

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

CRISTIANE RAQUEL FERREIRA CÂNDIDO

**VOCÊ É PARTE DESTA OBRA: O DINHEIRO COMO LAÇO SOCIAL NA IGREJA
MUNDIAL DO PODER DE DEUS**

VIÇOSA- MINAS GERAIS

2014

CRISTIANE RAQUEL FERREIRA CÂNDIDO

**VOCÊ É PARTE DESTA OBRA: O DINHEIRO COMO LAÇO SOCIAL NA IGREJA
MUNDIAL DO PODER DE DEUS**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Hideide Brito Torres

Viçosa-MG
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV
2014



Universidade Federal de Viçosa
Departamento de Comunicação Social
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo

Monografia intitulada *Você é parte desta obra: o dinheiro como laço social na Igreja Mundial do Poder de Deus*, de autoria da estudante Cristiane Raquel Ferreira Cândido, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Me. Hideide Aparecida Gomes de Brito Torres-Orientadora
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Prof. Me. Henrique Moreira Mazetti
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Prof. Dr. Ernane Correia Rabelo
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Viçosa, 12 de Fevereiro de 2014

Dedico este trabalho aquele que é digno de toda honra e toda glória, pois sei que sem Ele nada disso seria possível.

*Dentro de mim existe uma luz
Que me mostra por onde deverei andar
Dentro de mim também mora Jesus
Que me ensina buscar o seu jeito de amar.*
(Padre Zezinho)

Agradeço a Deus e a Nossa Senhora pela proteção.

Agradeço aos meus queridos e amados pais, Maria da Luz Ferreira Cândido e Geraldo Edésio Cândido que com todo amor, dedicação e esforço me ajudaram a conquistar mais um sonho. Saibam que suas atitudes, incentivos, carinho e todos os ensinamentos me ajudaram a superar limites e vencer meus medos. Nunca vou esquecer o quanto lutaram para que eu chegasse aqui. Mamãe, papai só posso dizer que amo muito vocês.

Agradeço aos meus irmãos Daluzinha, Renato e Camila pela amizade e incentivo. Saibam que também são autores desse sonho.

Agradeço ao meu amor Willian que sempre esteve ao meu lado me dando força, incentivo, carinho, amor. Obrigado pelo companheirismo, paciência e por nunca ter me deixado desistir.

Agradeço a minha orientadora Hideide, pela paciência e por ter confiado em mim. Obrigada pelas conversas, correções e pela educação com a qual sempre me recebeu.

Agradeço aos meus professores do Jardim, do pré-escolar Pituchinha, da Escola Estadual Major Lermínio Pimenta, do Instituto Presbiteriano Gammon-Guanhães, da Escola Agrotécnica Federal de São João Evangelista, da Universidade Federal de Ouro Preto e da Universidade Federal de Viçosa. Obrigada pelo aprendizado.

Agradeço as amigas da graduação, em especial a Mayara da UFOP e Janaina e Luciana da UFV que sempre estiveram ao meu lado. Obrigada pela amizade sincera.

Agradeço a todos meus familiares, tios, primos e avós pelo apoio, alegria e por tornarem os momentos melhores e mais divertidos quando estamos juntos. Em especial minha avó Levina que sempre foi meu exemplo de força e humildade.

Agradeço a todos os amigos das repúblicas. Começando pelas primas Sheyla e Shirlyne que me receberam de braços abertos em Viçosa. A república Irmandade de Mariana (MG) de onde trago lindas recordações, e demais companheiras de casa com quem dividi os mais variados momentos, em especial minha amiga Mariana.

Agradeço aos amigos da EAF-SJE. Em especial Gaiga, Amandinha, Emília e Paula que mesmo de longe continuaram participaram da minha vida. Obrigada por existirem.

Agradeço a todos os amigos de Nelson de Sena, ao grupo do Cenáculo de Maria ao Coral da Igreja de São Sebastião por buscarem os caminhos de Deus junto comigo e pelos diversos momentos de alegria.

Agradeço a todos que me ajudaram durante a graduação. A família Vieira da Silva e família Trem Bão, obrigada por me acolherem tão bem. Aos amigos do Cine-Eco, da rádio Líder e Montanhesa, obrigada pelo companheirismo e aprendizado.

Enfim, agradeço a todos os profissionais e amigos da UFV que me ajudaram durante a graduação compartilhando sabedoria e tornando tudo mais simples.

RESUMO:

Este trabalho tem por objetivo contribuir para a compreensão da relação entre o discurso religioso da Igreja Mundial do Poder de Deus e o dinheiro por meio da análise de discurso. Objetiva-se ainda apresentar a história dos movimentos evangélicos, a influência do capitalismo e dos meios de comunicação nas novas religiões, especialmente as neopentecostais, assim com a utilização midiática feita por elas. Foi dada atenção especial ao discurso do apóstolo Valdemiro Santiago, do bispo Roberto Santana e dos testemunhos de fiéis com o intuito de pontuar os principais traços discursivos presentes no programa *O poder sobrenatural da fé*. Através da análise foram observados diversos traços do discurso religioso. Concluiu-se ser a teologia da cura, os discursos dos líderes e os depoimentos dos fiéis os responsáveis pelo crescimento da Igreja Mundial do Poder de Deus e por levar o fiel à doação de valores.

