibilidade da argumentatividade acaba acontecendo por si, já que a veiculação na mídia eletrônica das mensagens emitidas retrata o que Charaudeau e Maingueneau (2004) citam como elemento eficaz para determinar como os alocutários recebem ou percebem o conteúdo.

A persuasão na sequência discursiva é uma das características observadas. O discurso religioso cristão por existir há mais de 2000 anos, acaba sendo copiado e reinventado conforme cita Pinto (2000) ao afirmar que Aristóteles e Cícero chamavam de *invenção (topói)* tudo o que advém de discursos anteriores. Falar que esse ano será o da restituição é meramente, seguindo uma linha analítica argumentativa, uma expressão que fomenta a confiança.

Isso dá a entender que o sujeito-pastor assume a voz de Deus ao falar e é compreendido por ser um mensageiro do Senhor, um mensageiro do divino, do sagrado e, ao usar a Bíblia, ele normalmente não é contestado e, pelo contrário, acaba escolhendo tipologias argumentativas de profecia ao afirmar que *este ano será profético em nome de Jesus* afirmando que *tudo que foi tomado ou destruído* (pelo diabo), *ele* (Deus) *trará de volta para as tuas* (fiel) *mãos*, possibilitando moralizar os pensamentos e as ações do alocutário, levando-o a acreditar e a converter, gerando assim a aceitabilidade, a respeitabilidade e a obediência.

O bispo Robson Rodovalho se apresenta na sequência discursiva, mesmo sem enunciar, como o homem mensageiro de alguém que é superior, ou seja, esse alguém é Jesus Cristo que é considerado pelos crentes ou cristãos como rei. “O profeta seria, nesse caso, o sujeito que leva aos fiéis às ordens e os pedidos de Deus” (STORTO, 2015, p.101).

Aqui encontramos o argumento de Sacrifício. O bispo Robson Rodovalho relata que *toda vez que você* (alocutário) *oferta, a sua esperança é alimentada!* A oferta é um dos princípios mais apresentados pela mídia eletrônica da SNT, já que através dela há a manutenção dos meios de comunicação e de sua proposta primária que possibilita na proliferação da denominação. Ofertar é conceder uma doação em dinheiro e isso é algo que remete a um sacrifício já que corresponde a uma renúncia de um bem material e pessoal. *Ela é crescida!* Ou seja, não precisa ser a mesma. A doação é feita de acordo com a condição do fiel. *Por isso que todos os dias nós desafiamos a cada ouvinte do programa Vida com Esperança a se tornar um Parceiro de Deus, a se tornar um participante dessa obra tão maravilhosa.* Ao relatar isso, destacamos a expressão “desafiamos” como um sacrifício moral por parte do fiel, já que aceitar desafio pressupõe que a pessoa é corajosa e determinada. Como tal desafio vem de uma pessoa considerada um “mensageiro de Deus”, o sacrifício tem uma argumentatividade santa ou inquestionável, atingindo especialmente um dos fatores argumentativos já apresentados – o psicoafetivo.

Outro argumento identificado foi o de Transitividade. Ajudar na “obra de Deus” pode possibilitar uma transição do velho para o novo, ou seja, do ruim para o bom. Tal enunciado não apresenta isso diretamente, mas apresenta efeitos de sentido. *Isso* (a oferta) *vai alimentar a sua fé, isso vai mover a sua fé!* Através do argumento apresentado o bispo Robson Rodovalho ressalta que a fé é gerada a partir de uma ajuda, de um apoio à obra. Isso significa que a fé do fiel então estagnada se tornará fortalecida para que o mesmo continue a ajudar de forma contínua, possibilitando novas ações (mover). Aqui a fé não diz respeito diretamente ao amor a Deus, mas a certeza de que a dificuldade se tornará em oportunidade de uma vida nova, ou seja, haverá uma transição, uma transformação. *Não é questão de Deus! Não é Deus! É você! A oferta tem mais a ver com você do que com Deus!* Aqui o bispo Robson Rodovalho apresenta uma transição de ação ou de postura do fiel em relação a oferta por si. Ao invés do fiel se manter “na zona de conforto” esperando as bênçãos divinas, a partir do enunciado do bispo, deve entender que a ajuda (oferta) não é obrigação de Deus, mas do próprio fiel. Naturalmente, para o bispo Robson Rodovalho, a mudança de vida pode acontecer quando o fiel oferta no “Parceiros de Deus”. Aqui há uma transitividade do antes e do depois da oferta no projeto coordenado pela SNT.

O argumento Pragmático foi detectado na Sequência Discursiva I a partir do momento em que se pode afirmar a relação causa-efeito e do discurso bíblico mencionado de forma indireta. *“Mas, lembre-se que Deus, Ele trabalha com o princípio da oferta. Ele trabalha com*

o princípio da entrega”. O bispo Robson Rodovalho disse para o fiel lembrar que Deus trabalha com o princípio da oferta (doação). A “oferta” enquanto argumento no discurso religioso é uma ação já apresentada no parágrafo anterior como transitividade, porém a “entrega” é relativa a consequência de quem se dedica a apoiar um “projeto de Deus”. A entrega mencionada pelo bispo ultrapassa o racional ao qual consiste em doar. Nesse caso tem relação com o sentimental, ou seja, se entregar a Deus e às promessas que Ele tem para a vida do fiel. O bispo indiretamente mencionou uma doação sem se preocupar com as consequências, mesmo que elas venham acontecer. Aqui o argumento é pragmático, pois o fiel poderá ter consequências positivas ou não a partir do momento que se entrega ou oferta. *“O próprio Deus, ele provou o amor dele entregando o seu filho unigênito, Jesus Cristo. Deus ofertou Jesus. Deus ofertou o próprio filho para nos dar a salvação*”. Ao mencionar tal argumento o bispo Robson Rodovalho colocou Deus como um ser que provou o amor dele entregando o filho para a salvação dos que creem no referencial do cristianismo. Implicitamente o bispo mencionou sobre a entrega (causa) que o fiel pode fazer para obter uma vida nova (consequência) para si através de uma oferta.

A última tipologia argumentativa que detectamos na sequência discursiva foi o de autoridade. *“A Palavra de Deus foi lançada profeticamente sobre a sua vida*”. Dizer que a Palavra de Deus foi lançada profeticamente é afirmar que a posição ao qual o bispo Robson Rodovalho ocupa é a de um profeta ou mensageiro de Deus e, por si só, já demonstra um argumento de autoridade. Esse enunciado normalmente é feito no início ou no final das mensagens. *“Esse ano será o ano profético da restituição*”. Aqui não é apenas uma palavra de profecia mencionada pelo bispo Robson Rodovalho. Neste caso, ao mencionar “ano profético da restituição” ele apresenta um argumento de autoridade enquanto líder da SNT pois tal dizer se refere ao mote criado pela denominação no final do ano de 2014 e que serve de base para todas as ações que a igreja desenvolveu em 2015 nos seus templos espalhados pelo Brasil e no exterior. *Em nome de Jesus* é um argumento de autoridade pois é um interdiscurso bíblico e o que vem da Bíblia para os cristãos tem uma verdade normalmente inquestionável.

Nesta sequência discursiva foi usada ainda uma conjunção adversativa “mas” e isso significa uma restrição de alguma argumentação já realizada. De acordo com Neves (2000, p.761) “essa restrição pode significar uma exclusão parcial, estando expressos, por vezes, indicadores de negação, privação, insuficiência”. O bispo Robson Rodovalho trouxe um relato da Bíblia e afirmou que Deus poderia mudar a vida do fiel. Porém seria necessário que este

mesmo alocutário trabalhasse com o “princípio da oferta”, ou seja, pudesse ofertar além do que estava no discurso bíblico – uma argumentação comum no discurso religioso.

A sequência discursiva I mencionada pelo bispo Robson Rodovalho prioriza resultados positivos na vida financeira do fiel. Se ele (fiel) realizar uma oferta que é chamada de “projeto de Deus”, o bispo Robson Rodovalho busca convencê-lo para que acredite que a ação ou “tomada de posição” do fiel em ofertar venha tirá-lo da possível conjuntura adversa que o mesmo enfrente na área financeira e, conseqüentemente, gerar uma esperança, mexendo com o emocional na busca por uma mudança, por uma transformação em sua vida. A eficácia desse tipo de mensagem segue o que Pettry (2006, p.16) diz ao afirmar que a pregação possibilita conclamar a aceitação ou a rejeição de uma ideia ou ação. Assim, a interação criada pelo discurso religioso midiático não consiste apenas em um processo de transmissão de conhecimento ou de orientação, mas “é aquela que consegue envolver o ouvinte, que conscientemente é exaltado por meio do pregador, por meio de sua palavra, que é inspirada por e em Deus” (JONES, 2008, p.28). O discurso religioso midiático também visa “evangelizar os perdidos visa o arrependimento, a fé e a consagração. A pregação é também o meio pelo qual os cristãos recebem nutrição na fé e são capacitados a amadurecer nela” (PETTRY, 2006, p.16). Durante toda sequência apresentada, o que se percebe é uma argumentação estratégica que visa alcançar, segundo a autora, o mesmo procedimento que é convencer pelo discurso.

A repetição com insistência e questionamentos são traços comuns no discurso religioso da SNT. A repetição, segundo Marcuschi (1997, p.95) é “uma das estratégias de formulação textual mais presentes na oralidade”, pois ela contribui para a organização discursiva e a monitoração da coerência textual, favorecendo a coesão e a geração de sequências compreensíveis possibilitando a continuidade à organização e o auxílio a interação. Koch (2006, p.114) conclui afirmando que a repetição possibilita a “compreensão através da desaceleração do ritmo da fala [...] já que este pode ter por fim a demonstração de atenção, interesse, concordância ou deferência”. A repetição possui um papel argumentativo pois é um reforço de argumentação e serve, inclusive, como ferramenta para elevar a excitação dos que estão interagindo.

Na sequência apresentada foram feitas duas perguntas que serviram de gancho para os argumentos apresentados pelo bispo Robson Rodovalho e, mesmo que não houvesse repetição necessariamente de palavras, os seus significados foram repetidos. Ao afirmar *Querido, tenha o prazer em doar a Deus! Tenha o prazer em semear na casa de Deus, no projeto de Deus. Isso vai te trazer força! Isso vai alimentar a sua fé, isso vai mover a sua fé!*. Quer dizer que

doar é semear. A Casa de Deus é, especificamente nesse argumento, o Projeto de Deus (Parceiros de Deus). Trazer força é parte da fé que é “alimentada” ou movida pela ação santa que é a participação no projeto coordenado pela SNT.

As perguntas ou questionamentos são citados por Storto (2015) e Fávero (2000) como recursos básicos, cruciais na interação, pois para os estudiosos a pergunta é um pedido de informação não conhecida que pode possibilitar o que eles chamam de “par dialógico” uma ligação dupla: uma pergunta seguida de resposta que é decorrente de uma pergunta, possibilitando uma circularidade que é aceita como algo necessário. “Não há a necessidade de uma resposta possível a uma dada pergunta”. (FÁVERO, 2000, p.86). O autor ainda afirma que a pergunta é um recurso multifuncional já que assume funções variadas, dependendo do contexto do uso (metas, papel dos interlocutores, etc). Ele destaca ainda que se caracterizam como pedido de informação, pedido de confirmação, pedido de esclarecimento e pergunta retórica.

O que notamos na sequência discursiva foram os diversos pedidos de confirmação que normalmente são feitos ou com aplausos ou com o “amém⁸¹”. Essa expressão é muito representativa no discurso religioso e que está presente normalmente não apenas no fim de cada oração como até mesmo em vários momentos nas falas dos pastores. Ele é um marcador conversacional de concordância e de adoração. Segundo Urbano (1997, p.85), o marcador conversacional é essencial para a língua falada, pois colabora para a produção, interação e compreensão em si. Eles são de grande frequência, recorrência, convencionalidade, idiomatidade, significação discursivo-interacional.

Galembeck e Carvalho (1997) apresentam três tipos de marcadores conversacionais: os *iniciais* – indicam o início ou a tomada de turno (bom, então, mas, acho que), os *mediais*, que auxiliam no desenvolvimento do turno (os advérbios, né, sabe?) e os *finais* que marcam a passagem do turno (né?, entendeu? perguntas diretas ou pausas conclusas, não é?, verdade?, concorda?).

Nesta primeira análise fica evidenciado que as estratégias argumentativas usadas pelo bispo Robson Rodovalho em seu programa *Vida com Esperança* na Rádio Sara Brasil FM e na Rede Gênese de Televisão segue um roteiro bem planejado: a argumentação atrai pelas

⁸¹ Derivado do Hebraico, quer dizer, segundo Storto (2015), “é assim” ou “assim seja”. Segundo Andrade (1998, p.36), o “amém” originalmente significava “confiável, seguro, verdadeiro”. Significa também “comprovar-se firme, fidedigno”. Se tomada isoladamente, a palavra tem esse sentido: certamente, na verdade. Quando finalizamos uma oração com esta fórmula, reafirmamos nossa petição e mostramos total confiança nas promessas divinas. No original grego, vemos que o Senhor Jesus utilizou-se dessa expressão para cancelar diversas declarações doutrinárias. Observamos por todo o Evangelho, o Divino Mestre introduzir as mais altas verdades, tendo como introdução tal palavra: *Amen, leghymin*. Em português, “em verdade vos digo”.

informações, há a persuasão pelas imagens que são construídas pelo discurso, promovendo ideias, de forma racional, fomentando um maior relacionamento entre a denominação e seus alocutários. Seguindo os ditos de Charaudeau (2013), convencer é a arte de falar à razão do outro e persuadir é falar à emoção do outro.

Até aqui abordamos apenas uma categoria, sendo que no discurso religioso da SNT encontramos várias outras categorias argumentativas. Estas podem estar relacionadas com o cenário (TV), com o roteiro do programa, com os sons que são produzidos (rádio), por outros locutores ou pelo tempo de cada quadro.

A análise respaldada na Matriz Discursiva I sinalizou para um bispo Robson Rodovalho que se apresentou como mensageiro de Deus, assumindo a voz de um ser superior com argumentos de autoridade, transitividade, pragmaticidade e de sacrifício. A proximidade com os alocutários acontecia com o uso de vocativos e por meio de uma série de questionamentos precedidos de significados repetitivos, se consolidava com elementos de confirmação, dentre eles os aplausos e o “amém”.

