



A magia televisiva no discurso religioso: uma análise de argumentação e discurso do programa Show da Fé¹

Marco Túlio de SOUSA²

Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Resumo

Este trabalho é o primeiro resultado de uma pesquisa cujo objetivo é analisar a dinâmica discursiva em suas diversas materialidades: texto, imagem e corpo. Neste artigo, procura-se verificar de que maneira o formato do programa Show da Fé colabora para levar a mensagem religiosa ao telespectador e que sentidos podem ser encontrados nos enunciados presentes nos quadros do programa. Nossa pesquisa tem por base a análise de discurso francesa de filiação pecheutiana e a teoria da argumentação de Chaim Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca. Desta forma, verifica-se que estratégias argumentativas foram utilizadas, que sentidos podem ser observados, a que discursos estes pertencem e em que formações discursivas se inserem.

Palavras-chave

Argumentação; discurso; mídia; religião.

Introdução

Em 1521 Martinho Lutero publicou a Bíblia em alemão. Mais do que um marco da oposição à Igreja Católica³, o ato dá mostras daquilo que seria um fator decisivo para a expansão das igrejas protestantes pelo mundo. “Foi graças à tecnologia desenvolvida por Gutenberg (1450) na produção da página impressa que os textos de Lutero e de Calvino ganharam a Europa” (CAMPOS, 2008).

Séculos depois, as (neo) pentecostais (denominações oriundas de diversas segmentações das igrejas protestantes históricas) investem alto na promoção de suas ideias nos meios de comunicação massa modernos: rádio, TV e *internet*. A Igreja Católica também parece ter enxergado na mídia uma forma de se comunicar com a sociedade e assim tentar deter o crescente avanço dos evangélicos e, conseqüentemente,

¹ Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação – evento componente do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

² Estudante de graduação 6º semestre do curso de Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da UFJF. Bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET), financiado pela Secretaria de Ensino Superior (SESu, MEC). Trabalho orientado pelo professor Wedencley Alves, doutor em Linguística, mestre em Comunicação, professor da Faculdade de Comunicação da UFJF. Email do graduando: marcotuliosousas@yahoo.com.br.

³ Na época da Reforma Protestante a Igreja Católica não permitia a publicação da Bíblia em outra língua que não fosse o latim, até hoje o idioma oficial da igreja de Roma.



a redução do número de católicos⁴. No Brasil, o número de programas na TV aberta vinculados às instituições religiosas é bem expressivo. Na Band, por exemplo, em quase vinte por cento do tempo da programação (o que equivale a 32 horas 30 minutos por semana) o conteúdo veiculado pertence a instituições religiosas⁵.

Este trabalho trata especificamente de uma das principais expressões da presença da religião na mídia. O programa Show da Fé comandado pelo missionário RR Soares é um dos exemplos mais interessantes de como o campo religioso tem se aproximado cada vez mais do campo midiático. Porém, antes de avançarmos na nossa análise sobre o programa faremos alguns apontamentos sobre a história do movimento pentecostal e da denominação religiosa da qual trataremos nesse trabalho.

Do Pentecostalismo ao Neopentecostalismo

A Reforma Protestante iniciada por Lutero desencadeou uma série de rupturas com a Igreja Católica. Diversos grupos religiosos surgiram em vários países e se espalharam pelo mundo. A América do Norte foi uma das principais regiões onde as igrejas protestantes históricas⁶ se fixaram no Novo Mundo. A América Latina, de colonização ibérica, ficou sobre o domínio católico.

Posteriormente, nos Estados Unidos surge, no seio da igreja metodista, um fenômeno religioso que iria se espalhar e conquistar adeptos no mundo todo. O pentecostalismo nasceu no início do século vinte e hoje conta com mais fiéis no Brasil do que as igrejas protestantes históricas. Segundo Ricardo Mariano:

o pentecostalismo, herdeiro e descendente do metodismo wesleyano e do movimento *holiness*, distingue-se do protestantismo, *grosso modo*, por pregar, baseado em Atos 2, a contemporaneidade dos dons do Espírito Santo, dos quais sobressaem os dons de línguas (glossalia), cura e discernimento de espíritos. Para simplificar, os pentecostais, diferentemente dos protestantes históricos, acreditam que Deus, por intermédio do Espírito Santo e em nome de Cristo, continua a agir hoje da mesma forma que no cristianismo primitivo, curando enfermos, expulsando demônios, distribuindo bênçãos e dons espirituais, realizando milagres, dialogando com seus servos, concedendo infinitas amostras concretas de Seu supremo poder e inigualável bondade. (MARIANO, 1999, p.10, grifos do autor)

⁴ No Brasil, além de diversas rádios, a Igreja Católica conta hoje com alguns canais de televisão, como a TV Canção Nova, a TV Aparecida, a Rede Vida e a Século 21.