PALAVRAS-CHAVE: Religião. Análise de discurso. Mídia. Neopentecostalismo.

ABSTRACT:

This work aims to contribute to understanding the relationship between the religious speech of the “Igreja Mundial do Poder de Deus” and money, through speech analysis. Another goal is to present the history of Gospel movements, the influence of capitalism and the media in the new religions, especially the neo-Pentecostals, as well as their strategies for media usage. Special attention was given to the speech of the apostle Santiago Valdemiro, Bishop Roberto Santana and the testimonies of the followers in order to identify the main discursive features present in the TV show called “O poder sobrenatural da fé”. Through analysis several features of religious discourse were observed. It was concluded that the theology of cure, the speeches of the leaders, and the testimonies of the followers are the main contributing factors for the growth of the “Igreja Mundial do Poder de Deus” and lead the followers to donate values.

KEY-WORDS: Religion. Speech analysis. Media. Neo-pentecostals.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO 1- MÍDIA E RELIGIÃO	10
1. Os movimentos evangélicos.....	10
1.1 Igreja Mundial do Poder de Deus.....	12
1.2 Igreja Midiática e Mercado Religioso	16
1.3 A TV e o processo de evangelização.....	18
CAPÍTULO 2- METODOLOGIA	22
2. Análise de discurso	22
2.1 As condições para a produção e interdiscurso.....	22
2.2 Discurso, memória e esquecimento.....	25
2.3 Paráfrase, polissemia e formações discursivas.....	29
2.4 Formas de discurso.....	30
CAPÍTULO 3 - ANÁLISE	33
3.1 O programa.....	33
3.2 Relações dos representantes com a voz de Deus, lugares de fala	35
3.3 Imperativo e paráfrases nas campanhas de oferta	38
3.4 O testemunho como recurso retórico de convencimento	41
3.5 A inversão de papéis e as trocas simbólicas.....	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50

INTRODUÇÃO

Há um bom tempo venho observando as transformações nas religiões frente à sociedade constituída pela mídia. É fato que cada uma das novas religiões vem conquistando seu espaço midiático, principalmente no meio televisivo. Mas o que sempre me instigou foi o forte crescimento dessas igrejas, tanto no número de fiéis quanto na questão financeira. Como explicar o fenômeno da Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD) que em apenas 15 anos de criação conta com 4,5 milhões de fiéis? Sem falar na quantidade de templos: estima-se que sejam quatro mil espalhados pelo mundo.

A IMPD chamou bastante atenção da mídia depois da reportagem especial exibida pelo Domingo Espetacular em 2012 que acusava seu líder de lavagem de dinheiro.¹ Esse fato despertou ainda mais o desejo de estudar este fenômeno, principalmente atentando para a questão do envolvimento financeiro do fiel para com a igreja. Sendo assim, este trabalho se propõe a investigar a relação entre o discurso religioso da IMPD e o dinheiro por meio da análise de discurso. A atenção especial será dada ao discurso do apóstolo Valdemiro Santiago, do bispo Roberto Santana e dos testemunhos de fiéis para assim buscar pontuar os principais traços discursivos presentes no programa “O poder sobrenatural da fé”.

É possível notar que muitos estudiosos vêm dedicando suas pesquisas para falar do avanço neopentecostal no Brasil. É fato que o país continua sendo a maior nação católica do mundo, no entanto, na última década esta religião perdeu cerca de 1,7 milhão de fiéis, o que representa 12,2%² em relação ao que tinha antes. Segundo o Censo de 2010 nesses últimos quarenta anos os evangélicos passaram de 5,2% da população para 22,2%.

A partir da década de 1970, houve uma pluralização de igrejas evangélicas no Brasil. Em 1970, existiam 91,8% de brasileiros católicos, em 2010 essa fatia diminuiu para 64,6%.³ Neste momento, começam a surgir novas denominações conhecidas como igrejas neopentecostais. Estas apresentam uma estrutura organizacional com fortes características empresariais, levando-se em consideração o marketing, a projeção de crescimento e a forma de gerenciamento.

¹Reportagem do Domingo espetacular. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=HAfjFdxYOG0&hd=1>

²Dados do IBGE, Censo de 2010.

³Mais informações na reportagem de Reinaldo Azevedo. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/o-ibge-e-a-religiao-%E2%80%93-cristaos-sao-868-do-brasil-catolicos-caem-para-646-evangelicos-ja-sao-222/>.