Matriz Discursiva II			
Categoria: Mudança de vida/restituição Robson Rodvalho VCETV – 26/08/2015			
Sequência discursiva (Mudança de vida/restituição)	<p>Querido, a vida é um presente! O que que é presente? É uma dádiva, sim ou não? Quantos gostam de receber dádivas? <i>Eu! Dádivas, diga presentes: presentes!</i> O melhor presente que nós possamos ter sabe qual é? Olhe para trás e diga: Deus entregou em nossas mãos promessas que se cumpriram! <i>Deus entregou em nossas mãos promessas que se cumpriram!</i> Promessas boas que se cumpriram. Ele fechou a vida dele dizendo: todas as boas promessas, todas as boas palavras se cumpriram. Nenhuma delas caiu por terra! [...]</p> <p>O seu presente não é o seu dia atual. O seu hoje não é uma tortura, não é uma dor, o seu hoje é o presente, é o melhor presente que teu pai vai te dar. Por isso que ele te chama! Viva em alegria! Viva em plenitude! Viva da melhor forma! Josué olha pra trás, ele termina velho, cansado e olha para trás e chama Israel e diz: “nenhuma das boas palavras que o Senhor falara caiu por terra, todas se cumpriram”. E antes de dizer isso, versículo primeiro diz: “todos os inimigos em redor deram paz a Israel”, Tiveram vitória e conquista. Coisa que eles não tiveram no início. [...] Não importa como você começa. Importa é como você vai terminar! <i>Amém!</i> Como você vai terminar que é importante! Como você vai terminar! A maneira com que você vai chegar no final. Olha para o seu vizinho e diga: todas as promessas que meu Deus falou, elas se cumpriram! <i>Todas as promessas que meu Deus falou, elas se cumpriram!</i> Meus inimigos estão debaixo de meus pés! <i>Meus inimigos estão debaixo de meus pés!</i> Deus foi fiel na minha vida financeira! Deus foi fiel na minha vida com minha família! Deus me honrou os meus sonhos! Tudo aquilo que eu pedi, tudo aquilo que eu busquei, Deus colocou como um presente nas minhas mãos. <i>Amém!</i> Amém! E eu posso te dar uma palavra profética? Deus está te treinando para você ser um Josué daqui a alguns dias! [...] Deus é poderoso para te dar tudo o que era meta neste ano, neste próximo mês para que este ano seja porção dobrada e triplicada na sua vida! <i>Amééééééémm!</i></p>		
Tipologia Argumentativa	<p>Reciprocidade</p> <p><i>Querido, a vida é um presente! O que que é presente? É uma dádiva, sim ou não? Quantos gostam de receber dádivas? Eu! Dádivas, diga presentes: presentes! O melhor presente que nós possamos ter sabe qual é? Olhe para trás e diga: Deus entregou em nossas mãos promessas que se cumpriram! Deus entregou</i></p>	<p>Autoridade</p> <p><i>E eu posso te dar uma palavra profética? Deus está te treinando para você ser um Josué daqui a alguns dias! [...] Deus é poderoso para te dar tudo o que era meta neste ano, neste próximo mês para que este ano seja porção dobrada e triplicada na sua vida! [...]</i></p>	<p>Comparação</p> <p><i>O seu presente não é o seu dia atual. O seu hoje não é uma tortura, não é uma dor, o seu hoje é o presente, é o melhor presente que teu pai vai te dar.</i></p>

	<p><i>em nossas mãos promessas que se cumpriram!</i></p> <p><i>Promessas boas que se cumpriram.</i></p>		
	<p>Transitividade</p> <p><i>Deus foi fiel na minha vida financeira! Deus foi fiel na minha vida com minha família! Deus me honrou os meus sonhos!</i></p> <p><i>Tudo aquilo que eu pedi, tudo aquilo que eu busquei, Deus colocou como um presente nas minhas mãos.</i></p> <p><i>Viva em alegria! Viva em plenitude! Viva da melhor forma!</i></p>		
<p>Recursos Argumentativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Questionamentos - Repetição (4x) - Marcadores conversacionais religiosos: Amém (3) - Uso do vocativo “seu” (4), “você” (5) - Convencimento pela profecia - Operador argumentativo de condição: se (5) - Operador argumentativo de afirmação: tudo (3), todos (1) - Operador argumentativo de contraste: ou (1) 		

O início do programa “Vida com Esperança” apresentado pelo bispo Robson Rodovalho, começa com o quadro “Palavras de Vida”. Esta sequência foi direcionada para mulheres e o bispo, em sua mensagem, sequer usou algum versículo bíblico, diferenciando da primeira análise. O bispo Robson Rodovalho inicia a mensagem com uma frase de impacto precedido de perguntas, além de afirmações que possuem relação com o tema que falou sobre o profeta Josué. Ele usou argumentos oriundos da Bíblia, mas sem citar diretamente o capítulo do livro sagrado dos cristãos. Mencionou superficialmente o versículo.

Esses argumentos múltiplos ao qual se refere o autor, verificamos ser o arcabouço de conhecimentos da vida/cultura aliada ao intelectual/científico que são claramente usadas nas sequências discursivas apresentadas pela SNT na programação de sua mídia eletrônica. O fato de alcançar um grande número de pessoas ao mesmo tempo faz com que o orador “faça valer seus argumentos sob todos os ângulos, discutindo como cristão, como pagão, como marido, como patriota, como homem [...] transformando ao sabor de sua fantasia para lhes prender aos aspectos mais vulneráveis” (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.25).

Parafrazeando Meyer (2008), narrar já é argumentar. Tudo simplesmente pelo fato do bispo ter de justificar o seu ponto de vista, evidenciando suas ideias, suas crenças, através de frases ou palavras de efeito, dentre eles “Aleluia”, “em nome de Jesus”, “Glória a Deus”,

“Louvado seja Deus” e expressões familiares/particulares direcionadas ao alocutário como “amado(a)”, “querido(a)”, “irmã(o)”, “abençoado(a)”, “varão(oa)”, “ungido(a)”, são expressões que amplificam a qualidade argumentativa com o intuito de promover uma maior proximidade ou familiaridade. No discurso religioso registrado na sequência discursiva II no *Vida com Esperança* os falantes, seja o bispo ou o fiel que acompanha a programação, “estão sempre mostrando que compreendem a fala do seu interlocutor, assinalando que ele pode continuar falando como até então vinha fazendo porque o ouvinte se sente em sintonia com o que está ouvindo” (RODRIGUES, 1997, p.24). Isso chega a ser uma espécie de colaboração mútua. Na sequência discursiva II encontramos apenas o “amém”.

O primeiro argumento apresentado foi o de Reciprocidade. “*Querido, a vida é um presente! O que que é presente? É uma dádiva, sim ou não? Quantos gostam de receber dádivas? Eu! Dádivas! diga presentes! presentes! O melhor presente que nós possamos ter sabe qual é? Olhe para trás e diga: Deus entregou em nossas mãos promessas que se cumpriram! Deus entregou em nossas mãos promessas que se cumpriram! Promessas boas que se cumpriram!*” O bispo Robson Rodovalho quando afirma e questiona os fiéis sobre a vida enquanto presente e dádiva, além de afirmar que Deus entregou promessas que se cumpriram se refere à essência do argumento de reciprocidade que possibilita na integração entre os seres mediante a situações assimiláveis, ou seja, pela concordância.

O argumento de Comparação foi encontrado a partir do momento que o bispo Robson Rodovalho mencionou elementos de oposição “*O seu presente não é o seu dia atual. O seu hoje não é uma tortura, não é uma dor, o seu hoje é o presente, é o melhor presente que teu pai vai te dar*”. Para o bispo quando ele menciona “o seu presente” ele se relaciona ao tempo. Os elementos de oposição são: Hoje/tortura/dor (vida com dificuldades) e o Hoje/presente dado por Deus (vida com bênçãos).

Encontramos na sequência discursiva II o argumento de Transitividade. Nele há uma relação entre os termos. “*Viva em alegria! Viva em plenitude! Viva da melhor forma!*” O enunciado por ser repassado pela mídia eletrônica da SNT, por um bispo que é líder da denominação e ao mesmo tempo é considerado mensageiro de Deus, busca relações de igualdade com os fiéis. Implicitamente, o bispo afirma viver alegre, em plenitude (bem sucedido) e da melhor forma (com qualidade). “*Deus foi fiel na minha vida financeira! Deus foi fiel na minha vida com minha família! Deus me honrou os meus sonhos! Tudo aquilo que eu pedi, tudo aquilo que eu busquei, Deus colocou como um presente nas minhas mãos*”. Neste trecho, o bispo Robson Rodovalho apresentou uma das características do argumento de

Transitividade que é a relação de ascendência pela igualdade. O discurso religioso midiático possibilita ao alocutário a chance de, através dos argumentos, obter êxito em todas as áreas da vida. O bispo Robson Rodovalho (A) citou a sua própria condição (B) aos fiéis (C) deixando evidente que se ele teve a fidelidade advinda de Deus na vida financeira, na vida, na família, nos sonhos, tal condição pode acontecer inclusive para os que buscam o conforto necessário através da mídia eletrônica da SNT.

O argumento de Autoridade foi apresentado novamente na Sequência Discursiva II quando o bispo Robson Rodovalho questiona: “*E eu posso te dar uma palavra profética?*” e, em seguida afirma: “*Deus está te treinando para você ser um Josué daqui a alguns dias! [...]*” A palavra indica autoridade pela posição que o próprio bispo tem sobre a vida do fiel que está *in loco* assistindo o culto ou mesmo aquele que acompanha a mensagem através da mídia eletrônica. A imagem e/ou a voz veiculadas na mídia eletrônica pelo bispo já apresentam a condição de autoridade, de domínio. Essa autoridade também apresenta enunciados que usam de trechos extraídos da Bíblia, sem destacar qual capítulo ou versículo do livro sagrado dos cristãos. “*Deus é poderoso para te dar tudo o que era meta nesse ano, neste próximo mês*” é argumento de autoridade porque apresenta uma afirmação que lida diretamente com a emoção. Pode ser positivo ou negativo. Essa tipologia argumentativa normalmente implica o não questionamento dos dizeres do bispo Robson Rodovalho. Segundo Orlandi (1996), o discurso religioso é intertextual, ou seja, um discurso de outro discurso que se caracteriza como um comentário acerca do texto original. Mesmo não citando diretamente o versículo na Sequência Discursiva II, o bispo Robson Rodovalho baseia sua mensagem no texto fundador – a Bíblia – que representa a voz de Deus. “O emissor do discurso, ao apoiar seus argumentos na fala e nos argumentos de alguém de reconhecida autoridade, obtém maior força argumentativa em suas afirmações”. (GUIMARÃES, 2004, p.157).

Os fiéis ouvintes que podem ser representados também pelos colaboradores da denominação chegam inclusive a interferir no processo interativo para expressarem a emoção, concordando com as palavras do bispo. Às vezes eram feitos pedidos de confirmação, outras eram reações aos discursos emitidos por Rodovalho, já que o fiel pode crer no que é afirmado pelo bispo, ou seja, pode concordar com os dizeres do “mensageiro divino” acreditando que foi Deus quem gerou as respostas que as pessoas tanto buscam para seus males, dentre eles o financeiro. O “amém” encontrado na Sequência Discursiva II é de “exultação”, pois é espontâneo por conta da postura do orador que eleva o tom de voz, enfatizando seu dizer de forma efervescente, possibilitando uma reação em comum com o auditório.

Outro fator importante na Sequência Discursiva II foi o convencimento pela emoção. O discurso religioso midiático por ser um dos mais persuasivos e envolventes que existem, acaba tendo no auditório um referencial que ajuda a construir o discurso e a ultrapassar os limites do *logos* ou da lógica. Quando Robson Rodovalho inicia a mensagem chamando o alocutário de *querido*, acaba possibilitando uma maior interação, porém isso não é tudo. Há ainda o momento da comunhão, da proximidade entre os alocutários quando Rodovalho pede para a pessoa falar com outro que esteja perto. A voz ou o *feedback* de todos que repetem as falas do bispo – nessa sequência discursiva II foram sete repetições do auditório perante a fala de Rodovalho – a atenção ao que é dito ao auditório, a música instrumental, os gestos da face do público, os movimentos físicos do bispo que ergue as mãos abertas em direção ao auditório, retoma o que mencionamos no capítulo cinco quando falamos dos *argumentos patéticos*.

As imagens dos fiéis na sede da SNT cheia. O som das reações deles apresentadas no rádio. Ambos são estratégias argumentativas, pois apresentam muito mais do que uma simples concordância das mensagens enunciadas. Eles podem apresentar a emoção, a fé e a atenção que são ferramentas que possibilitam alcançar a simpatia dos telespectadores ou dos ouvintes. Além dos movimentos ou gestos do bispo Robson Rodovalho, a mesma postura dos fiéis veiculada na mídia eletrônica possui valor argumentativo. Segundo Mauss (1974, p.217), o gesto é importante por ser “o primeiro e mais natural objeto técnico e, ao mesmo tempo, meio técnico do homem”.

Um detalhe observado na Sequência Discursiva II aconteceu quando o bispo Robson Rodovalho afirmou aos alocutários: *Deus está te treinando para você ser um Josué daqui a alguns dias!* Ao fazer tal afirmação, ele ergue ou impõe as mãos sobre o auditório. Storto (2015) relata que a imposição de mãos é usada como uma espécie de técnica auxiliar para criar um estado espiritual e psicológico no instante em que os interlocutores se encontram envolvidos durante a sequência discursiva. “Para os religiosos, por meio desse gesto, aquele que impõe as mãos sobre o outro, podendo tocar-lhe ou não, medeia uma benção, transmite uma sensação de bem-estar e, em alguns casos, funciona como instrumento de cura” (STORTO, 2015, p.196).

Como tratamos aqui das mensagens enunciadas através da mídia eletrônica, há inúmeros gêneros textuais que detectamos nas gravações, dentre eles a pregação, testemunhos, saudações, orações, mensagens, louvores, avisos ou recados, apelo, agradecimentos.

Quando se fala em tom de voz, Storto (2015) afirma que ele é um elemento prosódico, ao qual além do tom, a velocidade da fala é outra atenuante. Por meio dessa ferramenta, de acordo Koch (1992), são (re)construídos o mundo e as suas situações. A autora ainda destaca que a língua e a forma que ela é usada possibilita uma ação dramática com o intuito de promover uma maior interação com as outras pessoas. Isso não se difere na relação entre a mídia eletrônica e os fiéis.

Na sequência discursiva II, o sujeito apresentador Robson Rodovalho fala com um tom mais ameno, mais baixo durante maior parte da mensagem enunciada. Porém, nos momentos em que ele questiona os fiéis e, principalmente, ao encerrar a mensagem, o tom fica mais elevado e o ritmo mais acelerado, no caso, com o enunciado *Deus é poderoso para te dar tudo o que era meta neste ano, neste próximo mês para que este ano seja porção dobrada e triplicada na sua vida!* Ao elevar o tom de voz é emitido de forma “automática” um *feedback* ou confirmação pelos alocutários: *amém!* É um estímulo-resposta concreto e muito comum não apenas nesta sequência discursiva. Em todas as sequências discursivas de mensagens de cunho religioso com a presença do fiel há esse roteiro.

Por mais que não seja uma regra, principalmente quando analisamos um programa veiculado na mídia eletrônica, a Sequência Discursiva II inicia com uma afirmação seguida de perguntas que vem precedida de uma afirmação positiva, pois o bispo Robson Rodovalho apresenta uma face prosaica que gera piedade, credibilidade, respeito e empatia. A partir dos questionamentos, o bispo leva os fiéis a interagirem, mesmo que ele responda pelos alocutários. A interação verbal existente na Sequência Discursiva II por meio da pergunta – “*O que que é presente?*” – acaba nem sendo respondida pelos fiéis. A questão pode receber uma devolutiva do próprio bispo que responde, no caso “*é uma dádiva!*”, sem o desejo primário de responder ou tal enunciado acaba sendo precedido de uma pergunta, inclusive monossilábica – “*sim ou não?*”.

Na ocasião são enunciados dizeres que focam no mesmo objetivo: a persuasão. São usados elementos narrativos, sejam por momentos vividos (relatos) pelo sujeito apresentador ou pelo discurso bíblico. O bispo Robson Rodovalho é considerado um porta-voz de Deus cuja função primária é falar por Ele e dEle. Por ser líder da SNT e por possuir características que podem ser dele mesmo, que acaba sendo moldada pela mídia eletrônica, os alocutários veem no bispo um ser benevolente, um homem sério para as coisas sérias, feliz para momentos felizes, que subiu na vida pela fé, bem sucedido na vida pessoal e profissional, temente a Deus, que fala das coisas celestiais ou divinas com a seriedade que merecem.