⁵ Fonte site da emissora: www.band.com.br/programacao. Acesso: 03/04/2010.

⁶ O termo “protestantes históricas” se refere às igrejas: Luterana, Congregacional, Metodista, Anglicana e Batista.



O apelo emocional no culto das igrejas pentecostais é muito maior do que nas protestantes históricas. Além disso, explora-se em larga medida a dimensão mágica da religião (curas, glossalia etc), o que não ocorre nas protestantes. Se o protestantismo operou uma “racionalização do sagrado” (OLIVEIRA, 2007, p.65), o pentecostalismo, com o seu apelo à manifestação dos dons do Espírito Santo, enfatiza o lado místico do cristianismo.

No Brasil, as primeiras igrejas pentecostais chegaram por volta da primeira década do século passado. A maior parte das denominações evangélicas veio dos Estados Unidos. Mesmo as que surgiram no Brasil foram influenciadas por movimentos e doutrinas “importadas” dos EUA. Ricardo Mariano (1999) divide o pentecostalismo em três vertentes: clássico, deuteropentecostalismo e neopentecostalismo.

A divisão foi elaborada de acordo com o critério de antiguidade das denominações. As igrejas do pentecostalismo clássico são, principalmente, a Congregação Cristã no Brasil e a Assembléia de Deus. Ambas chegaram ao Brasil na primeira década do século passado. A segunda vertente (deuteropentecostalista) se implantou no país na década de 50. Segundo Mariano:

A segunda onda teve início nos anos 50 na cidade de São Paulo com o trabalho missionário de dois ex-atores de filmes de faroeste do cinema americano, Harold Williams e Raymond Boatright, vinculadas à *International Church of The Foursquare Gospel*. (...) eles trouxeram para o Brasil o evangelismo de massa centrado na mensagem da cura divina. Difundiram-na por meio do rádio (que, por sectarismo ou por considerá-lo mundano e diabólico, até a década de 50 não era usado pela Assembléia de Deus, a Congregação Cristã ainda hoje continua a não fazer uso de qualquer meio de comunicação de massa, nem mesmo de revistas, jornais, folhetos e literatura), do evangelismo itinerante em tendas de lona. (MARIANO, 1999, p. 30)

As principais representantes do deuteropentecostalismo são as igrejas Brasil Para Cristo, Deus é Amor, Casa da Bênção e a Quadrangular. Em relação às diferenças teológicas, “as duas primeiras ondas pentecostais apresentam diferenças apenas nas ênfases que cada qual confere a um outro dom do Espírito Santo. A primeira [clássica] enfatiza o dom de línguas, a segunda [deuteropentecostalista], o de cura” (*idem*, p.31).

A terceira onda começa nos anos 70 e se consolida nas décadas de 80 e 90. Esta é classificada por Mariano (1999) como neopentecostal. Dela surgiram a Igreja de Nova Vida, origem da Universal do Reino de Deus e da Internacional da Graça de Deus. Além destas, podemos incluir a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, a



Comunidade da Graça, a Renascer em Cristo e a Igreja Nacional do Senhor de Jesus Cristo no grupo das neopentecostais.

A vertente neopentecostal marca diferenças significativas em relação às anteriores. Ela mantém algumas semelhanças em relação às suas predecessoras (antiecumenismo, uso dos meios de comunicação de massa, estímulo à expressividade emocional, participação na política partidária, pregação da cura divina), mas se diferencia, principalmente, por quatro fatores apresentados por Mariano (1999): “exacerbação da guerra espiritual contra o Diabo (...), pregação enfática da Teoria da Prosperidade (...), liberalização dos estereotipados usos e costumes de santidade” (*ibidem*, p. 36) e o fato de se estruturarem como empresas.