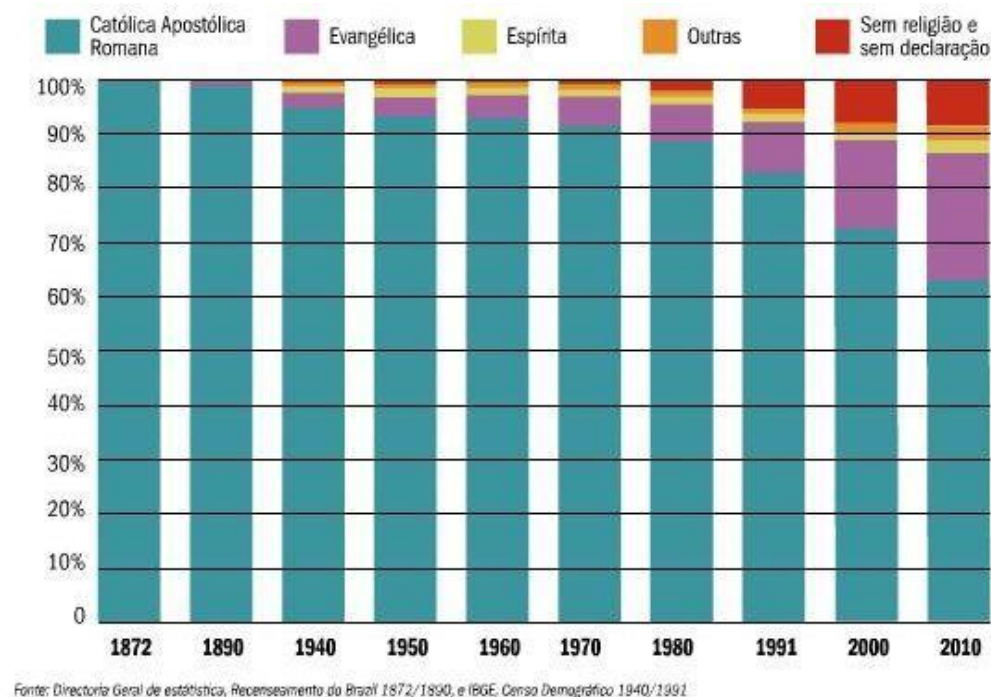


Gráfico 1: Religião no Brasil- Censo 2010.

As neopentecostais surgiram através do movimento pentecostal que teve início com a reforma protestante na Europa no século XVI. O movimento chegou ao Brasil na década de 1910 e, segundo Mariano (1999, p. 28), sua implantação pode ser dividida em três ondas, que serão explicadas no capítulo 1. A neopentecostal é a terceira delas e não possui hegemonia como as outras, no entanto, é identificada pelo forte embasamento na teologia da prosperidade.

Um grande exemplo desta linhagem é a IMPD, que foi fundada pelo Apóstolo Valdemiro Santiago, um ex-bispo da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), na cidade de Sorocaba no ano de 1998. Segundo o Censo de 2010, a igreja, que antes nem mesmo aparecia nos dados, foi a única que destacou no número de declarantes, com 315 mil. Das neopentecostais mais conhecidas, ela só perde para a antiga Igreja de Valdemiro, a IURD, do pastor Edir Macedo que segundo a comparação feita pelo IBGE entre o Censo de 2000 e o de 2010 perdeu 229 mil adeptos, passando de 2,102 milhões para 1,873 milhão. Acredita-se que grande parte dessa perda se deve à criação da IMPD, que declara possuir, em apenas 15 anos de criação, aproximadamente 4,5 milhões de fiéis e quatro mil templos espalhados pelo Brasil e até no exterior.⁴

⁴ Igreja Universal perde quase 230 mil fiéis em dez anos. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/vidae.igreja-universal-perde-quase-230-mil-fieis-em-dez-anos,893365,0.htm>>. Acesso em: 5 de julho de 2013.

A dimensão que a IMPD alcançou diante da sociedade em pouco tempo pode estar relacionado com seu intenso investimento nos meios de comunicação. Principalmente a partir do rádio e da TV, a IMPD conseguiu alcançar lugares que nem sequer tinha ouvido falar daquela religião. Por meio dos programas de televisão, os pastores convidam os telespectadores a participar de concentrações em diversos estados e reuniões com temas variados nas suas igrejas. Gomes (2006, p.13) afirma que “a tele-evangelização, muitas vezes, significa o primeiro momento da adesão de um futuro fiel. Por isso, é muito valorizada como um dos mais importantes recursos de comunicação da igreja”.

Além dos novos seguidores citados por Gomes é importante ressaltar que é também no meio televisivo que as campanhas de oferta para a igreja conseguem alcançar um grande número de adeptos. Com o discurso fortemente apoiado na teologia da prosperidade, nas curas divinas e milagres, a IMPD investe milhões de reais para manter seus programas nos meios de comunicação, principalmente na TV. Eles possuíam horários em diversas emissoras, mas por atraso no pagamento e fim dos contratos em Janeiro de 2014 estão apenas no canal da própria igreja e online no site da IMPD. Assim, reforçaram ainda mais seus pedidos de oferta para manter a programação na TV e tentar conseguir horários em outras emissoras.

Esse modelo de adesão aos meios de comunicação está relacionado ao capitalismo cristão, ou seja, eles divulgam produtos totalmente direcionados aos “consumidores religiosos”. Esses são definidos por Rocha (2006, p.41) como aqueles que fazem parte de um mundo totalmente regido pelo capitalismo. Encontram-se inseguros e perplexos com a cultura de consumo, recorrendo a Deus como se estivesse adquirindo uma mercadoria qualquer e dispostos a pagar por isso.