Esse *ethos* construído pela mídia eletrônica sobre o bispo Robson Rodovalho fomenta a aceitabilidade dos argumentos oriundos dele possibilitando assim persuasão pelo simples fato dele emitir suas opiniões. Ou seja, ela não é dita, é mostrada. “São traços do caráter que o orador deve mostrar ao auditório (independente se ele é sincero ou não), para dar uma boa impressão [...] o orador enuncia uma informação e, ao mesmo tempo, diz: eu sou isto aqui, não aquilo lá” (BARTHES, 1975, p.203). Para Storto (2015), a ação de mostrar e não dizer gera a persuasão. “Se dizemos, se afirmamos, podemos projetar uma imagem indesejada como o da arrogância e o da presunção” (STORTO, 2015, p.68).

Afinal, a Bíblia é a principal força ou ferramenta que promove o discurso religioso midiático. O bispo Robson Rodovalho mesclou na pregação por várias vezes a leitura das passagens da Bíblia com comentários ou explicações com o intuito de organizar a leitura do texto para auxiliar a compreensão dos fiéis, além de possibilitar um direcionamento. Storto (2015) afirma que a pregação é um gênero argumentativo da ordem do expor argumentativo.

A pregação é um discurso misto interativo-teórico. É interativo porque é escrito em primeira pessoa, reporta-se diretamente ao seu interlocutor, tentando manter com ele maior proximidade e porque são explicitados o tempo e o espaço em que a interação ocorre, seja por meio do próprio contexto físico das pregações *in loco*, seja pelo discurso dos pastores, seja pelas informações contextuais (STORTO, 2015, p.123).

A sequência discursiva II mostra o bispo Robson Rodovalho preocupado com os problemas dos fiéis. Ao afirmar “*Tudo aquilo que eu pedi, tudo aquilo que eu busquei, Deus colocou como um presente nas minhas mãos*” ele quer mostrar para o fiel o que Deus fez por ele. Se foi feito para o bispo Robson Rodovalho pode ser feito para todos. Ele mostra na ocasião certa afetividade, com cortesia positiva perante o auditório buscando a manutenção ou na conversão do fiel. A conclusão da Sequência Discursiva II apresenta o bispo Robson Rodovalho afetuoso. Tal postura acaba gerando a emoção que se torna um recurso que toca os sentimentos das pessoas, abrindo a possibilidade para deixá-los mais receptivos a acatarem a imagem do bispo que é como eles (fiéis), que enfrenta problemas, mas que pode vencer as adversidades pela fé.

Normalmente, em um culto, a conclusão da mensagem é feita através de uma oração, porém nessa sequência discursiva, o encerramento foi feito com uma afirmação mediante profecia, pois conforme afirma Orlandi (1996, p.243, 244) “a voz do é a voz de Deus” (ORLANDI, 1996, p.243, 244). Aqui podemos reforçar os dizeres da autora que a voz dos pastores na mídia eletrônica religiosa também pode ser a voz de Deus.

Durante toda a sequência discursiva II são apresentados mecanismos que possibilitam assinalar a força argumentativa e o sentido para o qual são apontados os argumentos. Detectamos alguns operadores argumentativos que qualificam os efeitos de sentido a serem produzidos na mensagem enunciada e destacam a essência do que está sendo dito. Ao afirmar que Deus *entregou as promessas que se cumpriram*, o bispo Robson Rodovalho colocou posteriormente um operador argumentativo de afirmação “*(todas) as boas promessas, (todas) as boas palavras se cumpriram!*”, com o intuito de causar com o uso desse operador um efeito de sentido pela emoção.

A análise respaldada na Matriz Discursiva II sinalizou para a respeitabilidade construída pelo bispo Robson Rodovalho, que busca preservar a sua imagem, fomentando o argumento de autoridade. Ele fez uso de expressões familiares que geram proximidade, incluiu operadores argumentativos por meio de mensagens com base bíblica e estes estavam associados com um fundo musical. Para cada tema enunciado e abordado pelo bispo foi perceptível um tom de voz específico e apropriado. Tudo com o intuito de persuadir o alocutário, com o intuito de gerar a devida aceitabilidade da argumentação apresentada.

Vejamos uma nova sequência discursiva que nos apresenta outros destaques em que o discurso religioso midiático qualifica a argumentatividade.

Matriz Discursiva III		
Categoria: Libertação Lúcia Rodovalho VCERAD – 13/02/2015		
Sequência discursiva (Libertação)	E hoje eu quero chegar para você com palavras que saram, palavras que curam, palavras que liberem o seu coração. Hoje eu quero falar sobre a culpa. A culpa é um sentimento que aflige muitas mulheres e muitos homens. As mulheres se manifestam mais. Os homens ficam calados e carregam esse peso. E a única coisa que pode nos libertar do poder desmedido da culpa é a paz e o perdão de Jesus Cristo. Nós precisamos enfrentar os nossos problemas pessoais, encarar que eles existem e que eles precisam ser tratados. Ao assumirmos trazermos a luz de Deus, o Espírito Santo derrama o seu óleo sobre nós, ele derrama o óleo sobre casas que foram deformadas no decorrer de nossa vida por tanto sofrimento que nós enfrentamos. Casas que cobrem o nosso coração, que encobrem o seu verdadeiro “eu” e Deus vai conduzindo tudo. Só o fato de assumirmos com sinceridade que temos ferida, que estamos feridos já estaremos em grande parte andando para a libertação. Que Deus te abençoe!	
Tipologia Argumentativa	<p>Comparação: <i>A culpa é um sentimento que aflige muitas mulheres e muitos homens. As mulheres se manifestam mais. Os homens ficam calados e carregam esse peso.</i></p>	<p>Autoridade: <i>E hoje eu quero chegar para você com palavras que saram, palavras que curam, palavras que liberem o seu coração.</i></p>
	<p>Transitividade: <i>Só o fato de assumirmos com sinceridade que temos ferida, que estamos feridos já estaremos em grande parte andando para a libertação.</i></p>	<p>Reciprocidade <i>E a única coisa que pode nos libertar do poder desmedido da culpa é a paz e o perdão de Jesus Cristo. Nós precisamos enfrentar os nossos problemas pessoais, encarar que eles existem e que eles precisam ser tratados.</i></p>
Recursos Argumentativos	<ul style="list-style-type: none"> - Metáforas: “a luz de Deus”, “casas que cobrem o nosso coração”, “derrama o óleo sobre casas”, “derrama o óleo sobre nós”. - Pausas - Entonação vocal - Música instrumental - Intertextualidade - Operador argumentativo de restrição: só (1) - Operador argumentativo de mudança de estado: já (1) 	

Na sequência discursiva III detectamos no eixo argumental um discurso de autoridade a partir do momento que a bispa Lúcia Rodovalho menciona “[...] *eu quero chegar para você com palavras que saram, palavras que curam, palavras que liberem o seu coração*”. Esse eixo vai, de certa forma, atingir um objetivo claro que é produzir um efeito de sentido na

mente do alocutário. Pode atuar diretamente no emocional e em outros sentidos que perpassam esse efeito de sentido, por exemplo, a ideia de autoridade pela posição, por ser líder na denominação – o senhorio – através de uma referência (a bíblica), além das relações de poder estabelecidas no discurso. O argumento de autoridade produz um efeito de sentido de valor. Ele dá força, credibilidade na fala da bispa Lúcia Rodovalho.

A procura pela mídia eletrônica religiosa por parte do fiel ou a enunciação do discurso religioso pela denominação através da mídia eletrônica focam normalmente em outro detalhe observado nessa sequência discursiva: *o argumento de transitividade*. Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005, p.282), tal tipologia argumentativa apresenta um contexto baseado em transformações passando da afirmação do que já existe para algo imaginável. A transformação não corresponde à cura definitiva, mas a libertação de problemas, ou seja, dos males da vida que a mídia eletrônica da SNT enfatiza em sua programação – doenças, ansiedade, dívidas, desemprego, entre outros.

Ao dizer que “*nós precisamos enfrentar os nossos problemas pessoais, encarar que eles existem e que eles precisam ser tratados*”, a bispa Lúcia Rodovalho usa da empatia para mostrar que ela também já viveu ou vive a conjuntura citada, porém aconselha as pessoas a estarem mais próximas de Deus, não afirmando diretamente que este é o caminho da resolução dos males da vida. Aqui ela usou um argumento de proximidade. Ela relata na continuação que “*só o fato de assumirmos com sinceridade que temos ferida, que estamos feridos já estaremos em grande parte andando para a libertação*”. Isso dá a entender que o eixo argumentativo usado por ela possibilitou obter um efeito de sentido mais pelo discurso da emoção do que propriamente da solução lógica, diferenciando-se assim do seu marido, o bispo Robson Rodovalho.

No discurso religioso midiático apresentado nessa sequência discursiva III não há a determinação do racional, do tangível e do objetivo para a libertação anunciada pela líder religiosa. Depende propriamente de uma iniciativa do indivíduo que precisa se relacionar com a denominação, com seus princípios e acatar os argumentos apresentados. Não há uma garantia para a resolução do problema, mas o efeito de sentido possibilitado pelo argumento pode gerar um novo comportamento, uma nova postura por parte do fiel.

A segunda tipologia apresentada na Sequência Discursiva III é a Comparação. “*A culpa é um sentimento que aflige muitas mulheres e muitos homens. As mulheres se manifestam mais. Os homens ficam calados e carregam esse peso*”. Aqui há um argumento de oposição entre homens e mulheres, no qual a bispa Lúcia Rodovalho destaca a figura feminina como mais emotiva do que a masculina. A comparação promove as diferenças,

porém no discurso religioso midiático ela serve de base para sustentar o argumento principal que, no caso da sequência discursiva, foi o argumento de Reciprocidade. *“E a única coisa que pode nos libertar do poder desmedido da culpa é a paz e o perdão de Jesus Cristo. Nós precisamos enfrentar os nossos problemas pessoais, encarar que eles existem e que eles precisam ser tratados”*. A bispa Lúcia Rodovalho, ao argumentar que a culpa cessa através da paz e do perdão vindo de Jesus Cristo, apresenta indiretamente que não importa a diferença que exista entre homens e mulheres. A “igualdade” gera unidade de interesses por parte dos alocutários que pode existir e ser tratado. A bispa Lúcia Rodovalho, ao final, apresenta a tomada de atitude necessária para a mudança de vida do alocutário.

Outro tipo de argumento que encontramos foi o de Transitividade. *“Só o fato de assumirmos com sinceridade que temos ferida, que estamos feridos já estaremos em grande parte andando para a libertação”*. Fica evidente que a tipologia, seguindo os preceitos de Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) mostra que uma afirmação (assumir com sinceridade que tem uma ferida) que é recebido pelo alocutário pela mídia eletrônica imagina o contexto de transição (estaremos em grande parte andando para a libertação) acontecendo a seu favor.

Aqui não foi detectada por parte do público alguma reação durante a mensagem. O nome do quadro apresentado pela bispa Lúcia Rodovalho é “Palavras que saram”. Quando se analisa o nome do quadro podemos fazer duas analogias: a primeira é relativa ao sarar que pode ser relativo ao nome da denominação “Sara Nossa Terra”. A outra pode ser relacionado a cura ou a um simples alento para o fiel que enfrenta problemas na vida.

Diferentemente das duas primeiras sequências discursivas ministradas pelo bispo Robson Rodovalho, que usou permanentemente de questionamentos e de forma sistêmica o auditório respondia as suas mensagens, no caso do sujeito Lúcia Rodovalho, o que se percebeu foi o uso de música instrumental que em determinados momentos da mensagem tinha uma maior elevação de som.

A líder religiosa, se comparada a todos os demais sujeitos-pastores que participam do programa Vida com Esperança, é a que mais aborda assuntos ligados a mente, a consciência, ao caráter, a humildade, a transformação de vida e a moral cristã. Quando ela diz que *“Ao assumirmos trazermos a luz de Deus, o Espírito Santo derrama o seu óleo sobre nós”* ela trata da importância da oração.

A análise respaldada na Matriz Discursiva III sinalizou para um discurso não voltado para a persuasão, diferentemente da Matriz Discursiva II, por exemplo. A mensagem emitida pela bispa Lúcia Rodovalho focou em argumentos voltados para a consciência cristã, para o caráter do indivíduo com base em argumentos de transitividade. A presença apresentou uma

condição pouco comum nas mensagens emitidas pelo programa *Vida com Esperança* na mídia eletrônica da SNT – ela foi a única mulher pregadora de todo o nosso *corpus* – que pode por um lado ir contra as normas da Bíblia no que se refere à participação da mulher na emissão das mensagens. Por outro lado a participação da bispa Lúcia Rodvalho implica na abertura de novas conjunturas que as denominações derivadas do PIR apresentam: atingir de forma diferente a todos os públicos.

A sequência discursiva a seguir expõe um dos temas mais recorrentes no *Vida com Esperança* – a prosperidade. Praticamente todos os elementos argumentativos foram usados.

Matriz Discursiva IV		
Categoria: Prosperidade Pastor Saulo VCERAD – 26/08/2015		
Sequência discursiva (Prosperidade)	<p>Meu Deus do céu! O que que Deus não pode fazer na vida da pessoa que crê, né pastor Jean! E eu achei muito interessante algo que ela falou aqui agora. Achei maravilhoso. Ela disse o seguinte: eu ouvi os testemunhos aí e eu achava que aquilo não poderia acontecer na minha vida não e ouviu os testemunhos e falava: ah, será? Será que pode acontecer na minha vida? E talvez seja isso que você está pensando agora! Eu ouvi esses testemunhos de milagres. É causa na justiça, é desembolando vida de filho... é...é Deus agindo em todas as áreas. Ela fez um voto pela causa, viu que Deus agiu e logo imediatamente fez por outra, Deus agiu também. Ou seja, ela viu que o voto com Deus, a aliança com o Parceiros de Deus traz o mover dos céus, traz o mover de Deus e essa pergunta que ela tinha no coração. Talvez seja essa pergunta que você está ouvindo agora: “adianta? Será que Deus faz? Será que Deus pode mudar a minha história aqui também? Deixa eu te perguntar: ficar duvidando, vai mudar alguma coisa? Porque ela decidiu crer e isso mudou alguma coisa na vida dela! [...] A Cilene é uma vencedora porque teve um posicionamento de fé! Porque não ficou parada esperando as coisas acontecerem, nem ficou lamentando, nem chorando. Mas ela falou: “tá tudo indo mal, eu vou fazer um voto! Eu vou me levantar, eu vou sacrificar! Eu vou entregar, eu vou semear!”. Semeou e colheu! Se você quer colher também, você faz agora um voto no Parceiros de Deus, faça o seu voto, faça o seu voto pela sua causa e Deus vai responder através da sua fé!</p>	
Tipologia Argumentativa	<p>Sacrifício <i>Se você quer colher também, você faz agora um voto no Parceiros de Deus, faça o seu voto, faça o seu voto pela sua causa e Deus vai responder através da sua fé.</i></p>	<p>Pragmático <i>Ela disse o seguinte: eu ouvi os testemunhos aí e eu achava que aquilo não poderia acontecer na minha vida não e ouviu os testemunhos e falava: ah, será? Será que pode acontecer na minha vida?</i></p>
	<p>Transitividade <i>Ela fez um voto pela causa, viu que Deus agiu e logo imediatamente fez por outra, Deus agiu também. Ou seja, ela viu que o voto com Deus, a aliança com o Parceiros de Deus traz o mover dos céus, traz o mover de Deus e essa pergunta que ela tinha no coração.</i></p>	<p>Reciprocidade <i>[...] ela viu que o voto com Deus, a aliança com o Parceiros de Deus traz o mover dos céus, traz o mover de Deus e essa pergunta que ela tinha no coração.</i></p>
Recursos Argumentativos	<ul style="list-style-type: none"> - Questionamentos - Música instrumental - Intertextualidade - Vocativos: você (3) e seu (1) 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Pausas - Entonação vocal - Discurso reportado - Operador argumentativo de oposição: mas (1) - Operador argumentativo de explicação: ou seja (1) - Operador argumentativo de condição: se (1) - Operador argumentativo de afirmação: tudo (1)
--	--

A sequência discursiva IV foi extraída do *Vida com Esperança* na Rádio Sara Brasil. O início desta começa com “*Meu Deus do céu*” enunciado pelo pastor Saulo Quaresma para apresentar algo que foi surpreendente. Após o testemunho de uma ouvinte, ele opinou o tempo todo e apresentou aspectos diferenciados que marcaram essa sequência discursiva.