Vale lembrar que a Teologia da Prosperidade pouco tem a ver com o “espírito do capitalismo” que Weber (2007) trata em “A ética protestante e o espírito do capitalismo”. Segundo Mariano:

Na ótica weberiana, a acumulação primitiva do capital resultara, entre outros fatores, justamente da ética puritana, que interditava ao fiel qualquer modalidade de consumo supérfluo. No pentecostalismo, o crente na procura a riqueza para comprovar seu estado de graça. (...) Como todos os demais, crentes e incrédulos, ele quer enriquecer para consumir de suas posses nesse mundo. (MARIANO, 1999, p. 36)

A Igreja Internacional da Graça cujo programa televisivo será analisado nesse trabalho é uma das representantes mais importantes do movimento neopentecostal no Brasil. A instituição foi fundada por Romildo Ribeiro Soares (RR Soares) que saiu da Igreja Universal (da qual foi não apenas líder, mas também fundador) por desavenças com seu cunhado Edir Macedo.

A Internacional da Graça se expandiu principalmente na região sudeste do país. Dentre os veículos de comunicação utilizados para a promoção e expansão das idéias da denominação há uma preferência pela TV, ao contrário da Universal, que prioriza o rádio. O fundador da igreja comanda programas em diversos canais de TV aberta e a denominação possui um canal próprio, a RIT (Rede Internacional de TV). Neste trabalho, analisaremos o programa Show da Fé pelo fato de ser transmitido por uma grande emissora da TV aberta (a Band) no horário nobre, o que lhe confere uma grande abrangência. Antes, porém, trataremos de alguns conceitos teóricos utilizados na nossa análise.



Análise de Discurso e Teoria da Argumentação

Embora nossa análise se filie à Análise de Discurso Francesa, devido às características do objeto estudado recorreremos também à teoria da argumentação. Desse modo, será possível identificar que estratégias argumentativas estão presentes nos enunciados e a que discursos estes estão vinculados. O que é de especial interesse visto que a mensagem religiosa tem um fim coercitivo bem claro. Desta forma, pode-se, conforme nos afirma Osakabe, “pensar as condições de produção sob o ângulo do próprio interesse emanado pelo discurso” (OSAKABE, 1999, p. 52).

Ao mobilizar as duas teorias nos deparamos com alguns obstáculos. A Análise de Discurso (doravante AD) enxerga o ato de falar como uma mobilização de sentidos pré-construídos e pensa o efeito de evidência dos dizeres como efeito da ideologia constitutiva dos enunciados. Dessa forma, deparamo-nos com um sujeito que se funda no inconsciente. Na teoria da argumentação o indivíduo é visto com mais autonomia, ele define suas estratégias argumentativas previamente ao ato de falar. Podemos dizer que se na AD dá-se uma atenção maior ao inconsciente, na teoria da argumentação a consciência é colocada em primeiro plano.

As diferenças entre as duas concepções teóricas não inviabiliza aproximações. Pelo contrário, desafia o pesquisador e lhe possibilita ter uma visão diferenciada e que dá conta de aspectos do ato enunciativo que poderiam passar despercebidos, caso as duas teorias não fossem mobilizadas numa mesma pesquisa. Optamos, nesse trabalho, tomar como norte as observações de Haquira Osakabe (1999), que procurou dar conta desses dois aspectos da enunciação. Trataremos agora brevemente dos principais conceitos teóricos que utilizamos nesse trabalho.

A Análise de Discurso se estrutura tendo como base o Marxismo, a Psicanálise e a Lingüística. Do Marxismo, principalmente de filiação althusseriana, a AD herda a visão materialista da história, buscando compreender as condições de produção dos sentidos e dos discursos. Da Psicanálise, a AD herda a consideração da hipótese central daquela disciplina, ratificando que a relação do sujeito com o discurso é atravessada também por identificações inconscientes, e, sob inspiração lacaniana, é fundada na inscrição do sujeito no simbólico, no campo da linguagem. O sujeito do discurso, portanto, se constitui a partir “de sua relação com o simbólico, na história”. (ORLANDI, 2005, p.19). A Linguística, por sua vez, contribui com a compreensão de que a língua tem uma ordem própria, embora não autônoma em relação à história.



Outro conceito importante para a AD é o de *formação discursiva*. O termo está diretamente ligado à prática discursiva, correspondendo a um conjunto de relações que funcionam como regra para o sujeito nas circunstâncias em que este inscreve seu enunciado. Referindo-se a Michel Foucault, Rosa Maria Bueno Fischer (2001) entende que

a formação discursiva deve ser vista (...) como o ‘princípio de dispersão e de repartição’ dos enunciados segundo o qual se ‘sabe’ o que pode e o que deve ser dito, dentro de determinado campo e de acordo com certa posição que se ocupa nesse campo (FISCHER, 2001, p.203).