No intuito de desenvolver um estudo sobre a IMPD este trabalho foi dividido em três capítulos. O primeiro busca reconstituir o contexto onde ela está inserida abordando as fragmentações do movimento evangélico, a história da Mundial e as influências da mídia e do capitalismo no processo de evangelização.

No segundo é apresentada a metodologia da análise do discurso de acordo com a pesquisadora Eni Orlandi e as categorias que servirão de base para a análise. Por fim, o terceiro concentra-se na análise do programa “O poder sobrenatural da fé” buscando evidenciar os principais traços do discurso religioso da IMPD dando uma atenção especial no que se refere ao trato com o dinheiro e as estratégias para levar o fiel à doação de valores.

CAPÍTULO 1- MÍDIA E RELIGIÃO

1. Os movimentos evangélicos

Nas últimas décadas, a religiosidade brasileira vem passando por algumas transformações. Apesar de o catolicismo ainda ser predominante no Brasil, dados do Censo apontam que o número dos que se declaram católicos vem diminuindo consideravelmente enquanto evangélicos e ateus aumentam. Em 10 anos, a porcentagem de fiéis evangélicos passou de 15,4% da população brasileira para 22,2%, o que representa 42,3 milhões de brasileiros⁵. Foi notado que os movimentos evangélicos, que agregam protestantes, pentecostais e neopentecostais vêm se destacando no cenário nacional. Mas, para compreender melhor os termos usados para segmentar as correntes evangélicas é preciso conhecer suas origens.

O termo protestante surgiu ainda no século XVI com a Reforma Protestante na Europa, que tinha o teólogo cristão Martinho Lutero entre seus principais líderes, ao lado de Calvino e Zwinglio. Lutero elaborou 95 teses que criticavam práticas e doutrinas da Igreja Católica e isso ocasionou sua excomunhão, gerando rompimento com o Vaticano. A partir da reforma, surgiram correntes como a Igreja Luterana, a Igreja Reformada Suíça e a Igreja Reformada, base do presbiterianismo. Cabe ressaltar a variedade dos movimentos reformistas, alguns anteriores a Lutero e os demais reformadores, que inclui grupos distintos como os cristãos boêmios, os valdenses, ortodoxos e batistas, além dos que surgiram por outros vieses históricos, como as igrejas Anglicana e Metodista⁶.

Após o protestantismo histórico, surgiu no início do século XX, nos Estados Unidos, o movimento pentecostal. Esta corrente surgiu pela insatisfação de alguns fiéis metodistas, puritanos e pietistas com a falta de emoções e fervor em suas igrejas. O movimento ganhou força e logo se difundiu por diversas regiões, principalmente na América Latina.⁷ O Brasil foi e é um caso de destaque neste crescimento, principalmente a partir da década de 1980. De acordo com o Censo de 2000, dos 26,2 milhões de evangélicos brasileiros, 17,7 milhões são pentecostais (67%).

⁵ Dados do Censo Demográfico de 2010.

⁶ Veja mais em: <https://www.metodista.br/fateo/noticias/uma-aula-sobre-reforma-protestante-com-o-professor-duncan-reily>

⁷ Ver mais em: MATOS, Alderi Souza de. O movimento pentecostal: reflexões a propósito do seu primeiro centenário. Disponível em: <http://www.mackenzie.br/6982.html>.

O termo pentecostal deriva do grego Pentecostes que significa a festa judaica, também conhecida como “Festa das Semanas”, celebrada cinquenta dias depois da Páscoa. Neste evento é comemorada a descida do Espírito Santo sobre os seguidores de Jesus Cristo. Dentro do movimento pentecostal, acredita-se que assim como descrito na Bíblia em Atos dos Apóstolos 2, os que recebem os dons do Espírito Santo falam em diversas línguas, ou seja, acontecem manifestações sobrenaturais.

No Brasil, o movimento pentecostal chegou, na década de 1910, ao Norte do país. O sociólogo Paul Freston (1994) citado por Mariano (1999, p.28) fala que a implantação do pentecostalismo no país é dividida em “três ondas” ou fases. A primeira ainda em 1910, quando surgiu a Congregação Cristã no Brasil e em 1911 a Assembleia de Deus. Durante quarenta anos essas duas igrejas dominaram o cenário pentecostal. Segundo Moraes (2007) as pessoas que participavam destas igrejas eram em sua maioria pobres e possuíam pouca escolaridade. “Pode-se dizer que a marca registrada que caracterizou este movimento foi a ênfase no dom de línguas, o anticatolicismo, a crença na volta iminente de Jesus e um ascetismo de rejeição ao mundo exterior”. (MORAES, 2007, p.297). Foi então que apareceu na década de 1950 e 1960 a segunda onda.