Por se tratar de uma categoria que é também tema de inúmeras mensagens expressas pela SNT através da mídia eletrônica – a Prosperidade – notamos que uma das tipologias argumentativas mais marcantes dessa sequência foi o Pragmático, ou seja, o pastor Saulo se serviu do testemunho de uma ouvinte para enunciar a mensagem. Por se tratar de uma condição que o fiel busca para si, a prosperidade não condiz somente para o âmbito financeiro. A prosperidade mencionada pelo pastor Saulo pode incluir a vida familiar, sentimental, profissional e na saúde. “*Eu ouvi os testemunhos aí e eu achava que aquilo não poderia acontecer na minha vida não e ouviu os testemunhos e falava: ah, será? Será que pode acontecer na minha vida?*”. O pastor Saulo se desdobrou em dois: o que diz e, ao mesmo tempo, se pronunciou em nome de alguém. Segundo Almeida (2007, p.26), o narrador pode usar a voz do outro que ele “levou a falar” para expressar a sua própria voz.

No discurso religioso midiático da SNT, especialmente no rádio, foi fundamental para o pastor Saulo propiciar uma aproximação com o ouvinte que poderá se identificar como se os dois, de certa maneira, estivessem em um nível de igualdade que pode possibilitar um aumento da cumplicidade entre a narrativa e o ouvinte. Para Santiago (1989, p.44), o “narrador identifica-se como um segundo observador. Ambos se encontram privados da exposição da própria experiência na ficção e são observadores atentos da experiência alheia”.

Quando o pastor Saulo simula dizeres da ouvinte ao afirmar “*adianta? Será que Deus faz? Será que Deus pode mudar a minha história aqui também?*” ele usou de tal argumento para persuadir, porém em momento algum do depoimento da ouvinte ela teceu tais palavras. Aqui apareceu a segunda tipologia argumentativa – a de Reciprocidade. Na continuação, ao afirmar “*Ela viu que o voto com Deus, a aliança com o Parceiros de Deus traz o mover dos céus, traz o mover de Deus e essa pergunta que ela tinha no coração*”, o pastor Saulo

procurou possibilitar ao alocutário que a “aliança” (ajuda) perante o projeto “Parceiros de Deus” é uma ação que pode ser recíproca, pode ser aplicada por todos os alocutários que poderão ter enquanto benefício o “mover dos céus” ou o “mover de Deus” – expressões metafóricas que geram impacto na argumentação religiosa que simbolizam as bênçãos divinas ou que Deus estará fazendo algo em prol do fiel. O pastor Saulo ainda afirmou que a ouvinte falou que *“Eu vou me levantar, eu vou sacrificar! Eu vou entregar, eu vou semear!”*. Nesse caso há um argumento de Reciprocidade bem evidente, ou seja, corresponde a uma ação que deve ser tomada diante de Deus, mesmo que o pastor Saulo tenha falado em nome de outra pessoa, assumindo uma responsabilidade e um discurso não dito, ou seja, foi formulado um novo dizer para persuadir o alocutário.

O argumento de Sacrifício determina a escolha do alocutário em aderir ou não a mensagem enunciada pelo pastor. Seguindo o pressuposto apresentado pelo pastor Saulo ao qual ele afirma ao alocutário *“Se você quer colher também, você faz agora um voto no Parceiros de Deus, faça o seu voto, faça o seu voto pela sua causa e Deus vai responder através da sua fé”*. Essa postura visa atingir o sentimento do fiel, pois lida com uma postura mais racional (fazer o voto) e intercala com a proposta do pastor Saulo que oferece ao alocutário a chance de “colher” como a ouvinte que participou da programação o fez. O foco é o próprio fiel e isso é lembrado pelo pastor Saulo que reitera que Deus responde pela fé daquele que ajuda, contribui, sacrifica, ou seja, tal argumento determina a aceitabilidade ou não do enunciado.

Lopes (2011) afirma que todo enunciado pode se tornar outro, gerando deslizamentos que levem a novos enunciados. A possibilidade de criação pelo pastor de através do não dito gerar um novo dizer não é remetido ao real, mas sim a condição de gerar outras possibilidades de dizeres “que são em sua origem também marcadas pelo real, pela impossibilidade de tudo dizer” (LOPES, 2011, p.04). Isso significa que o uso do não dito pelo dizer do pastor Saulo em relação à ouvinte foi uma tentativa de elucidar o seu pensamento e seu sentimento quanto ao ocorrido com a ouvinte que alegou ter sido abençoada pelo projeto “Parceiros de Deus”.

Quer dizer que as vozes do pastor e dos alocutários se confundem já que Storto (2015) afirma que no discurso religioso falado prevalece o discurso direto para as referências a Deus e a Bíblia. Por outro lado há também o discurso indireto livre⁸² que possibilita a menção às pessoas ou a comunidade. Para Pagotti (2008) isso se chama *discurso reportado*, ou seja, ele

⁸² “É um discurso que permite que os fatos ou acontecimentos sejam narrados de forma simultânea, ou seja, existem as falas dos personagens direta e totalmente inseridas dentro do discurso do narrador”. Disponível em <<http://www.normaculta.com.br/discurso-indireto-livre/>> Acesso em 11. Nov.2015.

“permite transpor, para uma forma e um contexto monológico, uma ocorrência original de fundo dialógico, de modo a produzir-se uma coerência textual capaz de acomodar, dentro de um discurso, sem ruptura do fluxo enunciativo” (PAGOTTI, 2008, p.35). Esta ação é mais comumente encontrada nas sequências discursivas enunciadas no programa *Vida com Esperança* na Rádio Sara Brasil FM.

O pastor Saulo empregou o discurso reportado, através da mistura de vozes (sua e da alocutária, a ouvinte e, por meio deles, Deus). Ao afirmar “*ah, será? Será que pode acontecer na minha vida?[...] adianta? Será que Deus faz? Será que Deus pode mudar a minha história aqui também?*” o pastor Saulo deixa implícito uma provável postura de qualquer ouvinte ou telespectador acerca do projeto Parceiros de Deus, que para ser abençoado é necessário “ofertar uma semente” (doação em dinheiro), ou seja, ajudar “a obra de Deus” (a amplificação da mensagem da SNT).

Quando o pastor assume a voz do alocutário, recorrendo ao auxílio da Bíblia ou de testemunhos dos alocutários, ele fala por Deus. Por ele ser o que é – já falamos sobre isso na sequência discursiva II – suas palavras são consideradas sempre verdadeiras e inquestionáveis por serem ou virem de Deus, fomentando assim o convencimento e a posterior adesão ou conversão dos fiéis e não fiéis.

Esta mistura de vozes não gera o que Orlandi (1996, p.239) chama de *reversibilidade*, ou seja, “a troca de papéis na interação que constitui o discurso e que o discurso constitui”. De acordo com a autora existem três tipos de discurso: o lúdico, o polêmico e o autoritário. No primeiro ocorre a reversibilidade entre os interlocutores. O segundo a reversibilidade depende de algumas condições para acontecer e o último não ocorre a reversibilidade que é o caso do discurso religioso.

Com uma voz apresentando um tom firme e positivo, o pastor Saulo apresenta maior credibilidade, respeito, piedade e empatia. Ao longo de toda sequência discursiva IV o pastor Saulo apresenta variadas expressões vocais, dentre eles o de alegria, amor, felicidade e bondade. Dependendo do que é dito, o pastor assume postura de um ser diferenciado, honrado e temente a Deus. Sua maneira de enunciar deve ser e é condizente com o auditório midiático.

Na sequência discursiva IV percebemos o uso de metáforas com a expressão *mover dos céus e mover de Deus*. O uso de metáforas, comum ao discurso religioso, se constitui segundo Orlandi (2012, p.79) em um processo de produção do sentido e de construção do sujeito. Quando se usa a expressão “mover” implica em ação, atitude. Ao enunciar “dos céus” ou “de Deus” pode gerar o mesmo sentido. Se partirmos de uma análise a partir da Bíblia, o

livro de Daniel no capítulo 2, versículos 18 e 19⁸³, cita a expressão “Deus do céu”, ou seja, céu apresenta nesse caso ser um lugar indefinido, porém Deus é ou vem de lá. Em “mover de Deus” fica claro uma ação argumentativa que visa não gerar questionamentos, afinal, o centro de todo discurso religioso é Deus e por ser um mover dele que foi dito pelo pastor, acaba por ser soberano e eficiente.

Mesmo usando um suposto discurso de outra pessoa, o pastor Saulo, ao invés de gerar uma dúvida por dizer o não dito de alguém, acaba tendo a aceitação dos alocutários devido o seu posicionamento como enunciador da mensagem de Deus, o soberano para os que creem nele. Quando o pastor realizou um discurso reportado, apresentou um modo que, segundo Plantin (2008), é necessário que nela haja uma oposição de discurso, ou seja, dessa maneira, a argumentação se fundamenta nos contrários, já que para ele é importante a manipulação dos contrários no discurso argumentativo.

A próxima matriz discursiva encerra o capítulo com uma análise acerca do projeto *Parceiros de Deus*.

⁸³ “Para que pedissem misericórdia ao Deus do céu, sobre este mistério, a fim de que Daniel e seus companheiros não pudessem perecer, juntamente com o restante dos sábios da Babilônia. Então foi revelado o mistério a Daniel numa visão de noite; então Daniel louvou o Deus do céu” <<https://www.bibliaonline.com.br/acf/dn/2>> Acesso em 23 nov. 2015.

Matriz Discursiva V		
Categoria: Parceiros de Deus Pastor Saulo VCERAD – 13/07/2015		
Sequência discursiva (Parceiros de Deus)	<p>Deus quer que você participe de tudo que ele tem a oferecer! Deus quer fazer isso na sua vida também! A mesma coisa que ele fez na vida da Cilene, a mesma coisa que ele operou na vida dela, é importante nós entendermos né pastor Jean? Que Deus...ele não age assim do nada! Quando nós desafiamos a você se tornar um Parceiro de Deus nós estamos chamando você a ajudar os projetos que o Parceiros de Deus mantem. A se preocupar com outras pessoas! Quando você semeia no Parceiros de Deus, você está semeando mais clínicas de recuperação, de dependentes químicos. Você está semeando nos orfanatos... Você está semeando nas igrejas que estão sendo abertas! Você está semeando nas creches, escolas! Você está semeando em vários projetos que levam o reino, que levam ajuda ao próximo e é interessante que a Cilene, no meio de uma dificuldade, no meio de uma complicação, ela se tornou um Parceiro de Deus! Ela entrou num projeto que ajuda outras pessoas e mudou a vida dela!</p>	
Tipologia Argumentativa	<p>Sacrifício <i>Deus quer que você participe de tudo que ele tem a oferecer! [...] Quando nós desafiamos a você se tornar um Parceiro de Deus nós estamos chamando você a ajudar os projetos que o Parceiros de Deus mantém.</i></p>	<p>Pragmático <i>Quando você semeia no Parceiros de Deus, você está semeando mais clínicas de recuperação, de dependentes químicos. Você está semeando nos orfanatos. Você está semeando nas igrejas que estão sendo abertas! Você está semeando nas creches, escolas!</i></p>
	<p>Transitividade <i>é interessante que a Cilene, no meio de uma dificuldade, no meio de uma complicação, ela se tornou um Parceiro de Deus!</i></p>	<p>Reciprocidade <i>[...] ela viu que o voto com Deus, a aliança com o Parceiros de Deus traz o mover dos céus, traz o mover de Deus e essa pergunta que ela tinha no coração.</i></p>
Recursos Argumentativos	<ul style="list-style-type: none"> - Questionamentos - Música instrumental - Vocativos: você (8) e sua (1) - Pausas - Entonação vocal - Operador argumentativo de condição: se (3) - Operador argumentativo de afirmação: tudo (1) - Operador argumentativo de negação plena: nada (1) - Operador argumentativo de confirmação: assim (1) 	

A Sequência Discursiva V começa com um argumento de Sacrifício. A afirmação “Deus quer que você participe de tudo que ele tem a oferecer!” possibilita de forma

estratégica o convencimento pelo fato do pastor falar em nome de Deus. No discurso religioso há uma condição implícita de que o homem é a imagem do divino. O que difere essa sequência discursiva dos demais é que a cada afirmação do pastor Saulo sobre a ação desenvolvida pela ouvinte acerca da relação dela com o projeto Parceiros de Deus, ele apresenta, segundo Vital e Lopes (2013), “um padrão moral de conduta religiosa”, ou seja, os ouvintes que ligam para participarem ao vivo do programa *Vida com Esperança* conquistam a chance de ter uma vida devidamente afastada das coisas do mundo. Segundo Scheliga (2009, p.81) isso se trata em não aceitar mais o que vem do homem, porém acatar o que vem apenas de Deus.

Esse afastamento do homem é semelhante ao afastamento de quem ajuda ou não o projeto mantido pela SNT. Vital e Lopes (2013) e Costacurta (2012) destacam que o afastamento do homem é um processo de sacralização. Storto (2015) relata que a pessoa que é mundana (do mundo) é, conseqüentemente, profana (não pertencente a religião ou não sagrado ou não participante do Parceiros de Deus). Nesse caso, o indivíduo deve ser distanciado do que é de Deus, já que não há a possibilidade de se misturar o mundano e profano com o divino. Entretanto, no discurso religioso midiático, as argumentações apresentadas pelos pastores, dentre eles o pastor Saulo, apresenta uma aproximação relativa. “A globalização (e o processo de subjetivação/individualização nela forjada) e o crescimento da presença evangélica na mídia contribuíram para o surgimento de novas formas de ser evangélico” (VITAL E LOPES, 2013, p.37).

Quando o pastor Saulo desafia o alocutário a se tornar um Parceiro de Deus por meio da mídia eletrônica – “*Quando nós desafiamos a você se tornar um Parceiro de Deus nós estamos chamando você a ajudar os projetos que o Parceiros de Deus mantém*” – busca orientá-lo para a sacralização, ou seja, isso pode acontecer a partir do momento em que o fiel promove a ação de ofertar. A partir do momento em que a mensagem apresentada na mídia eletrônica é transmitida para várias pessoas ao mesmo tempo, o pastor Saulo usa o argumento de Sacrifício aliado ao uso da expressão “você” – usada três vezes nesse trecho – para particularizar a relação com o fiel. Tal verbalização mesclada com um fundo musical instrumentalizado e um tom de voz firme, mais elevado, o pastor Saulo propõe ao alocutário um enfrentamento direto entre a postura ética cristã de ajudar o próximo através dos projetos mantidos pelo “Parceiros de Deus” e a condicionabilidade ou não do alocutário acatar tal pedido ou até mesmo poder ajudar.