As formações discursivas (doravante FDs) presentes nos enunciados que dizemos são regionalizações do interdiscurso. Este nada mais é do que o acervo do “já-dito”, do pré-construído e que, por isso, “faz sentido” para o sujeito. O interdiscurso tem uma ligação estreita com o inconsciente, uma vez que pode ser entendido como “todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos” (ORLANDI, 2005, p.33).

Para Orlandi (2005, p. 20), “o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia”. O conceito de ideologia tem para a AD um sentido diferente de algumas concepções marxistas, pois aqui o termo não pode ser definido como um conjunto de representações, mas como uma prática significativa. “Todo dizer é ideologicamente marcado (...). O discurso é o lugar do trabalho da língua e da ideologia” (Orlandi, 2005, p. 38). A memória e o esquecimento são importantes para o trabalho ideológico:

O processo ideológico não se liga à falta, mas ao excesso. A ideologia representa a saturação, o efeito de completude que, por sua vez, produz o efeito de ‘evidência’, sustentando-se sobre o já dito, os sentidos institucionalizados, admitidos por todos como ‘naturais’. Pela ideologia há transposição de certas formas materiais em outras, isto é, há simulação. Assim, na ideologia não há ocultação de sentidos (conteúdos), mas apagamento do processo de sua constituição. (ORLANDI, 2007, p. 66).

Nesse trabalho também empregaremos o conceito de *reversibilidade* que nada mais é do “a troca de papéis entre locutor e ouvinte” (ORLANDI, 1996, p. 131), ou seja, a possibilidade de o interlocutor se posicionar, de modo a interferir no sentido. Este conceito torna-se importante para entendermos a tipologia utilizada por Orlandi para classificar os três tipos de discurso. São eles:

Discurso lúdico: é aquele em que a reversibilidade entre interlocutores é total, sendo que o objeto do discurso se mantém como tal na interlocução, resultando disso a polissemia aberta. O exagero é o *no sense*.



Discurso polêmico: é aquele em que a reversibilidade se dá sob certas condições e em que o objeto do discurso está presente, mas sob perspectivas particularizantes dadas pelos participantes que procuram lhe dar uma direção, sendo que a polissemia é controlada. O exagero é a injúria.

Discurso autoritário: é aquele em que a reversibilidade tende a zero, estando o objeto do discurso oculto pelo dizer, havendo um agente exclusivo do discurso e a polissemia contida. O exagero é a ordem no sentido militar. (ORLANDI, 1996, p. 154)

O discurso religioso é classificado como autoritário. Pois nele a reversibilidade tende a zero. Mesmo quando o fiel torna-se locutor, sua fala está condicionada. Além disso, o que é dito pelo representante religioso não pode ser contestado. Isso ficará mais claro na análise.

No campo da argumentação adotaremos alguns conceitos propostos por Perelman e Tyteca (1996) que apresentaremos no decorrer da análise conforme se mostrem necessários. Antes, porém, de passarmos a próxima etapa de nosso trabalho, gostaríamos de tratar brevemente de alguns pontos abordados por Osakabe (1999) que trata da argumentação em uma perspectiva discursiva.

Segundo a autora, há um mecanismo de “projeções imaginárias” que fazemos uso quando nos dispomos a “falar”. Projeta-se um conjunto de possíveis reações de acordo com a imagem que esse outro (o ouvinte) faz do sujeito que enuncia. As estratégias e mecanismos utilizados dependem de inúmeros fatores como: quem é o ouvinte; a situação e o lugar em que se diz; o conteúdo daquilo que vai ser dito etc. Dessa forma, o locutor traça suas estratégias enunciativas para causar o efeito desejado em seu ouvinte. Aí percebemos o quanto a argumentação depende do ouvinte. No discurso o mesmo ocorre: sem ouvinte não há discurso, pois é no ouvinte que o texto significa, remetendo aos discursos. O discurso sempre existe numa relação dialógica.

O esquema abaixo nos mostra de forma sistematizada, como se dá a relação discurso/ argumentação.

Discurso texto discurso

Sujeitos argumentação sujeitos

Projeções Imaginárias

A argumentação depende do jogo de projeções imaginárias que o sujeito faz para construir sua teia argumentativa e, conseqüentemente, seu texto. Texto e argumentação, portanto, estão, em alguma medida, sob o controle da pessoa. Contudo, o texto apenas significa porque existem conjuntos de sentidos estabilizados que não estão sobre o



controle do indivíduo. Ele depende desses sentidos, desses discursos permeados pela ideologia, que são anteriores ao sujeito e determinam os sentidos de seus dizeres. Partindo dessas considerações é que trabalharemos a dinâmica discurso/ argumentação.