Na segunda fase surgiram igrejas que difundiam a cura divina, mas continuavam pertencendo ao pentecostalismo clássico. Entre as principais está a Igreja do Evangelho Quadrangular em 1951, que o sociólogo acredita ter sido o estopim dessa onda por estar ligada aos meios de comunicação de massa. Em 1955, surgiu a Igreja Evangélica Pentecostal O Brasil para Cristo, e em 1962, a Igreja Pentecostal Deus é Amor. As duas últimas foram criadas integralmente no Brasil, o que mostra que o pentecostalismo começava a se nacionalizar no país. Moraes (2007) ressalta que esta onda sofreu críticas de curandeirismo e charlatanismo e que sua difusão se deu por meio do rádio e das campanhas evangelísticas em teatros, praças, ginásios, cinema.

Foi então no final da década de 1970 que a terceira onda apareceu. Moraes (2007) acredita que a ênfase na cura divina da segunda onda foi o responsável pela ruptura com o pentecostalismo clássico e o aparecimento deste novo movimento. No entanto veio a ganhar força nos anos 80. Segundo dados do Censo Demográfico do IBGE em 1980 o número de declarantes pentecostais no país era de 3,9 milhões, 11 anos depois esse número passou para 8,8 milhões. Essa fase está relacionada às igrejas embasadas na teologia da prosperidade e no exorcismo. São conhecidas como neopentecostais.

A pioneira foi a Igreja de Nova Vida que surgiu pelo seu forte investimento na mídia radiofônica da Cruzada de Nova Vida do Bispo Robert que, por alcançar um público muito

grande, começou a realizar cultos em um auditório e posteriormente criou, em 1964, a primeira Igreja de Nova Vida. Logo depois ela começou a investir em livros, revistas e na televisão. Criou também uma escola ministerial, onde foram preparados diversos bispos, entre eles Edir Macedo e Romildo R. Soares, hoje bastante conhecidos na mídia.⁸

No entanto, uma grande representante, conhecida por muitos como o símbolo de igreja neopentecostal é a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) fundada pelo Bispo Edir Macedo no Rio de Janeiro em 1977. A igreja sempre investiu nos meios de comunicação e é dona da TV Record. Hoje é a maior neopentecostal do Brasil, possui diversos templos espalhados por mais de noventa países e tem como foco os milagres de cura e a teologia da prosperidade.

Essa teologia é de origem norte-americana onde é conhecida como *Health and Wealth Gospel* que quer dizer Evangelho da Saúde e Opulência. Esta teologia ensina “a prática da afirmação positiva, por meio da qual, depois da oração de fé e da oferta de sacrifício (não segundo as posses, mas muito além delas), o crente recebe saúde e prosperidade material nunca vista antes.” (CÉSAR, 2000, p.150). A teologia prega então que o cristão deve ser próspero e saudável em todas as áreas de sua vida. Além de bispo, Edir é graduado em Contabilidade e Administração e é um grande empresário. Possui emissoras de rádio, TV, jornais, gráficas e um time de futebol.

Outros exemplos de neopentecostais são as igrejas Sara Nossa Terra, Renascer em Cristo, Internacional da Graça de Deus e a Mundial do Poder de Deus. Características marcantes destas igrejas são investimentos na mídia, ênfase na cura divina e busca da conquista de fieis por meio de suas lideranças carismáticas. Moraes (2007) aponta algumas marcas consideradas principais nas igrejas neopentecostais,

Supervalorizam os rituais de exorcismo com forte ênfase de combate aos cultos afro-brasileiros, usam objetos como mediação do sagrado (rosas, sal grosso, óleo de unção, etc) e têm na guerra espiritual contra o diabo e seus asseclas uma marca registrada, além da valorização da experiência individual e emocional, podendo ser qualificadas como “comunidades emocionais. (MORAES, 2007,p.297)

1.1 Igreja Mundial do Poder de Deus

⁸ Dados retirados do site: <http://www.novavida.org.br/>.

Dentro dessa onda está um grande fenômeno da atualidade, a Igreja Mundial do Poder de Deus, fundada em 1998 por Valdemiro Santiago, juntamente com sua esposa, bispa Franciléia de Oliveira, e um pequeno grupo de membros na cidade de Sorocaba, São Paulo. Valdemiro era bispo da Igreja Universal do Reino de Deus e depois de 18 anos decidiu sair. Em 2006 foi consagrado a apóstolo pelo bispo Josivaldo Batista e pelos membros do conselho de bispos da IMPD.