O pastor Saulo complementa que ao ajudar o projeto, o alocutário se preocupará com outras pessoas, possibilitando o fiel se manter “o máximo de tempo possível num universo

sagrado” (ELIADE, 1992, p.14). Quer dizer que quanto mais o fiel estiver envolvido com as determinações da SNT na mídia eletrônica, mais afastado estará do profano ou do mundano, já que se envolverá com ações essencialmente de evangelização ou santificação. Nesse caso aparece o argumento Pragmático. *“Quando você semeia no Parceiros de Deus, você está semeando mais clínicas de recuperação, de dependentes químicos. Você está semeando nos orfanatos. Você está semeando nas igrejas que estão sendo abertas! Você está semeando nas creches, escolas!”*. Fazer o alocutário se livrar das paixões ou prazeres determinados pela vida mundana e trocá-los para a contribuição, para a oferta junto o “Parceiros de Deus” possibilita aos alocutários, seguindo o raciocínio de Maia (2006, p.107), “uma maior exposição ao discurso apresentado pelas Igrejas e suas lideranças”, gerando assim a chance dos fieis estarem mais propensos a se convencerem daquilo que é dito pelo pastor. O argumento Pragmático afeta diretamente o sentimento do alocutário, pois o ato de semear (contribuir para a manutenção ou apoio de) com clínicas de recuperação, dependentes químicos, orfanatos, creches, escolas é considerado pelo pastor Saulo uma ação santa, ou seja, é uma ação injustificável a partir do momento que ele menciona que o “Parceiros de Deus” é uma “obra de Deus”.

Em contrapartida, a identificação dos locais em que são enviadas as ofertas não é mencionada. A falta da menção dos destinos das doações pode não afetar diretamente a aceitabilidade do enunciado já que o contexto social que está relacionado cada oferta está vinculado à realidade socioeconômica brasileira na metade da segunda década do século XXI. Isso reforça o que Maia (2006) acredita ao afirmar que as igrejas evangélicas têm uma forte inserção nas comunidades carentes brasileiras, já que certos espaços recebem pouca atenção dos governos nas esferas municipal, estadual e federal e as denominações, dentre elas a SNT, acabam oferecendo assistência social, educacional e médica construindo e mantendo postos de saúde, creches, escolas, gerando confiança, aceitabilidade e lealdade.

O argumento de Transitividade foi encontrado quando o pastor Saulo conta que *“é interessante que a Cilene, no meio de uma dificuldade, no meio de uma complicação, ela se tornou um Parceiro de Deus!”*. Aqui o pastor Saulo prova que nessa tipologia a adversidade é apresentada e, mesmo assim, segundo ele a ouvinte Cilene se tornou integrante do “Parceiros de Deus” ou ofertante. O argumento de Transitividade também aparece quando há a citação da dificuldade vivida pela alocutária que foi, segundo o pastor Saulo, superada. Ele conclui a mensagem com um argumento de Reciprocidade ao afirmar que *“ela (ouvinte) viu que o voto com Deus, a aliança com o Parceiros de Deus traz o mover dos céus, traz o mover de Deus”*. Ao fazer essa argumentação o pastor Saulo retoma aos alocutários a lembrança de que a

ouvinte se envolveu com Deus através do voto, da oferta, do auxílio financeiro. O discurso reportado concretiza o argumento de Reciprocidade.

Na sequência discursiva V, quando o pastor Saulo pergunta para o pastor Jean sobre entender a ação de Deus na vida da alocutária e ouvinte Cilene, ele faz uma pausa afirmando *Que Deus...* Essa pausa serviu de destaque ou exultação a Deus, ao divino, afinal nem sempre a pausa é colocada para interromper a mensagem falada. Após a pausa, o pastor Saulo promove uma entonação vocal que está relacionada com a mensagem. Na sequência, ao dizer que o alocutário que ajudar o Parceiros de Deus *estará semeando nos orfanatos*, ele dá uma nova pausa. Orfanato tem relação com criança. E cuidar de crianças para os cristãos tem relação direta com o que a Bíblia apresenta. São mais de 40 menções⁸⁴ a crianças no velho e no novo testamento.

Na sequência da enunciação, o pastor Saulo realizou menção bíblica do livro de Marcos: “Quem recebe uma destas crianças em meu nome, está me recebendo; e quem me recebe, não está apenas me recebendo, mas também àquele que me enviou”. (Marcos 7:28). Em seguida, o pastor fez uma pausa. A autoridade do discurso bíblico fica implícita nessa interrupção feita pelo pastor. Receber uma das crianças do orfanato – um espaço com a presença de pessoas abandonadas, esquecidas ou deixadas pelos pais – em nome da maior referência religiosa dos crentes possibilita o acesso ao sagrado, ao santo, a Deus. Essa pausa também apresenta uma estratégia de convencimento, pois possibilita o alocutário refletir sobre os que estão, além dos orfanatos, nas clínicas de recuperação, dos dependentes químicos, dos que buscam os templos da SNT ou dos que necessitam de ter acesso à programação religiosa à mídia eletrônica da denominação. Tanto a pausa e a entonação vocal são recursos argumentativos que fortalecem a mídia eletrônica da SNT. Nessa espontaneidade aparecem algumas pausas que antecedem uma entonação vocal. Segundo Storto (2015, p.266) esses elementos – a pausa e a entonação – são consequências do planejamento linguístico-discursivo e do contexto comum partilhado entre os interlocutores da mensagem falada. As pausas existem para promover a reflexão.

A análise respaldada na Matriz Discursiva V apresentou a necessidade de uma conduta moral religiosa que o alocutário deve ter ao se envolver não apenas com a denominação religiosa. A exigência cai também para quem busca um apoio da religião na mídia eletrônica, ou seja, trocar o profano ou o mundano pelo santo. Essa troca não é suficiente caso o alocutário não interaja com a condição necessária para uma “nova vida”, quer dizer, ele deve

⁸⁴<<http://www.bibliaon.com/criancas/2/>> Acesso em 23 nov.2015.

participar do projeto “Parceiros de Deus” para buscar alcançar tal necessidade. Fica explícito na sequência discursiva V que a SNT necessita manter o projeto social por meio de ofertas a serem concedidas pelo alocutário que, principalmente, acata a argumentação proferida pelo pastor Saulo e indiretamente pela Bíblia.

6.2 Algumas considerações sobre as Matrizes Discursivas

Fica claro que o discurso religioso midiático da SNT é sedutor, envolvente e convincente na proposta de fidelizar os alocutários a sua doutrina e a um de seus motes que é de sarar a terra. Mas para alcançar essa condição a SNT recorre à mídia eletrônica que dispõe de elementos discursivos argumentativos. Destacamos aqui os que mais marcaram a análise do *corpus*.

O discurso religioso midiático da SNT se vale do uso de tipologias argumentativas para estimular a atenção, proporcionar a reflexão e promover a adesão da mensagem enunciada. Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) apresentam em seu *Tratado da Argumentação* mais de 15 diferentes tipos de argumentação. Para esta dissertação, elencamos seis das mais importantes e inserimos de acordo com as sequências discursivas analisadas. Por se tratar de uma pesquisa envolvendo mídia eletrônica, o alocutário usufrui apenas do aparato tecnológico (rádio ou TV) para acompanhar a mensagem religiosa. Encontramos argumentos de Autoridade, de Reciprocidade, de Sacrifício, de Transitividade, de Comparação e Pragmático.

A tipologia mais usada seja no *corpus* estudado ou em outros trechos das gravações realizadas foi o argumento de autoridade, que pode ser considerado o argumento principal do discurso religioso midiático da SNT. Ele é um tipo de argumento que é validado pela integridade e respeitabilidade que o locutor (bispos ou pastores, considerados mensageiros de Deus) passa para o alocutário (fiel). Os bispos e pastores se portam como pessoas bem sucedidas, bem aparentadas, carismáticas e sérias. Afirmam terem vencido inúmeras dificuldades na vida, contam com uma formação diferenciada seja no aspecto religioso ou acadêmico – um referencial para a SNT – inclusive pelos trabalhos desenvolvidos (livros, CD’s, DVD’s, palestras ministradas) e pelas experiências vividas com as pessoas e que afirmam ter com Deus. O argumento de Autoridade fomenta a construção das outras tipologias argumentativas que detectamos nas Matrizes Discursivas. Todo enunciado apresentado pelos pastores na mídia eletrônica apresenta um enfoque de comando, de referência, de autoridade na força que o discurso religioso é, ou seja, é um argumento que

materializa o possível expressar da voz de Deus. Levamos em conta que tal tipologia argumentativa se destaca pela possibilidade de submissão dos alocutários a forças que lhes são superiores ao qual eles acreditam. Sendo assim, o efeito de sentido que encontramos foi a confiança plena em Deus.

Tanto no rádio quanto na TV as programações começam com a veiculação de testemunhos, de relatos de pessoas que tinham uma vida de dificuldades, dentre as quais se destacam os conflitos familiares, enfermidades, vida financeira, carreira profissional, relacionamentos e fraqueza na fé (afastamento do que é divino). Todos os alocutários afirmavam que a vida deles começou a mudar a partir do momento que passaram a ofertar no “Parceiros de Deus”. A SNT usa tal projeto social como força motriz para atuar diretamente com o sentimento do fiel através do argumento de sacrifício. Nas análises percebemos ser, no caso, uma renúncia ao dinheiro, mesmo a pessoa tendo muito ou pouco recurso, para financiar o projeto que sustenta os meios de comunicação da denominação e outras ações assistenciais. É propor uma mudança de vida através do que os bispos e pastores analisados afirmam ser uma “tomada de posição” ou um “voto de fé” para que as bênçãos de Deus se façam presentes na vida daqueles que ofertam. Portanto, o efeito de sentido causado pelo argumento de sacrifício é a renúncia ao material, ou seja, dispor do que tem para abençoar os que precisam e ser próspero na vida.

A categoria “Dízimo e Oferta” propõe aos alocutários uma vida em obediência a Deus, enfatizando o ato de dizimar (doação dos 10% da renda de acordo com o livro de Malaquias 3:10 do Velho Testamento) e ofertar (doação espontânea ou voluntária). Na categoria destacamos o argumento pragmático por ser uma tipologia que impossibilita uma justificativa específica para uma referida ação. No caso específico são usados normalmente trechos da Bíblia, seja em forma de narração ou leitura na íntegra dos textos que são considerados para os cristãos evangélicos neopentecostais uma verdade absoluta. E para aperfeiçoar tal tipologia argumentativa, a SNT expõe testemunhos de fiéis que apresentam relatos de vida, o antes e o depois de dizimarem e ofertarem no “Parceiros de Deus” e possibilita um efeito de sentido de obediência ao divino, ao santo, ou seja, de obediência ao que está na Bíblia.

A partir do momento que o fiel ajuda “na obra”, há uma conexão com outra categoria analisada – “Libertação”. É dito ao fiel contribuinte que o dízimo e a oferta “abrem as portas” para a prosperidade em todas as áreas. Mas a contribuição não chega a ser suficiente caso o fiel não esteja “liberto” das circunstâncias que o impedem de conquistar o que almeja. Se o alocutário viver uma vida em pecado ou desobediência aos mandamentos bíblicos ou da liderança da denominação pode, segundo os bispos e pastores da SNT, não alcançar alguma

mudança na vida ou mesmo a prosperidade. Nesse caso, a SNT através da mídia eletrônica deu maior ênfase ao argumento de Transitividade. Por ser uma tipologia preciosa nos casos quando existem ordenamentos de seres, de acontecimentos nos quais a confrontação direta não pode existir, são citados exemplos de conjunturas adversas da vida humana, dentre eles a culpa – citada na análise – que pode acontecer com qualquer pessoa, sendo este possível de ser resolvido. Porém tudo depende de uma fidelidade à denominação que se configura ao que especialmente os pastores Saulo e Jean mencionaram ser através do “desafio” (palavra usada para convocar o alocutário para ajudar com o projeto “Parceiros de Deus”) o lançamento de “sementes” (ofertas) que devem ser “plantadas” (depositadas). O argumento de Transitividade mexe diretamente com a emoção do alocutário e apresenta enquanto efeito de sentido a segurança pela “verdade Bíblica”.

A libertação pode promover uma “Mudança de vida ou Restituição” que também foi categorizada nas análises. A primeira se refere à transformação de vida, independente da área ou em apenas uma delas (saúde, relacionamento, casamento, finanças, profissão, entre outros). Já a Restituição se refere a algo (benefícios ou conquistas nas áreas citadas anteriormente) que foram perdidos pelo fiel antes de se converter. A mudança pode ocorrer em um prazo indefinido o que é sugerido quando os pastores argumentam ser “no tempo de Deus”, mas que independente do período a fidelidade com o “Parceiros de Deus” deve se manter. Aqui eles usam o argumento de Reciprocidade. Uma das propostas do referido argumento é proporcionar ao fiel a oportunidade de se envolver mais intensamente com o que é santo, ou seja, com o que é de Deus. Porém, caso o envolvimento com o divino não aconteça, os pastores apresentam as consequências negativas para os que não acatam tal argumento. Aqui são apresentados os testemunhos de pessoas que mudaram de vida. Elas afirmam que a mudança aconteceu graças ao “Parceiros de Deus”, mesmo que os dizeres sejam indiretos livres – discurso reportado - ou seja, feitos pelos pastores no lugar dos fiéis. No caso da mídia eletrônica da SNT, o “Parceiros de Deus” simboliza ser o elemento chave que concede ao fiel o acesso a uma nova vida. O efeito de sentido que encontramos nesse caso foi a eficiência da Palavra.

A Prosperidade foi outra categoria que destacamos nas análises através das Matrizes Discursivas. Ela é o ápice do discurso religioso midiático da SNT se observarmos a partir da sua conjuntura histórica. A denominação é considerada uma das maiores do segmento cristão evangélico neopentecostal do Brasil, é dotada de uma boa oratória que atinge o emocional e sentimental de acordo com o auditório. Para qualificar o discurso, o argumento de Comparação é frequentemente usado no discurso centrado na Prosperidade. A comparação

acontece enquanto oposição, ou seja, na guerra entre o santo e o profano ou de Deus com o diabo ou da vitória com a derrota. Em nossa análise, o pastor Saulo argumentou que uma ouvinte que “semeou” mudou de vida e se tornou próspera, o que para ele simplesmente “colheu o que plantou”. O efeito de sentido que relacionamos aqui é a credibilidade dos exemplos triunfais.

A seguir esboçamos uma figura que resume os elementos argumentativos do discurso religioso midiático da SNT.