Análise

Para a análise, escolhemos dois programas da Igreja Internacional da Graça de Deus. Os programas foram ao ar nos dias 11 e 12 de junho de 2009, quinta e sexta respectivamente. A opção pelas datas se deve ao fato de coincidirem com o feriado católico de *Corpus Christi*, que sempre acontece numa quinta-feira. Dessa forma, objetiva-se num trabalho futuro compreender o posicionamento dessa denominação em relação a datas católicas e, por conseguinte, à própria instituição da Igreja Católica.

Nesse trabalho, porém, nossa atenção se voltará, em especial, para a estrutura do programa e para o missionário RR Soares, que é a figura central do Show da Fé. Atentaremos para as relações de paráfrase existentes e também de como se dá a dinâmica argumentativa no programa.

O show televisivo

Diferentemente de programas de outras igrejas, o Show da Fé não é apenas um culto filmado. Trata-se de um programa que possui características semelhantes as de um programa televisivo de auditório: quadros diferenciados; momentos de interação entre o apresentador (RR Soares) e a plateia (os fiéis presentes no culto); *merchandising* (de utensílios religiosos); e apresentação musical (de cantores da igreja). Além disso, na quinta há um desenho animado voltado para o público infantil.

Presenciamos ainda, nesse mesmo dia, um “intervalo comercial” dentro do próprio programa: uma vinheta entra após oração de RR Soares e produtos de cantores e escritores pertencentes à denominação são anunciados de forma semelhante aos comerciais. Vale lembrar que não há intervalos comerciais da Rede Bandeirantes durante a exibição do programa. São cerca de 50 minutos sem interrupção.

O Show da Fé sempre começa com uma voz de fundo apresentando quem é RR Soares. O locutor diz o seguinte: “(1) em 1969 o missionário RR Soares recebeu o batismo no Espírito Santo. Desde então, através de sua vida, Deus tem operado milagres



e maravilhas!”. Em seguida, há um pequeno trecho de um culto no qual uma mulher com problemas auditivos teria sido curada pelo missionário.

(2) Mulher: Faz uns quatro, cinco anos que sou surda. Fiquei surda dos dois ouvido (sic). Agora, com esse (coloca a mão na orelha) eu escuto um pouco, mas não é muito bem.

RR Soares: Se tapasse esse o outro então... (aponta para o ouvido no qual a mulher escuta)

Mulher: Esse aqui não...

RR Soares: Então tapa esse que era um pouquinho melhor. (mulher tapa o ouvido bom) Qual o nome da senhora?

Mulher: Terezinha.

RR Soares: É casada ou solteira?

Mulher: Viúva.

RR Soares: Quantos filhos?

Mulher: Tenho nove filho(sic)!

RR Soares: Palmas pra Jesus! Obrigado Jesus.

Locutor: Agora, em 2009, o Brasil vai celebrar com o *missionário*⁷ 40 anos de poder! (negritos nossos)

A abertura cumpre funções importantes: apresenta RR Soares para um público que talvez não o conheça e atesta sua autoridade como enunciador qualificado para falar em nome de Deus. Isso é feito de duas formas: primeiro é dito que o líder “recebeu o batismo no Espírito Santo” e em seguida apresenta-se uma suposta cura, o que serviria como prova de que “através de sua vida, Deus tem operado milagres e maravilhas”. Ao mostrar a cena da “cura” traz-se a “presença”, a demonstração do poder divino para o público. Como nos mostra Perelman e Tyteca (1996):

A presença atua de um modo direto sobre a nossa sensibilidade. É um dado psicológico que, como mostra Piaget, exerce uma ação já no nível da percepção: por ocasião do confronto de dois elementos, por exemplo, um padrão fixo e grandezas variáveis com as quais ele é comparado, aquilo em que o olhar está centrado, o que é visto de um modo melhor ou com mais frequência é, apenas por isso, supervalorizado. (Perelman e Tyteca, 1996, p.132)

Outro ponto curioso nesse enunciado é a forma como o locutor fala de RR Soares. O representante da Internacional da Graça é “o missionário”. O artigo definido “o” e o substantivo “missionário” demonstram que RR Soares é a autoridade máxima de sua igreja. Ele não é apenas “um” pastor ou missionário qualquer, ele é “o missionário”. Ademais, importante notar a diferença entre os termos “pastor” e “missionário”. “Missionário” é aquele que propaga a fé, já “pastor” seria aquele que cuida de seu