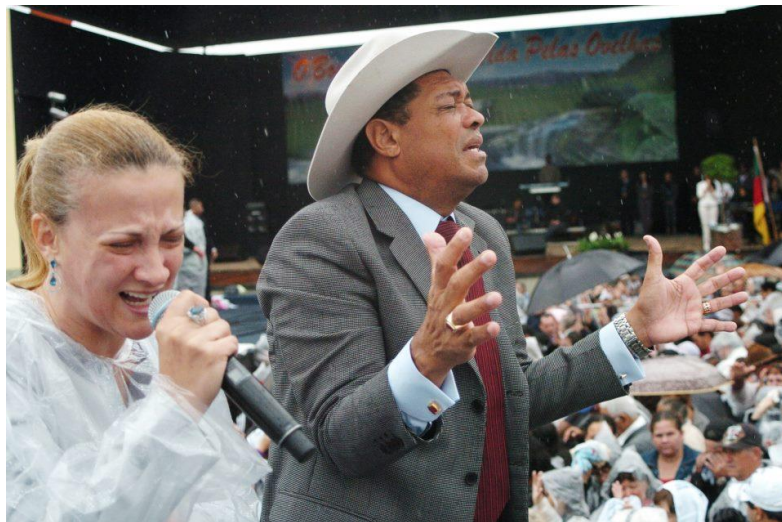


Imagem 1: bispa Franciléia e apóstolo Valdemiro

Fonte: <https://www.facebook.com/bispafrancileia>

No início quase não contava com divulgação, hoje, a IMPD está nas rádios, televisão, internet, jornais e revistas e possui cerca de 4000 igrejas espalhadas pelo país e exterior. A sede atual também conhecida como “Grande Templo dos Milagres”, fica na cidade de São Paulo, têm 43 mil metros quadrados e é responsável pela direção das demais.⁹

O líder da Mundial nasceu em 1963, é negro, estudou apenas até a segunda série e possui sotaque caipira. Mineiro, natural de Cisneiros, distrito de Palma, a 400 quilômetros de Belo Horizonte, Valdemiro perdeu a mãe quando ainda era adolescente, trabalhou por muito tempo na roça, fugiu de casa, chegou a passar fome e já foi viciado em drogas. No entanto, a vida simples e sem luxo já não é uma realidade do apóstolo. Valdemiro possui carros importados e blindados, mansões de luxo e esteve envolvido em um escândalo onde foi acusado de comprar fazendas no valor de 50 milhões de reais com dinheiro da igreja.¹⁰

⁹Informações disponíveis na página da IMPD: <http://www.impd.org.br/portal/index.php?link=institucional>

¹⁰ Mais informações no site: http://pt.wikipedia.org/wiki/Valdemiro_Santiago

Em 2013, por atraso no pagamento dos horários que a igreja ocupava no Canal 21 e na Band, o grupo Bandeirantes que alugava essas grades de programação decidiu encerrar o contrato. O líder lançou uma campanha pedindo seus fiéis a ajudá-lo a arrecadar 21 milhões de reais para pagar o aluguel de horários na mídia de 13 milhões e um que já estava atrasado de 8 milhões. No entanto, acabou perdendo a parceria e cortou horários nesses canais¹¹.

Uma característica notada no apóstolo é a lembrança de sua infância. Camuçatto (2013, p.8-9) afirma que “claramente a narrativa de sua infância é uma busca de identificação com os empobrecidos, mas também é um trabalho de construção e manutenção usado por muitas celebridades midiáticas.” Em poucos minutos assistindo seus programas é possível ouvir frases com “Valdemiro é um comedor de angú” ou “Lá na roça a gente fazia isso” o que mostra a vontade do personagem de se identificar com a simplicidade.

Outro fato que aproxima o apóstolo do mito do herói foi o naufrágio narrado no seu testemunho *O grande livramento*¹². Nele Valdemiro conta a história do dia que saiu para pescar em alto mar na costa de Moçambique com mais alguns amigos e quando o barco estava a 20 quilômetros da praia começou a naufragar. Havia três coletes que foram entregues aos seus colegas e ele começou a nadar em busca de ajuda. Ele afirma ter nadado oito horas contra forte correnteza e ondas gigantes, além de ter enfrentado tubarões. Na travessia um pedaço de sua perna foi arrancado e seus olhos foram queimados por águas-vivas gigantes. Quando finalmente chegou à praia dormiu na areia e acordou nos braços de dois africanos seminus. Por fim, diz ter tido a clareza de que os anjos do Senhor haviam lhe dado o livramento¹³.

Levando-se em conta fenômenos semelhantes, muitos dos quais explicados pelos mitos e estereótipos dos heróis, é possível considerar que essas características de humildade e sofrimento do célebre apóstolo Valdemiro, quando ainda não era da Igreja, e suas histórias de superação o deixam ainda mais próximo daqueles que frequentam sua Igreja em busca de soluções para as carências espirituais e materiais. Ou seja, ele saiu da roça, passou por diversos enfrentamentos e hoje é um apóstolo, isso serve de exemplo para aqueles que também desejam crescer.

Como lembrado por Camuçatto (2013, p.10) o caso do naufrágio está totalmente ligado a ideia de associar Valdemiro a um messias: “é importante lembrar que esse relato, dá

¹¹ Mais informações na matéria “A espera de um milagre”- revista Istoé. Disponível em: www.istoe.com.br/reportagens/331588

¹² Testemunho completo disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=f-csYvUDK2E&hd=1>

¹³ Dados retirados do PortalPadom. Disponível em: <http://padom.com.br/revista-epoca-faz-uma-materia-sobre-o-apostolo-valdemiro-santiago/>

ao apóstolo o caráter messiânico, de alguém ‘especial’, uma pessoa movida pela ação de forças misteriosas”.