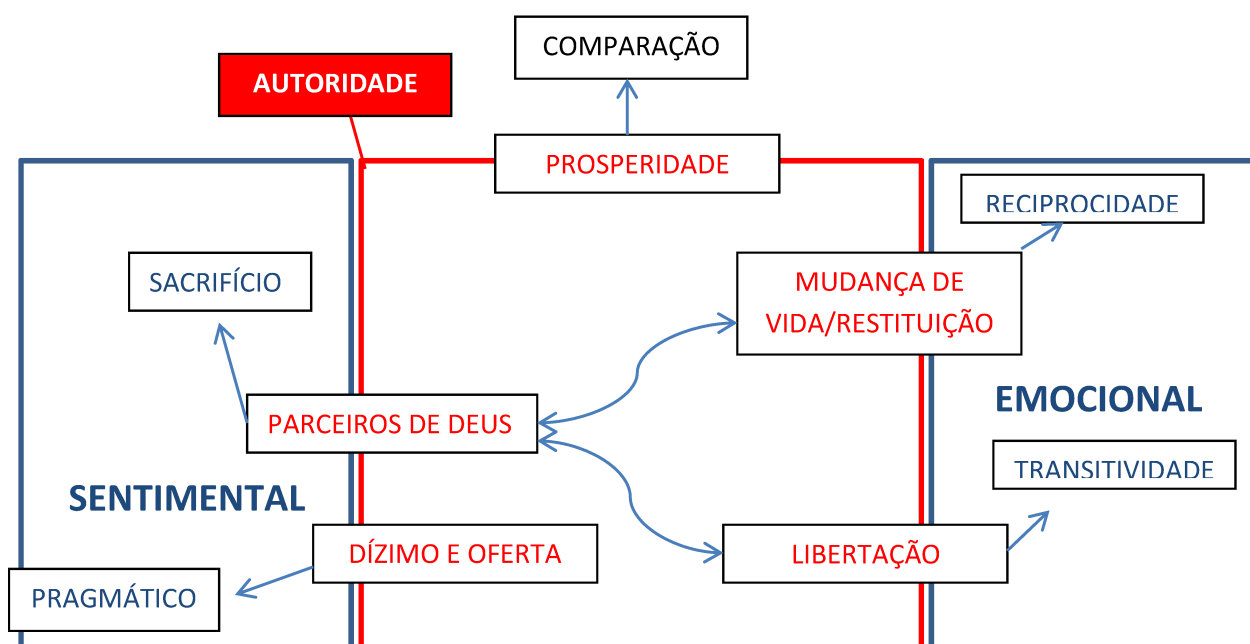


Figura 12: Elementos argumentativos do discurso religioso midiático da SNT

Fonte: o autor

Portanto, o discurso religioso midiático da SNT normalmente apresenta o argumento de autoridade como tipologia argumentativa principal e permanente, ou seja, ele está diretamente intrínseco a todos os outros modais argumentativos que encontramos nas análises, seja autoridade bíblica ou pastoral, pois os pastores se apresentam enquanto porta-vozes de Deus, do divino.

A argumentatividade apresentada nas análises do programa *Vida com Esperança* lida inicialmente com a área sentimental dos alocutários. Tanto o argumento de sacrifício e o pragmático variam de intensidade e de condições que oscilam no conteúdo e na intensidade da maneira que são apresentados. Tudo para atingir o sentimento. A renúncia ao material e a obediência ao divino são, respectivamente, os efeitos de sentido causados pelos argumentos, pois ofertar no “Parceiros de Deus” é para a denominação “semear em terra fértil” para colher bons frutos “no tempo de Deus”, porém, sem deixar de obedecer aos princípios bíblicos.

Apresentar a obediência ao divino e a renúncia ao material, entretanto, não são suficientes para a SNT conquistar ou fidelizar os fiéis. A denominação, na mídia eletrônica, apresenta argumentos estratégicos para atingir o emocional do alocutário a partir do momento em que os pastores analisados afirmam que para ser abençoado é necessário “fazer uma escolha”, ou seja, é preciso acreditar na “verdade” que afirmam ser a Palavra de Deus. Quer dizer que não basta obedecer ao que os pastores instruem e nesse caso aparece o argumento de transitividade que reitera a oferta ao “Parceiros de Deus” e uma postura santa dos fiéis que devem se libertar dos pecados que cometem para terem acesso ao que almejam.

Além de enfatizarem a necessidade do sacrifício, da obediência e da mudança de postura, os argumentos apresentam expressões que afirmam a necessidade do fiel confiar nos dizeres dos pastores. A argumentatividade desenvolvida se apropria dos testemunhos tanto de pessoas desconhecidas quanto dos pastores. Os exemplos de mudança de vida testemunhados apresentam por meio do argumento de reciprocidade - enquanto efeito de sentido - a eficiência da Palavra de Deus. E fechando esses elementos argumentativos, caso venha atingir o emocional do alocutário, a mídia eletrônica da SNT apresenta um último argumento – de comparação – reforçando a credibilidade dos exemplos triunfais por meio de entrevistas, de longos testemunhos na programação e até mesmo de intervenções das pessoas desconhecidas convidando os alocutários para “aceitarem o desafio” e “fazerem um voto de fé”.

Vale lembrar que esses elementos discursivos argumentativos não são exclusivos nem definitivos. Pode haver outras conjunturas ainda mais complexas a ser pesquisadas, estudadas e desenvolvidas em novos trabalhos.

Podemos considerar que as estratégias argumentativas do discurso religioso midiático da SNT podem verbalizar ou não os dizeres que provocam efeitos de sentido nos âmbitos sentimental (racional) e no emocional do alocutário. São estratégias que visam promover junto ao fiel a renúncia, a obediência, a crença e a confiança. Tudo com o intuito de persuadir e promover a imagem da denominação enquanto comunidade que busca se apresentar como cristã na essência, seguindo uma cultura local com necessidades espelhadas no real.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Religião nunca deixou de ser assunto. A religião teoricamente seria um alimento espiritual. Do jeito que ela se encontra na mídia hoje, nunca esteve tão presente na esfera social.

O pentecostalismo norte-americano é a fonte de inspiração. Tudo foi incentivado pela mídia que teve como referência inicial o rádio na primeira metade do século XX, o que é conhecido como primeira onda. Na segunda metade do século XX a televisão também contou com investimentos. O pentecostalismo e, logo em seguida, o neopentecostalismo ou as denominações PIR – já citada no segundo capítulo – influenciaram a sociedade brasileira e as igrejas protestantes históricas provocando divisões e proporcionando a formação de novos grupos religiosos. O neopentecostalismo encontrou nas populações marginalizadas o espaço ideal para a sua expansão. As expectativas construídas pelo discurso religioso midiático por meio de estratégias argumentativas que produzem sentidos aparecem para os alocutários como se fossem válvulas de escape para elevar as esperanças de quem busca uma nova condição de vida.

Desde o início de sua história, a igreja fez uso da mídia para comunicar sua mensagem, com o propósito de atingir muitas pessoas. O apóstolo Paulo de Tarso escreveu muitas cartas direcionadas não a uma pessoa especificamente, mas a um grupo de pessoas. O propósito de Paulo era fazer com que a mensagem do Evangelho chegasse ao maior número possível de pessoas. Martinho Lutero, sabendo que as pessoas iam aos templos para se reunirem no dia de todos os santos, acabou decidindo afixar as suas 95 teses contra a venda de indulgências na porta da catedral de Vittemberg. Pouco tempo depois com a invenção da prensa por Gutemberg, a Bíblia foi impressa e mais uma vez a mensagem do evangelho foi comunicada às massas.

O discurso religioso midiático é subjetivista, busca a sensibilização, de emocionalismo e está focado de forma egoísta no indivíduo. O que vale é o sujeito, não o coletivo, negando a ideia de igreja porque tal palavra significa “comunidade” ou “coletivo”. O discurso religioso potencializa a resolução de problemas de uma vida quebrando a lógica da comunidade. É muito significativo, interferindo em uma série de assuntos e contribuindo diretamente para a organização social, para a produção de saberes, além da construção de sentidos.

A mídia impacta diretamente as pessoas em seus lares, por meio de demonstrações técnicas de efeito, de luz, de som. Vários cultos são estáticos, parados. A mídia eletrônica ofereceu a chance do “extáticos” – aquilo que produz êxtase, muita gente junto gritando,

gerando um espetáculo, cumprindo a função social da religião, talvez não cumprindo a função espiritual. Com a mídia, há um desagregamento do templo. Há um esvaimento do culto espiritual da prática religiosa coletiva, da ideia de fraternidade, ou seja, estar com o outro.

Para o desenvolvimento dessa dissertação, fizemos uma pergunta: quais os mecanismos de construção da argumentação que atravessam o discurso religioso para o processo de divulgação midiática nas igrejas neopentecostais brasileiras, em especial, da Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra? Cremos que respondemos a pergunta no decorrer dessa dissertação com o intuito de alcançar os objetivos que propomos.

É necessário ressaltar que para encontrarmos a resposta, escolhemos como *corpus* seis categorias do discurso religioso midiático da SNT e elencamos por meio das Matrizes Discursivas cada categoria com um objetivo específico, normalmente usado pela denominação em sua programação na mídia eletrônica.

Ao investigar as estratégias argumentativas no discurso religioso midiático da SNT, essa dissertação se propôs apresentar, inicialmente, a raiz do processo argumentativo no campo religioso neopentecostal a partir da elaboração de uma pesquisa histórica do Protestantismo e a sua relação com os meios de comunicação. A partir de estudos em Mariano (2005), Campos (2004) e Liberty (2000) apresentamos o contingente histórico do protestantismo desde as 95 teses de Martinho Lutero no interior da Alemanha, passando pelos distintos modais da religião protestante até esta chegar à América e ao Brasil no século XIX. A religião se destacou com a proliferação da Bíblia – então exclusividade das lideranças católicas – e, ao longo dos séculos, vários líderes dentre eles Lutero, Calvino e mais tarde John Wesley possibilitaram à sociedade o acesso ao que chamam de “Palavra de Deus” seja pelo acesso ao livro ou através de sermões ou pregações. A difusão deste ramo do cristianismo se amplificou com a mídia eletrônica no século XX e se tornou marca das diversas ramificações do protestantismo, especialmente o Pentecostalismo e no Brasil, o Neopentecostalismo.

A partir dessa primeira observação, notamos através do estudo mais aprofundado da SNT – história, liderança, doutrina e investimento nos meios de comunicação – acabou se desenvolvendo nos últimos 23 anos graças ao uso da mídia eletrônica e a uma liderança carismática, com um perfil incomum em relação a maioria das denominações neopentecostais.

A apresentação histórica e contextual do protestantismo e da SNT nos fez compreender que a relação entre a Religião e a Mídia condicionou um poderio natural às denominações cristãs derivadas do protestantismo. Estudamos essa relação com base em Cunha (2007), Fausto Neto (2004), Fausto Neto e Valdetaro, além de Campos (2008). A

Religião foi midiaticizada especialmente no século XX por conta da indústria cultural, da existência de um mercado com ofertas apresentadas pelas denominações através da mídia, do protagonismo do campo religioso em ações que são de responsabilidade do Estado. Tudo isso influenciou de forma concomitante numa maior busca das pessoas pela religiosidade e um reencantamento do mundo, já que a mídia eletrônica é uma das fontes supridoras dos desejos e emoções do homem contemporâneo. A consequência desse cenário foi o crescimento exponencial da programação religiosa no rádio e na televisão, já que a religião evangélica se descolou dos espaços físicos e é considerado um segmento do mercado.

Diante dessa conjuntura investigamos os elementos do discurso religioso que colaboram para a construção das estratégias argumentativas. Fundamentados na Teoria da Argumentação, especialmente em Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) e Meyer (2008) e diante da argumentação no discurso religioso midiático da SNT sendo devidamente estudada e analisada, defendemos nessa dissertação que para promover a aceitabilidade do discurso religioso na mídia eletrônica da SNT são usados elementos argumentativos de natureza diversa (verbais e não verbais), recursos linguísticos e textuais, além de elementos característicos da língua falada.

Verificamos que os discursos emitidos pela mídia eletrônica da SNT são do gênero textual e oral por meio da pregação, já que é a modalidade falada da língua com um teor mais de diálogo entre sujeitos específicos, se diferenciando dos sermões que são, segundo Maingueneau (2010, p.104), enunciações monológicas orais, independente se o fiel não tenha autoridade para determinar o andamento do processo interativo. As pregações trazem essa marca por meio de marcadores conversacionais, repetições, paráfrases, entre outros. O objetivo das pregações é envolver os pastores e os alocutários levando-os a crerem em Deus, possibilitando assim uma mudança de vida, aproximando do que é divino, usando de recursos de argumentatividade através do emprego de entonações vocais, questionamentos, expressões repetidas, marcadores conversacionais religiosos, adjetivações, pausas, inclusive discursos reportados.

Na mídia eletrônica usada pelos pastores da SNT são veiculadas estratégias argumentativas linguísticas de seus discursos. Nas pregações, o uso das metáforas foi reiterado por paráfrases, as quais, ao reintroduzir uma ideia, um referente no discurso, os pastores as modificam. Em geral, as paráfrases eram de textos bíblicos, certas vezes lidos *ipsis literis* pelos bispos e pastores. Com essa repetição a memória dos interlocutores é reanimada quanto ao discurso ou o tópico apresentado. O objetivo é funcionar para convencer daquilo

que foi dito com a finalidade de promover a persuasão. Afinal, quanto mais se reitera um sentido, mais ele se torna vivo, significativo e, talvez, verdadeiro.

O discurso pertencente à esfera religiosa da atividade humana possui um perfil conservacionista e busca a adesão de pessoas por meio de uma linguagem persuasiva. É um discurso que seduz, é envolvente, que possibilita atrair novos fiéis à SNT, que converte as pessoas que acatam a mensagem, alimenta a fé dos que já são convertidos, molda o caráter de todos, possibilitando uma nova maneira de ser no mundo que eles não se sentem parte. Assim há um posterior distanciamento das coisas mundanas. O foco do discurso religioso na mídia é possibilitar uma vida nova ao fiel que esteja orientada no divino.

As análises realizadas possibilitaram afirmar que as mensagens enunciadas pelos pastores são distintas, porém há alguns temas que são mais comuns: mudança de vida, temor a Deus, obediência, salvação, cura, perdão, fé, Deus ou Jesus Cristo.

Verificamos que os bispos e pastores da SNT buscam afirmar-se em seus discursos como porta-vozes de Deus ou mensageiros do divino no mundo. Os bispos e pastores não têm autoridade para mudar, inserir ou retirar nada referente à Palavra, já que é para Orlandi (1993) um discurso fundador, ou seja, deve ser respeitada, reiterada e difundida nas pregações.

O discurso religioso midiático da SNT também pode ser caracterizado como uma argumentação *stricto sensu*, seguindo a perspectiva de Travaglia (1991), ou seja, está presente em todos os discursos, porém em alguns é explicitamente apresentada. O auditório é elemento fundamental para a construção da programação religiosa midiática. Ele faz parte do discurso e ajuda a construí-lo, colaborando com a persuasão do fiel que está no templo ou mesmo acompanhando a programação pelo rádio ou pela televisão. O movimento do auditório através da exibição de faces concentradas ou atentas às mensagens dos pastores, dos sons dos aplausos, do uso de marcadores conversacionais religiosos, dentre eles “aleluia”, “glória a Deus” e suas variações, aliados ao fundo musical orquestrado e melódico em tons altos ou baixos expõe o envolvimento de todos. A consequência dessa exposição é a adesão dos alocutários, levando-os a emoção. Isso demonstra que a relação entre o pastor e os alocutários não necessita de uma interação face a face, mas sim de elementos ou ferramentas que possibilitem uma maior proximidade, não no aspecto físico, mas pelo efeito de sentido.

A língua falada por ser um elemento de cooperação entre duas ou mais vozes faz com que os pastores, através da mídia eletrônica, façam dos fiéis coautores do seu discurso. Normalmente os pastores perguntam aos alocutários que não interagem e não tem a possibilidade de refletirem sobre os questionamentos. Assim, são apresentadas argumentações durante a programação, sejam em forma de mensagem, intervenções ou até mesmo por

intervalos comerciais. O tom de voz dos pastores se difere se compararmos o rádio e a TV. No rádio, o tom dos pastores da SNT varia do ameno para o intenso. Na TV, o tom dos pastores da SNT é permanentemente ameno. No *corpus* notamos que a mensagem religiosa da SNT tratou de temas diversos apresentando causas de problemas da vida que só poderiam ser resolvidas se as pessoas acatassem ou aplicassem o que era dito pelos pastores. Se o alocutário “aceitasse o desafio” dos pastores em participarem do projeto Parceiros de Deus – que consideramos ser o núcleo da difusão argumentativa do *Vida com Esperança* – já que por praticamente todo o *corpus*, os pastores alegam que o projeto é o que mantém a programação no ar, salva vidas e ajuda pessoas.