⁷ Os enunciados foram transcritos da forma como foram pronunciados no programa. Os itálicos presentes nos enunciados do programa foram marcados por nós para salientar algum aspecto de relevância.



rebanho. O primeiro termo sugere maior atividade do representante de Deus, o segundo maior passividade. Enquanto o missionário divulga a fé a todos, o pastor cuida das ovelhas já arrebanhadas. Definir RR Soares como missionário confere-lhe maior autoridade do que como pastor. Conforme nos mostra Orlandi (2005):

o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz.(...) Como nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na 'comunicação'. A fala do professor vale (significa) mais do que a do aluno. (ORLANDI, 2005, p. 39-40)

Depois da abertura, RR Soares convida os telespectadores a assistirem o programa:

(3)Pra vocês que estão agora passeando pela televisão e pegaram o início desse programa, eu quero convidá-los a continuar conosco. (quinta)

(4)E a você que está passeando aí com o controle remoto e passou nesse canal, eu quero dizer a você que eu tenho uma boa palavra para lhe ajudar. *Não vamos falar de coisas religiosas, mas ao contrário, vamos falar de coisa muito séria*, que os cristãos precisam ouvir e acordar. (sexta)

Os enunciados de quinta e sexta são parafrásticos. Interessante observar no enunciado (4) é a estratégia argumentativa utilizada pelo missionário para atrair um público que não está interessado em assistir um programa religioso. Perelman e Tyteca (1996) afirmam que “as possibilidades de argumentação dependem do que cada qual está disposto a conceder, dos valores que reconhece, dos fatos sobre os quais expressa seu acordo”.

Na tipologia dos autores o argumento utilizado poderia ser classificado como *ad hominen*, um argumento que visa um “auditório particular”. Os autores distinguem os auditórios em: universal, correspondente a toda a humanidade; e particular, que se refere a públicos específicos. No primeiro, estabelecem-se argumentos válidos para toda a humanidade (chamados pelos autores de *ad humanitatem*), são argumentos atemporais, cuja validade independe dos contextos enunciativos, já que são universalmente válidos. No segundo, os argumentos se adaptam a crença de um determinado grupo.

Ao dizer que “não vai falar de coisas religiosas, mas ao contrário”, que vai “falar de coisa muito séria que os cristãos precisam ouvir e acordar”, RR Soares procura atrair um público em que o argumento religioso não funcionaria. Contudo, o pastor, de forma contraditória, estabelece um público religioso específico para suas palavras, já que são “os cristãos [que] precisam ouvir e acordar”. Apesar de as palavras do missionário



serem respaldadas pelo poder divino, ele tem de fazer concessões para evitar que o telespectador mude de canal.

Ainda nesse enunciado, percebemos a existência de uma formação discursiva, a qual o pastor se opõe, que vê na religião algo sem utilidade. Consideramos também que este é um indício de outra formação discursiva que considera os (neo)pentecostais de serem chatos e insistentes em suas pregações, de tentarem “forçar” a conversão do outro. Daí o pastor dizer que não vai “falar de coisas religiosas” como uma espécie de garantia ao espectador de que o objetivo do programa não é que ele “se converta”.

Após esse convite, RR Soares fala por cerca de 17 minutos. Lê trechos da Bíblia e apresenta sua explicação ao público. Em seguida entra o quadro “Novela da Vida Real”, no qual pessoas relatam transformações milagrosas realizadas em suas vidas ocorridas a partir do momento em que se converteram. Os fiéis contam suas experiências e representam algumas situações que viveram antes do momento da conversão.

O nome do quadro é emblemático: “Novela da Vida Real”. É comum escutar-se no dia-a-dia expressões como: “isso só acontece em novela”. Tais expressões são formas de mostrar a impossibilidade de se realizar algo já que sua existência pode acontecer apenas na ficção. Com determinado enunciado procura-se mostrar como o poder divino está atuando na Igreja Internacional da Graça e através do Show da Fé (em ambos os programas os fiéis afirmam que o primeiro contato com igreja foi por meio do programa de tv) ao tornar o impossível possível.

Após a apresentação do quadro, RR Soares dialoga rapidamente com os “personagens” da “novela” em seu culto. Terminada a conversa, o pastor “convida” as pessoas a serem “patrocinadoras” da igreja, contribuindo financeiramente com a instituição. O termo patrocinador chama a atenção pelo seu vínculo com a atividade comercial. Observamos uma recorrência acentuada de tais termos, o que pode ser um indício de um discurso capitalista/ liberal atravessando discurso religioso.