É fato que a divulgação de milagres e curas é bastante recorrente na IMPD, os depoimentos de curas estão presentes nos programas, no site, jornais e no próprio slogan da igreja que diz “A mão de Deus está aqui”. Segundo a reportagem de Rodrigo Cardoso e João Loes na ISTOÉ¹⁴ “é a mística de milagreiro de Santiago a chave de seu sucesso e a responsável pelo fenômeno da multiplicação de fiéis à sua volta. E a televisão amplifica em doses continentais esse poder de comunicação inato do líder evangélico”. Bitun (2009) acredita que esse foco presente na Igreja Mundial a deixa mais próxima da segunda onda de pentecostalismo e a diferencia das neopentecostais atuais apesar de continuar presente também na terceira onda. Ele afirma que a igreja soube muito bem aproveitar as teologias das duas ondas usando o que melhor oferecem para se firmar no espaço religioso.

Da teologia da cura divina resgatou o imaginário primeiro do pentecostalismo, colocando a cura divina como sua principal produção e oferta de bem religioso. Da teologia da saúde e prosperidade, aprendeu as técnicas mercadológicas e organizacionais. Estas duas teologias, manipuladas pelo carismático Apóstolo Waldemiro, configuram a remasterização de um sucesso do passado com as melhores técnicas do mundo moderno. (BITUN, 2009, p.77-78)

Fazendo uso do que há de melhor nas teologias, a IMPD tem atraído um grande número de fiéis. Até então a neopentecostal com maior número de fiéis é a Igreja Universal do Reino de Deus que em 2010 contava com 1.873 milhões de fiéis, 10% a menos que no Censo de 2000. Acredita-se que essa queda pode estar ligada a ascensão da Mundial.¹⁵

No entanto, a religião evangélica que mais atraiu novos seguidores até 2010 foi a Assembleia de Deus. Como a Mundial não constava no Censo de 2000 e outras religiões surgiram neste período, não se pode afirmar que a queda da IURD está totalmente ligada à criação da IMPD, o que existe são hipóteses. Uma reportagem de Morris Kachani da Folha de São Paulo estima que 30% dos seguidores da Mundial são ex-membros da Universal, além de pastores que foram atraídos com a expectativa de conseguir melhor remuneração¹⁶.

¹⁴ Edição: 2151, 28 de Janeiro de 2011.

¹⁵ Igreja Universal perde quase 230 mil fiéis em dez anos. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,igreja-universal-perde-quase-230-mil-fieis-em-dez-anos,893365,0.htm>

¹⁶ Reportagem completa disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/1076218-universal-perde-fieis-para-rival-milagreira.shtml>

1.2 Igreja Midiática e Mercado Religioso

O uso dos meios de comunicação de massa, em especial a televisão, por parte das igrejas está se tornando bastante comum no Brasil. No meio religioso, a comunicação sempre teve seu lugar de destaque. Desde a comunicação oral dos patriarcas, os escritos em pedras, a ordem de Jesus para que seus seguidores pregassem o evangelho, até a Bíblia, são exemplos de que fé e comunicação sempre andaram juntas.

É notado que a comunicação pessoal presente nas igrejas vem sendo substituída pela comunicação de massa. Balestero (2007) refere a este fato lembrando-se da realidade atual na qual se tornou comum ver as velhas catedrais sendo substituídas por antenas e televisões.

Essas novas igrejas são descendentes das *igrejas eletrônicas* que tiveram sua origem nos Estados Unidos, nos anos 1970 com os evangelistas que veiculavam seus programas nos meios de comunicação. Hugo Assmann, em seu livro, *A Igreja Eletrônica e seu Impacto na América Latina*, cita alguns pastores que foram ícones na época como Oral Roberts, Rex Humbard, Jimmy Swaggart, Jerry Falwell, Pat Robertson, Jim Bakker, Robert Schuller, Paul Crouch e Robert Tilton.

Gomes (2006) explica que essas igrejas fazem parte de um modelo baseado “na adesão aos meios de comunicação como espaços estratégicos para conquistarem fiéis e dar maior visibilidade aos produtos especificamente direcionados aos consumidores religiosos” (GOMES, 2006, p.43). Sodré (2005) confirma o fato,

Nos Estados Unidos, desde o final dos anos 70, como introito à era neoconservadora que resultaria no economicismo de Ronald Reagan (a chamada reaganomic) floresceu uma espécie de “capitalismo cristão”, coadjuvado pelo televangelismo eletrônico. Debruçada sobre a derrocada de valores tradicionais... e centrada no messianismo do espetáculo místico, a “igreja eletrônica” ou ainda a “igreja comercial”, passou a constituir verdadeiros impérios televisivos. Nesse contexto, tudo se vende e se compra – da fé à redenção. (SODRÉ, 2005, p.2)

Como dito, não apenas produtos culturais são publicados no capitalismo cristão, mas também salvação espiritual invocada pelos líderes religiosos. Para isso, Balestero (2007) lembra a presença dos líderes midiáticos, ou seja os apresentadores dos programas (pastores, bispos) que acabam se tornando ícones de certas denominações e sendo até mesmo idolatrados. Ele ressalta a forte exploração da imagem desses líderes e lembra que o prestígio criado faz com que sejam vistos como os portadores da verdade. “São criadas em sua relação

uma “áurea de idolatria”, já que essas pessoas passam a se tornar de certo modo, mitos, numa posição semelhante a de atores e atrizes.” (BALESTERO, 2007, p.225).