A Bíblia foi usada como ferramenta base para contextualizar os argumentos. Já a intertextualidade é muito comum nas pregações, pois conforme Orlandi (1996), isso se trata de um discurso de outro discurso, ou seja, um metadiscurso. Notamos que todos os pastores da SNT usam de textos bíblicos para embasar o tema da mensagem ou para reforçar os seus argumentos. Encontramos ainda o uso de vocativos, especialmente o “você” referenciando ao auditório no templo ou midiático com o intuito de promover uma maior intimidade, particularizando o alocutário, direcionando o discurso do pastor até o fiel para promover um maior envolvimento entre eles.

O fato de a programação religiosa ser veiculada na mídia eletrônica, o contexto e o lugar em que os fatos ocorrem normalmente são explanados pelos pastores em seus discursos. Essa contextualização auxilia o fiel para que a experiência religiosa dele aconteça verdadeiramente. Outro ponto que observamos é que não há um planejamento discursivo prévio, mas sim baseado em um tema específico que será tratado no dia com o intuito de organizar as ideias.

A palavra “argumentar” que traduzida do latim significa “fazer brilhar”, na religião evangélica, é uma argumentação retórica, pois tem o intuito de fazer alguém crer em alguma coisa. Pelo fato da argumentação ter como princípio primeiro a antifonia, na esfera religiosa é planejado e apresentado de acordo com o auditório particular, ou seja, o ouvinte e o telespectador.

Partindo da reflexão feita por Pinto (2008, p.83) ao afirmar que “o sentido é um ser do futuro, um vir-a-ser”, o sentido se dá no alcance das mensagens, ou seja, não consta apenas no conteúdo apresentado e se orientam pelo valor existencial que representam para os sujeitos envolvidos no processo comunicacional. Significa que o discurso não possui um efeito de sentido único, já que a argumentação se vale a partir do auditório e da sua natureza. Estar presente no rádio e na TV faz do discurso religioso da SNT, primeiramente, uma

denominação reconhecida por estar visível para uma grande quantidade de pessoas em espaços distintos. As sequências discursivas apresentadas no *corpus* revelam pastores dispostos a ajudar os alocutários a enfrentarem as mais variadas adversidades da vida. Na sequência das matrizes analisadas observamos uma ênfase no apoio junto aos fiéis com foco em campos distintos da vida.

Detectamos na mídia eletrônica da SNT alguns efeitos de sentido, aos quais foram construídos por tipologias argumentativas baseadas em Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), aos quais destacamos: a renúncia ao material (Argumento de Sacrifício), a obediência ao divino (Argumento Pragmático), a eficiência da Palavra (Argumento de Reciprocidade), a credibilidade dos exemplos triunfais (Argumento de Comparação), a segurança pela “verdade Bíblica” (Argumento de Transitividade) e a confiança plena em Deus (Argumento de Autoridade). Para alcançar esses efeitos de sentido, os sujeitos enunciadores recorreram especialmente aos operadores argumentativos de oposição (entretanto, mas, todavia, contudo), de explicação (ou seja, ou melhor, quer dizer), de restrição (só, apenas) e de confirmação (assim).

Há ainda o uso de narrações factuais ou ficcionais seja pelos pastores ou pelos testemunhos dos fiéis. Usam-se ainda diversas conjunções (ou, mas), interjeições (Oh, Ah), advérbios (aqui, bem, mal), paráfrases, metáforas e expressões que propõem a interação conversacional (né, uhum, certo, sei, olha, tá). A música aliada ao tom de voz correspondente aos enunciados apresentados pelos pastores, que também pausaram suas mensagens em várias ocasiões, a comunicação não verbal através dos movimentos corporais, dentre eles quando erguem as mãos abertas para o auditório (TV) ou elevam o tom musical (rádio). A repetição de palavras, frases ou perguntas, além da interação com o auditório/ouvinte também são consideradas estratégicas.

Com uma estrutura argumentativa que simboliza um roteiro para a elaboração de argumentos, tipologias que servem de modalidades para argumentos específicos e operadores argumentativos que servem como fios condutores para condicionar a devida compreensão por parte do alocutário, a SNT através do programa *Vida com Esperança* usou circuitos argumentativos que servem como elementos condicionadores de sentido. Desenvolvidos por Meyer (2008), eles são formados pelos fatores sociológicos ao qual destacamos a relação dos pastores da SNT com os alocutários (ouvintes ou telespectadores) por meio de argumentações que visam atingir o sentimento através de relatos da vida ou do estado do locutor e do alocutário. O fator psicoafetivo simboliza a receptividade da argumentação por parte do receptor ou alocutário, ao qual a mensagem é filtrada e memorizada de acordo com o interesse

no assunto, ou seja, lida diretamente com o emocional. Já o fator mental se configura como as representações verbais qualitativas e a um intenso uso de códigos não verbais.

Defendemos que essas são algumas das razões que geraram e permeiam a crescente utilização da mídia por meio das denominações religiosas cristãs neopentecostais, dentre elas a SNT. A partir do roteiro que traçamos e apresentamos desde a história do protestantismo, dos primórdios da mídia eletrônica religiosa evangélica, da história da SNT e sua relação com a mídia eletrônica, a interface mídia, religião, poder e consumo, as teorias da argumentação e as respectivas análises, concluímos que o discurso religioso apresentado pela SNT na mídia eletrônica é fortemente argumentativo, atraente e estratégico.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABDALLA, M.F.B. Linguagem, educação e formação de professores. In: GARCIA, W.G. **Módulo introdutório, Pedagogia cidadã: cadernos de formação**. São Paulo: UNESP, 2003, p.29-35.

ADORNO, T.W. HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALLAN, D. **Qual a diferença entre pastor, bispo e presbítero?** Disponível em: <<http://www.estudosdabiblia.net/bd1010.htm>> . Acesso em: 21 ago. 2015.

_____. **A noiva de Cristo**. Disponível em: <<http://www.estudosdabiblia.net/d121.htm>> . Acesso em: 21 ago. 2015.

ALMEIDA, L.N. **Il Libro di susanna, de luca Goldoni: a propósito de narrador personagem**. 2007. Dissertação (Mestrado em Letras Neolatinas) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007, 119p.

AMOSSY, R.(Org.). **Imagens de si no discurso - a construção do ethos**. Tradução de Dílson Ferreira da Cruz *et al.* São Paulo: Contexto, 2 ed., 2011.

ANDRADE, M.L.C.V.O. **Língua falada e língua escrita: como se processa a construção textual**. Apresentado no SBPC, 1998, em Natal, na UFRN. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/dlcv/lport/pdf/maluv013.pdf>>. Acesso em: out 2015.

_____. **Tradições discursivas em cartas de leitores na imprensa paulista: estudo dos papéis sociais e formas de tratamento numa perspectiva diacrônica**. Disponível em: <http://dlcv.fflch.usp.br/sites/dlcv.fflch.usp.br/files/08_1.pdf>. Acesso em 14 dez.2015.

ANTONIAZZI, A. *et al.* **Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo**. Petrópolis: Vozes, 2ª ed, 1996.

ARAGÃO, J. **Número de religiões no mundo passa de 10 mil**. 2012. Disponível em: <<https://noticias.gospelprime.com.br/numero-de-religioes-no-mundo-passa-de-10-mil/>> Acesso em: 18 ago.2015.

ARAÚJO, M.M. **Comunicação, língua e discurso: uma análise terminológica de um dicionário de especialidade**. São Paulo: Mackenzie, 2011. 339 f. Tese (Doutorado em Letras e Comunicação). Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2011.

- ARISTÓTELES. **Retórica**. 2.ed. Lisboa, Portugal: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005. (Coleção Obras completas de Aristóteles, vol. VIII, tomo I).
- ASSMANN, H. **A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina: convite a um estudo**. Petrópolis: Vozes, 1990.
- BARBOSA, G. & RABAÇA, C. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987, p. 164.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1981.
- _____ & VOLOCHINOV, V.N. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 1992.
- BARTHES, R. A retórica antiga. In: COHEN, J. *et al.* **Pesquisas de retórica**. Tradução de Leda Pinto Mafra Iruzun. Petrópolis: Vozes, 1975. p. 147-232
- BAUDRILLARD, J. **O sistema de objetos**. São Paulo, Perspectiva, 4 ed., 2000.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BERTI, M. **Josefo e a historicidade de Cristo**. Disponível em: <<https://marceloberti.wordpress.com/2011/04/29/josefo-e-a-historicidade-de-cristo/>> Acesso em: 27 jun.2015.
- BÍBLIA. Português. **Bíblia online**. Abr. 2011. Disponível em: <<https://www.bibliaonline.com.br/acf>>. Acesso em: 12 jul. 2015.
- BELLOTTI, K.K. **Mídia e Identidades Evangélicas: uma perspectiva comparada entre Brasil e Estados Unidos**. Disponível em: <<http://www.abhr.org.br/wp-content/uploads/2013/09/11.-Midia-e-Identidades-Evangelicas-Uma-Perspectiva-Comparada-entre-Brasil-e-Estados-Unidos.htm>>. Acesso em: 03 mai. 2015.
- BERGER, P. **O dossel sagrado: Elementos para uma teoria sociológica da religião**. 5 ed. São Paulo: Paulus, 2004.
- BORELLI, V. (Org.). **Mídia e Religião: entre o mundo da fé e do fiel**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.
- BOURDENAIVE, J.E.D. **O que é comunicação?** São Paulo: Brasiliense, 1996.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- _____. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. Tradução de Denice Bárbara Catani. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

CALADO, S. dos S; FERREIRA, S. C dos R. **Análise de documentos: método de recolha e análise de dados.** Disponível em: <<http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/ichagas/mil/analisedocumentos.pdf>> Acesso em: 14 fev. 2015.

CAMPOS, L.S. **Evangélicos e Mídia no Brasil: uma história de acertos e desacertos.** Revista de Estudos da Religião, São Paulo, set. 2008. Disponível em: <www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_campos.pdf>. Acesso em: 23 fev.2015.

_____. **Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva.** Revista USP, São Paulo, nº 61, p.146-163, mar/mai. 2004.

CAMURÇA, P. A. **A realidade das religiões no Brasil no Censo do IBGE-2000.** In: TEIXEIRA, F.; MENEZES, R. (orgs.) *As religiões no Brasil: continuidades e rupturas*, Petrópolis, Vozes, pp. 35-48, 2006.

CAPELA, M.de F.G. **Éris e o Ethos religioso: o conceito contemporâneo de religião em Florianópolis.** Disponível em: <http://www.academia.edu/1145972/eris_e_o_ethos_religioso_o_conceito_contemporaneo_d_e_religiao_em_Florianopolis> Acesso em: 14 fev. 2015.

CAPELLARI, M.A. **Sob o olhar da razão: as religiões não católicas e as ciências humanas no Brasil (1900-2000).** 2001. 236 p. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

CARVALHO, N.de. **Publicidade: a linguagem da sedução.** São Paulo: Ática, 1996.

CHAFE, W.L. Integration and involvement in speaking, writing, and oral literature. In: TANNEN, D.(Ed.). **Spoken and written language: exploring orality and literacy.** Norwood: N. J. Ablex, 1988, p.35-53.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias.** São Paulo. Ed. Contexto, 2013.

_____. **Discurso Político.** São Paulo. Ed. Contexto, 2013.

_____. e MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso.** 2ª ed. São Paulo, Contexto, 2004.

CONTRERA, M.S. BAITELLO JÚNIOR, N. MENEZES, J.E.O (Orgs). **Os meios da Incomunicação.** São Paulo: Annablume, 2005.

CORAZZA, H. **Comunicação e liturgia na comunidade e na mídia.** São Paulo: Paulinas, 2005.

COSTA, H. & MAIA, P.C. **Pientismo: um desafio à piedade e à teologia.** Revista Fides Reformata, São Paulo, v.4, nº1, 1999. Disponível em: <http://www.mackenzie.br/fileadmin/Mantenedora/CPAJ/revista/VOLUME_IV__1999__1/Herminen.pdf>. Acesso em 08 set.2015.

COSTACURTA, T. **Jesus é mais: cura espiritual em uma igreja neopentecostal.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

CUNHA, M.do N. **A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil.** Rio de Janeiro: Mauad X/Instituto Mysterium, 2007.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo e Comentários sobre a sociedade do espetáculo.** Trad. bras. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DECLERQ, G. **L'art d'argumenter: structures rhétoriques et littéraires.** Paris: Édition Universitaires, 1992.

DIAS, J. C. T & SILVA, E.C. **Uma pregação pentecostal.** Ciências da Religião – História e Sociedade. vol. 8, n. 1, São Paulo, 2010, p. 163-178.

DISCINI, N. Ethos e estilo. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. S. (Orgs.) **Ethos Discursivo.** São Paulo: Contexto, 2008. p. 33-54

DUCROT, O. Argumentação retórica e argumentação linguística. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 44, n. 1, p. 20-25, jan./mar. 2009.

_____ **Provar e dizer: linguagem e lógica.** Tradução de Tradução de Maria Aparecida Barbosa, Maria de Fátima G. Moreira e Cidmar Teodoro País. São Paulo: Global Universitária, 1981.

DURKHEIM, E. **Formas Elementares da Vida Religiosa.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ELIADE, M. **O sagrado e o profano.** São Paulo: Martins Fontes, 1992.

FAUSTO NETO, A. **A Igreja Doméstica: estratégias televisivas de construção de novas religiosidades.** São Leopoldo: Cadernos IHU, ano 2, n.7, 2004.

FAUSTO NETO, A. e VALDETTARO, S. (directores). **Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina. Coloquio del Proyecto Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos.** Programa de Cooperación Científico-Tecnológico MINCYT-CAPES 2009-2010. Cod. BR/08/21

- FARIA, E.A.de. **A Igreja Eletrônica no contexto da Indústria Cultural**. 61 f. Monografia (Graduação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2006.
- FÁVERO, L. L. A entrevista na fala e na escrita. In: PRETI, Dino (Org.). **Fala e escrita em questão**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 2000, p.79-97.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FIDALGO, A.; FERREIRA, I. **A retórica mediatizada**. Revista Comunicação e Linguagens, 2001.
- FERREIRA, A.B.de H. **Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.
- FIGENBAUM, R.Z. **Mediatização no campo religioso e processos de produção de sentido: análise de um conflito anunciado – o caso do Jornal Evangélico da IECLB**. 2006. 251 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Centro de Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2006.
- FIORIN, J.L. **Ciclo de conferência CPS 2015: Enunciação e Argumentação**. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=9BzCo3TM-Gw>> . Acesso em 21 ago. 2015.
- FOLHA DE SÃO PAULO. **Apesar de Papa, número de protestantes segue crescendo na América Latina**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2014/11/1547384-apesar-de-papa-numero-de-protestantes-segue-crescendo-na-america-latina.shtml>> Acesso em: 19 out. 2015.
- FONSECA, A.B. **Evangélicos e mídia no Brasil**. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco. Curitiba: Faculdade São Boaventura, 2003.
- FONTELES, H.A. **Programa Show da Fé: um retrato da construção midiática da imagem religiosa evangélica**. São Paulo: UNIP, 2007.
- GAARDER, J. *et al.* **O livro das religiões**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- GALEMBECK, P.de T. Metodologia de pesquisa em português falado. In: RODRIGUES, A. C.de S. *et al* (Orgs.). **I Seminário de Filologia e Língua Portuguesa**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/ USP, 1999, p.109-119.
- GALEMBECK, P.de T. & CARVALHO, K.A. Os marcadores conversacionais na fala culta de São Paulo (Projeto NURC/SP). **Revista Intercâmbio**, São Paulo, LAEL/PUC-SP, v. VI, 1997, p.830-850.