Ao pedir a contribuição dos fiéis RR Soares sempre pede o testemunho de alguém que é patrocinador e teve sua vida transformada por Deus. Uma pessoa presente no culto se levanta e conta sua experiência. Após o fim do relato, o missionário pede novamente a colaboração dos fiéis. Em seguida, ele apresenta alguns produtos da igreja (livros e DVDs) e os benefícios que estes podem trazer aos fiéis que os comprarem.

O quadro seguinte é o “Missionário Responde”, no qual duas pessoas na rua fazem, cada uma, uma pergunta para o missionário, que responde no culto. O quadro



evidencia ainda mais a sua autoridade. Ele é o detentor do conhecimento verdadeiro, por isso é a pessoa qualificada para responder as perguntas dos fiéis.

O que vem na sequência é o “Abrindo o Coração”, quadro no qual é lida uma carta de um fiel expõe seus problemas e pede a ajuda de RR Soares. O pastor aparece com a caneta a mão, supostamente respondendo a carta, no momento em que uma voz feminina a lê. Em seguida o missionário dá seus conselhos no culto⁸.

O programa chega à parte final com a apresentação de cantores da igreja. Em seguida o pastor Jaime aparece sozinho sentado diante de uma mesa. Ele faz uma breve reflexão e convida os fiéis a participarem dos cultos da igreja passando horários e endereços de templos.

Considerações Finais

Conforme já dissemos, o Show da Fé não é apenas um culto filmado. É um programa religioso produzido com a qualidade técnica de um programa auditório. Possui diversos quadros; momentos de interação entre o apresentador (RR Soares) e a plateia (os fiéis presentes no culto); *merchandising* (de utensílios religiosos); apresentação musical (de cantores da igreja); desenho animado; e até um “intervalo comercial” dentro do próprio programa, onde são anunciados os produtos da igreja sob a forma de publicidade.

Utilizando a magia da técnica televisiva, o programa se torna menos cansativo e ganha os contornos de outro programa qualquer. Isso parece ser um dos objetivos de RR Soares: fazer com que o público não diferencie seu programa de outros pelo fato dele ser religioso. Dessa forma, poderia atrair um público cada vez maior. Daí ele dizer no início de um dos programas que não iria “falar de coisas religiosas”.

Dentre as formações discursivas que observamos vale destacar as seguintes: de oposição à religião (que aparece na fala do pastor quando ele diz que “não vai falar de religião”, mas de “coisa séria”); capitalista, devido às metáforas ligadas à vida comercial e a visão da relação homem/ Deus como um empreendimento comercial.

Já no plano argumentativo, podemos concluir que o argumento principal é o da inefabilidade divina. Este é o *tecmerion* aristotélico (ARISTÓTELES, 2005), o

⁸ No programa da quinta-feira, passou-se o desenho “Mídiño: o jovem missionário” e após a apresentação dos cantores um “intervalo comercial” foi realizado dentro do programa. Apenas produtos religiosos foram anunciados.



argumento que não pode ser contestado. Recorrendo a este argumento o pastor afirma a validade do que diz ao se colocar como alguém cuja autoridade foi concedida por Deus. Como fala em nome Deste, o que é dito não pode ser contestado. Isso é, conforme assinala Eni Orlandi (1996) uma das marcas do discurso religioso.

De acordo com a autora, o discurso religioso se afigura um discurso autoritário, que tende à reversibilidade zero. É um discurso que tende à monossemia e que não pode ser contestado. Conforme nos diz Orlandi:

A interpretação própria da palavra de Deus é, pois, regulada. Os sentidos não podem ser quaisquer sentidos: o discurso religioso tende fortemente para a monossemia. No cristianismo, enquanto religião institucional, a *interpretação própria* é a da Igreja, o *texto próprio* é a Bíblia, que é a revelação da palavra de Deus, o *lugar próprio* para a palavra é determinado segundo as diferentes cerimônias” (ORLANDI, 1996, p.246)

E partindo da autoridade dada por Deus o representante se coloca *no lugar Dele*. O missionário fala em nome de Deus, ele é o falante, mas o locutor é a entidade divina que ele representa. Isso vem a fortalecer ainda mais a sua autoridade perante o público. A partir deste princípio é que se contrói toda a teia argumentativa. São recursos típicos da retórica religiosa e que constatamos nos programas: uso de *performativos* (ameaças, ordens), uso de imperativos e de vocativos; e paráfrases que servem para explicar o texto sagrado. Trataremos exclusivamente desses aspectos em um trabalho posterior.

Verificamos também que a estrutura do programa obedece a uma estratégia argumentativa bem interessante. Começa-se com a pregação do missionário, momento em que RR Soares discorre sobre um tema e utiliza trechos da Bíblia para confirmar a sua interpretação. Após afirmar a sua autoridade traz-se o argumento da “presença” por meio do quadro “Novela da Vida Real”, no qual fiéis falam das mudanças que a conversão na Igreja Internacional da Graça operou nas suas vidas. Depois da apresentação do quadro o missionário conversa com os “personagens” da “novela” no templo. O que serve como mecanismo para confirmar a história contada no quadro. Em seguida, o programa continua com anúncios de produtos que vão “mudar a vida do fiel” e convites para se tornarem “patrocinadores” da igreja.

Os anúncios vem no momento propício. O fato de vir depois da pregação e logo após o quadro “Novela da Vida Real” cria o efeito de que a vida da pessoa pode ser transformada caso ela adquira os produtos e se torne patrocinadora da igreja. Assim, as mudanças que ocorreram na vida das pessoas retratadas na “novela” também poderão acontecer na vida delas.



Na sequência temos o quadro “Missionário Responde”, no qual RR Soares exerce o papel detentor dos saberes religiosos. Ele é o único quem responde as perguntas. Novamente, a autoridade do religioso é reafirmada. Logo depois vem o quadro “Abrindo o Coração”, no qual um fiel conta seus problemas e pede ajuda ao pastor. A função argumentativa deste quadro também é importante. Se na “novela” as pessoas já tiveram sua vida modificada, no “Abrindo o Coração” há uma possibilidade de identificação dos problemas apresentados com os do telespectador que acompanha o programa. O público se coloca no *lugar* daquela pessoa com dificuldades e pode também seguir os conselhos dados por RR Soares. Há também o desenho infantil Midinho que cumpre a função de transmitir os preceitos da igreja às crianças, numa linguagem que lhe é própria. No fim dos programas há sempre uma apresentação musical e, em seguida, o pastor Jaime convida as pessoas para irem nos cultos da igreja.

Enfim, vemos que a estrutura e a ordem dos quadros obedece a uma lógica argumentativa. Mergulha-se no mundo dos fiéis, em seus problemas e dúvidas, e mostra-se que mudanças ocorrem na vida daqueles que se convertem. Tudo isso respaldado pela autoridade divina que teria sido concedida ao missionário RR Soares.

Este artigo se preocupou, quase que exclusivamente, com a estrutura do programa e apresentou algumas questões discursivas e argumentativas. Em trabalhos futuros pretendemos analisar, partindo desse mesmo referencial teórico, as falas de RR Soares durante os dois programas e também como se apresenta a relação discurso/ imagem e discurso/ corpo nos programas.

Referências Bibliográficas

ARISTÓTELES. **Arte Retórica e Arte Poética**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

BAND, Programação. www.band.com.br/programacao. Acesso: 03/04/2010.

CAMPOS, Leonildo Silveira. Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de Acertos e Desacertos. **Rever (Revista de Estudos da Religião)**. São Paulo, ano 8, set. 2008. Disponível em: www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_campos.htm#footnote1nota. Acesso: 03/04/2010

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Foucault e a análise do discurso em educação. **Cadernos de Pesquisa**. São Paulo, n. 114, p. 197-223, nov. 2001

MARIANO, Ricardo. **NeoPentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1999.



OLIVEIRA, Ana Cláudia Delfini Capistrano de. **Além da Razão ou Razão do Além?** Reflexões sociológicas sobre o sagrado. Itajaí (SC): Universidade do Vale do Itajaí (Univale), 2007.

OSAKABE, Haqira. **Argumentação e discurso político.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ORLANDI, Eni P. **A linguagem e seu Funcionamento:** As formas do discurso. 4ª edição. Campinas (SP): Pontes, 1996.

_____. **Análise de Discurso.** Princípios e Procedimentos. Campinas: Pontes, 2005

_____. **Interpretação:** autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Campinas: Pontes, 2007

PERELMAN, Chaïm e OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado de Argumentação:**A Nova Retórica. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SHOW DA FÉ. Programas dos dias 11 e 12 de junho de 2009.

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo.** São Paulo: Martin Claret, 2007.