GASPARI, J.C.G. SCHWARTZ, G.M. **O idoso e a ressignificação emocional do lazer.** Psicologia: Teoria e Pesquisa. Brasília, nº 01, Vol.21, Jan-Abr/2005. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/%0D/ptp/v21n1/a10v21n1.pdf>> Acesso em 22 dez.2015.

GERASIMENKO, T. **Conversão religiosa: a escolha de uma nova crença.** Portal IG, São Paulo, abr.2011. Disponível em: < <http://delas.ig.com.br/comportamento/conversao-religiosa-a-escolha-de-uma-nova-crenca/n1596848528951.html>>. Acesso em 14 ago. 2015.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBO.COM. **Número de evangélicos aumenta 61% em 10 anos, aponta IBGE.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/06/numero-de-evangelicos-aumenta-61-em-10-anos-aponta-ibge.html>> Acesso em 19 out. 2015.

GOMES, P.G. **Mediatização e processos sociais na América Latina.** XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, Natal, set.2008. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0880-1.pdf>>. Acesso em: 16 set.2015.

_____. **Processo de mediatização: da sociedade à Igreja. Entrevista especial com Pedro Gilberto Gomes.** Disponível em: < <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/10141-processo-de-mediatizacao-da-sociedade-a-igreja-entrevista-especial-com-pedro-gilberto-gomes>> Acesso em: 15 set. 2015.

GUIMARÃES, E. Figuras de retórica e argumentação. In: MOSCA, L.do L.S.(Org.). **Retóricas de ontem e de hoje.** 3.ed. São Paulo: Humanitas, 2004, p.17-54.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HJARVARD, S. Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES.** Ano 5. n. 2. São Paulo: jan./jun. 2012. Disponível em: <www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/download/338/pdf>. Acesso em: 04 mai. 2015.

HOMILIA. In: HOUAISS, A.*et al.* **Grande dicionário Houaiss da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2008, p.1546.

HOOVER, S. **Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático.** Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo, v. 35, n. 2, p. 41-68, jan./jun., 2014.

HOUTART, F. **Mercado e religião.** São Paulo: Cortez, 2003.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**: número de católicos cai e aumenta o de evangélicos, espíritas e sem religião. (2012). Disponível em: <[http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-](http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?busca=1&id=3&idnoticia=2170&view=noticia)

[censo?busca=1&id=3&idnoticia=2170&view=noticia](http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?busca=1&id=3&idnoticia=2170&view=noticia)>. Acesso em: ago. 2015.

JOBIM E SOUZA, S. **Infância e linguagem**: Bakthin, Vygotsky e Benjamin. Campinas, SP: Papirus, 1994.

JONES, M.L. **Pregação & pregadores**. 2.ed. Tradução de João Bentes Marques. São José dos Campos, SP: Fiel, 2008.

KELLNER, D. **Cultura da mídia e triunfo do espetáculo**. Sociedade Midiatizada. In Dênis de Moraes (Org). Rio de Janeiro: Muad, 2006.

KOCH, I.G.V. **Argumentação e linguagem**. 13. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

_____. **A inter-ação pela linguagem**. São Paulo: Contexto, 1992.

_____; ELIAS, V.M. **Ler e compreender**: os sentidos do texto. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. **O texto e a construção dos sentidos**. 9.ed. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. Situacionalidade e argumentatividade. In: SEMINÁRIO DO GEL, 11, Estudos Linguísticos, 1985, São José do Rio Preto. **Anais...** São José do Rio Preto: GEL, 1985, p.168-170.

_____. FÁVERO, L.L. Contribuição a uma tipologia textual. **Letras & Letras**, Uberlândia, n. 3, v. 1, p.03-10, jun. 1987.

_____. TRAVAGLIA, L.C. **Coerência textual**. 15. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

KLEIN, A. **Imagens de culto e imagens da mídia**. Interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina, 2006.

KRISTEVA, J. **Introdução à semanálise**. Trad. Lúcia Helena França Ferraz. 2ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

LIBERTY. **A história do protestantismo – Religião – Documentário – HD 720p**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9BzCo3TM-Gw>>. Acesso em: 12 set.2015.

LIMA, D.S. **TV Gênesis**: um exemplo do missionário do século XXI. Brasília: UNICEUB, 2006. 38 f. Monografia (Graduação em Jornalismo). Faculdade de Ciências Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília. 2006.

LIPOVETSKI, G. **Os tempos hipermodernos**. Tradução Mário Vilela. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LOPES, A.M.C. **Contornos do real na psicanálise e na análise do discurso**. Porto Alegre: V Seminário de Estudos em Análise do Discurso, 2011. Disponível em: <<http://anaisdosead.com.br/5SEAD/SIMPOSIOS/AnaMariaCarnevaleLopes.pdf>>. Acesso em 08 ago. 2015

LOPES, M. Pentecostalismo no Brasil e a cura divina: um olhar histórico e fenomenológico. **Sacrilegens**, Juiz de Fora, v.11, n.1, p. 89-110, jan-jun/2014. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/sacrilegens/files/2015/02/11-1-7.pdf>>. Acesso em: 13 ago.2015.

MAFRA, R.L.M. **Entre o espetáculo, a festa e a argumentação: mídia, comunicação estratégica e mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MAIA, E.L.C. Os evangélicos e a política. **Em Tese - Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, vol. 2, n. 2 (4), ago.-dez./2006, p.91-112.

MAINGUENEAU, D. **Doze conceitos em análise do discurso**. Organização de Sírio Possenti, Maria Cecília Perez de Souza-e-Silva; Tradução de Adail Sobral et al. São Paulo: Parábola, 2010.

_____. **L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours**. Disponível em: <http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/intro_company.html>. Acesso em: set.2015.

MARCUSCHI, L.A. A repetição na língua falada como estratégia de formulação textual. In: KOCH, I.G.V (Org.). **Gramática do português falado**. Campinas, SP: Edunicamp/Fapesp, 1997b, vol. IV, p.95-130.

_____.DIONISIO, A.P. Princípios gerais para o tratamento das relações entre a fala e a escrita. In: MARCUSCHI, L.A.; DIONISIO, A.P.(Orgs.). **Fala e escrita**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007, p.13-30.

MARIANO, R. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 2ªed, 2005.

MARTÍN-BARBEIRO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**; Traduzido por Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

MARTINO, L.C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Orgs.) **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. p.11-26.

MATTA, M.C. De la cultura massiva a la cultura mediática. **Revista Diálogos de la Comunicación**. Lima: Felafacs, 1999.

MAUSS, M. As técnicas corporais. In: _____. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974, v. 2, p. 209-234.

MCLUHAN, M. **Os meio é a mensagem**. São Paulo: Cultrix, 1971.

MENDONÇA, A.G; VELASQUES FILHO, P. **Introdução ao protestantismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 2002.

MEYER, M. **A Retórica**. Revisão Técnica Lineide Salvador Mosca. Tradução de Marly N. Neves. São Paulo: Ática, 2008.

MONNERAT, R.S.M. Processos de intensificação no discurso publicitário e a construção do *ethos*. In: PAULIUKONIS, M.A.L.; GAVAZZI, S. **Texto e discurso: mídia, literatura e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003, p.97-109.

MOSCA, L.do L.S.(Org). **Discurso, Argumentação e produção de sentido**. São Paulo: Humanitas, 2006.

_____. Velhas e novas retóricas: convergências e desdobramentos. In: _____ (Org.). **Retóricas de ontem e de hoje**. 3.ed. São Paulo: Humanitas, 2004, p.17-54.

NEVES, M.H.de M. **Gramática de usos do português**. 6.reimpressão. São Paulo: Ed. da UNESP, 2000.

OLIVEIRA, E.G.de. A argumentação na Antigüidade. **Signum: Estudos da Linguagem**. Londrina, n. 5, p. 213-225, dez. 2002.

ORLANDI, E.P. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. Campinas, SP: Pontes, 1996.

_____.(Org.). **Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional**. Campinas: Pontes, 1993.

_____.Discurso e argumentação: um observatório do político. **Fórum Lingüístico**. Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, Imprensa Universitária, v. 1, n. 1, p. 73-82, jul.-dez. 1998.

_____.**Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos**. Campinas, SP: Pontes, 2001.

_____.**Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2012.

PACHECO, G.de B.F. **Retórica e Nova Retórica: a tradição grega e a teoria da argumentação de Chain Perelman.** Disponível em <<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/retorica-e-nova-retorica-tradicao-grega-e-teoria-da-argumentacao-de-chaim-perelman>> Acesso em 29 abr. 2015.

PAGOTTI, E. **Uma análise cognitivo-discursiva das metapredicações com inserções enunciativas.** São Paulo: Blucher Acadêmico, 2008.

PALAVRA CRUZADA. **Mídia e Religião.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=exOGLJrY9Qc>> . Acesso em: 29 set.2015.

PAPO NA REDE. Entrevista com Magali do Nascimento Cunha. 65'27". Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mppFN3DSG7Q>> . Acesso em 17 out. 2015.

PARCEIROS DE DEUS. Disponível em: <<http://parceirosdedeus.com.br/o-que-e/>>. Acesso em: 07 mai.2015.

PASSOS, J.D. **Pentecostais: origens e começo.** São Paulo: Paulinas, 2005

PATRIOTA, C.R.M. **Fé na prateleira de vendas: a sedução do marketing religioso.** 2007. Disponível em: <www.encepecom.metodista.br/mediawiki/images/f/f6/GT4Texto006.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2015.

PECHÊUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento?** Tradução de Eni P. Orlandi. São Paulo: Pontes, 1990.

PEÑA-ALFARO, A.A. **Estratégias discursivas de persuasão em um discurso religioso neopentecostal.** 2005. 238 p. Tese (Doutorado em Linguística) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2005.

PEREIRA, C.; LINHARES, J. **Os novos pastores.** Revista Veja. Ed. 1.964, ano 39, nº 27. São Paulo: Ed. Abril, 12/07/2006.

PERELMAN, C; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação: a nova retórica.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PETTRY, W. E. **Ministrando a Palavra de Deus.** Livro de estudo autodidático. ICI-Portugal: 2006. Disponível em: <http://portugues.globalreach.org/portugues/images/S5251pt-PT_Entire.pdf>. Acesso em 09 out. 2015.

PICCARDI, T. **O sujeito da AD: um conceito em transformação.** *Revista Intercâmbio*, volume XV. São Paulo: LAEL/PUC-SP, ISSN 1806-275X, 2006.

PIERUCCI, A.F. Reencantamento e dessecularização: a propósito do autoengano em sociologia da religião. **Novos estudos Cebrap**, São Paulo, v.49, p.99-117, 1997.

PINTO, M. J. **Comunicação e discurso: Introdução à análise de discursos**. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2000. v. 1.

PIRES, A.C. **A metafísica do sucesso, a espiritualidade do consumo e a ética hedônica configuradas no sistema axiológico neoprotestante da Igreja Evangélica Sara Nossa Terra**. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011, 234p.

PLANTIN, C. **L'argumentation: Histoire, théories et perspectives**. Paris: Presses Universitaires de France. Collètion Qus sais-je?, 2008.

PRANDI, R. A religião do planeta global. In: Ari Pedro Oro e Carlos Steil. (Org.). **Globalização e Religião**. Um ed. Petrópolis: Vozes, São Paulo, USP, 1999.

PROENÇA, W.de L. **Sindicato de mágicos: uma história cultural da Igreja Universal do Reino de Deus**. São Paulo: Unesp, 2011.

PUBLISHNEWS. **Lista de mais vendidos de 2015**: em aberto. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx>>. Acesso em: ago. 2015.

PULGA, C.M. **Interface - Igreja e mídia: uma experiência de comunicação religiosa na web**. 2006. 172 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

RIBEIRO, J. **O ministério da Igreja Sara Nossa Terra**. Disponível em <<http://www.potiguarnoticias.com.br/2014/noticias/27876/o-ministerio-da-igreja-sara-nossa-terra>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

RODOVALHO, R. **O caminho do sucesso**. São Paulo: Reino, 2000.

_____. **Vencendo conflitos: o caminho para uma felicidade interior**. São Paulo: Reino, 2000.

_____. **Você nasceu para reinar**. São Paulo: Reino, 2004.

RODRIGUES, A.C.S. Língua falada e língua escrita. In: PRETI, D. (Org.). **Análise de textos orais**. 3.ed. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 1997, p.13-32.

ROMEIRO, P. **Decepcionados com a graça: esperanças e frustrações no Brasil neopentecostal**. São Paulo: Mundo Cristão, 2005.

SANTANA NETO, J.A.de. **Processos argumentativos: estudo retórico de textos didáticos medievais**. Salvador: Quarteto, 2005.

SANTIAGO, S. O narrador pós-moderno. In:__. **Nas malhas da letra: ensaios**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1989. p. 38-52.

SANTOS, A.dos. **A relação entre as instituições religiosas e suas práticas radiofônicas**. Disponível em <<http://revistas.facbrasil.edu.br/cadernoscomunicacao/index.php/comunicacao/article/viewFile/95/93>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

SCHELIGA, E.L. Trajetórias religiosas e experiências prisionais: a conversão em uma instituição total. ISER – Instituto de Estudos da Religião. In: **Religiões e prisões**. Rio de Janeiro: ISER, 2009, p.75-85. Disponível em: <http://www.iser.org.br/website/arqantigo/files//comunicacoes_do_iser_61.pdf>. Acesso em: set. 2015.

SEVERINO, A.J. **Metodologia do trabalho científico**. 23.ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** Tradução de Milton Camargo Mote. São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, M. **A salvação cotada em dólar**. Observatório da Imprensa. Jul/2001. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/primeiras-edicoes/a-salvao-cotada-em-dlar/>>. Acesso em 14 out.2015.

SOUSA, A.C.de. **Pentecostalismo: de onde vem, para onde vai?** um desafio às leituras contemporâneas da religiosidade brasileira. Viçosa: Ultimato, 2004.

STORTO, L.J. **Discurso religioso midiático: argumentação e língua falada em pregações evangélicas**. Londrina: UEL, 2015. 323 f. Tese (Doutorado em Estudos da Linguagem) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015.

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAVAGLIA, L.C. **Um estudo textual-discursivo do verbo no português do Brasil**. Campinas: UNICAMP, 1991. 470 f. Tese (Doutorado em Lingüística) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1991.

TRIGUEIRO, O. **O estudo científico da comunicação: avanços teóricos e metodológicos ensejados pela escola latino-americana**. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista6/artigo%206-3.htm>> Acesso em: 28 jan. 2015.

URBANO, H. Marcadores Conversacionais. In: PRETI, Dino (Org.). **Análise de textos orais**. 3.ed. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 1997, p.81-101.

VENÂNCIO, R.D.O. **Jogo lógico e a gramática do rádio: analítica de um jogo de linguagem comunicacional e seus diferendos**. São Paulo: USP, 2011. 500 f. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

VAL, M.da G.C. **Redação e textualidade**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

VITAL, C.; LOPES, P.V.L. **Religião e política: uma análise da atuação de parlamentares evangélicos sobre direitos das mulheres e de LGBTs no Brasil**. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll & Instituto de estudos da Religião (ISER), 2013. Disponível em: <http://br.boell.org/sites/default/files/publicacao_religiao_e_politica_chris_vital_e_paulo_victor_14mar_webfinal.pdf>. Acesso em: 17 out. 2015.

VIZER, E. A. **A trama (in) visível da vida social: comunicação, sentido e realidade**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

WEBER, M. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2007.

WILGES, I. **Cultura Religiosa: as religiões do mundo**. 17 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.