Essas mudanças percebidas nas igrejas estão muitas vezes ligadas ao capitalismo. Rocha (2006) defende que a religião precisou adaptar e se diversificar frente ao mundo contemporâneo e, por isso, muitos dos líderes das novas igrejas têm a fé como mercadoria.

Na sociedade global, a religião depende das leis de mercado, tenta se adaptar aos novos tempos e, por isso, lança mão dos vários recursos que se colocam à disposição da difusão de produtos e ideias que fazem parte da globalização. As igrejas que têm se expandido nos últimos tempos utilizam fórmulas que são filhas da economia e não da teologia (ROCHA, 2006, p.39-40).

As pessoas estão buscando a fé como se busca uma mercadoria e por isso os líderes religiosos estão cada vez mais preparados para oferecê-la como tal. O trânsito religioso é uma realidade atual e para definir esse vai e vem, onde as pessoas buscam o que mais interessa, avaliam os benefícios de cada denominação religiosa e não são obrigadas a consumir o que acham desvantajoso, eles foram comparados por Pierucci (1997) com consumidores em um supermercado. “O consumidor religioso escolhe uma e até mais de uma experiência mística, ou solução espiritual, ou serviço religioso dentre uma grande variedade de propostas provocantemente expostas no 'supermercado espiritual'” (PIERUCCI, 1997, p. 112) citado por (REFKALEFSK; PATRIOTA; ROCHA, 2006, p.6).

Patriota (2007) defende que para atender estes consumidores existe hoje uma concorrência muito grande no mercado religioso que criou um ambiente propício, e ao mesmo tempo, necessário para o aparecimento das técnicas de marketing. Acredita-se, assim, que para atender à demanda deste mercado tornou-se preciso conhecer essas técnicas que servem tanto para conquistar quanto para manter os fiéis, além de diversificar e ampliar os produtos e serviços religiosos.

Silva (2009) acredita que o capitalismo é responsável pela transformação da nossa cultura. Afirma que hoje vivemos em um cenário onde “tudo pode ser comercializado e os valores reais vão ficando em segundo plano” (SILVA, 2009, p.49). Para ele, muitas vezes o indivíduo opta por atender a suas necessidades pessoais e deixa o que é sagrado “para depois”. Ou seja, está se buscando apenas o que é mais agradável e acessível, o que, segundo o autor, “expressa-se na superficialidade das crenças, na priorização dos laços entre religião e entretenimento, na ideia de que a religião organiza o tempo livre, etc.” (SILVA, 2009, p.49). É neste sentido que o discurso de líderes, de diversas religiões, foca.

Eles oferecem o que o indivíduo carente e frágil busca. Um mundo idealizado e respostas para problemas que não vêm mais de forma massificada, mas individualizada. Uma espécie de discurso de autoajuda para os necessitados. Resolvendo então os problemas pessoais, o líder faz com que o fiel se aproxime ainda mais da Igreja e ofereça uma recompensa financeira para a graça alcançada. “Para conseguir a adesão de “fiéis-clientes”, a religião tem agora que usar a lógica econômica, pois o pluralismo é uma situação de mercado” (GOMES, 2006, p.41). Rocha (2006) vai nomeá-los de “consumidores religiosos”.

Por conta da combinação dessa insegurança, dessa perplexidade, com a cultura de consumo do mundo globalizado, hoje muitas pessoas recorrem a Deus como se estivessem adquirindo uma mercadoria qualquer, valendo-se do que o sagrado pode oferecer, pagando por isso. É o que se tem chamado de consumidores religiosos. (ROCHA, 2006, p.41).

Diante dessa definição e principalmente do sistema capitalista contaminado pela ideologia do consumo, acaba surgindo o indivíduo que acredita que “tudo pode ser alcançado ‘aqui e agora’, esquecendo-se do processo esforço x resultado, no qual a obtenção do resultado esperado depende do esforço despendido para aquele fim.” (SILVA, 2009, p.21).

1.3 A TV e o processo de evangelização

A televisão é o meio de comunicação de massa de maior alcance nacional. Por apresentar som e imagem em movimento e proporcionar maior interação com o público, ela tem tomado conta dos lares brasileiros. Estima-se que a TV está presente em mais de 90% deles. Ela alimenta o imaginário, relata notícias, conta histórias, cria mitos. E acima de tudo proporciona uma imaginada participação coletiva, onde os espectadores podem receber a mesma mensagem que muitas vezes não é percebida como um recorte, mas, como a pura realidade.

A TV induz o telespectador numa crença mágica na "sua" objetividade. A imagem garante que nos faz ver a realidade. Ela não se define pelo conteúdo, mas pela eficácia ritual, espetacular da própria imagem. A TV é, acima de tudo, tátil. É a prolongação do sentido do tato, que é uma ponte direta para a emocionalidade. (ASSMANN, 1996, p.174) citado por (THOMÉ, 2011, p.7).

Bourdieu citado por Thomé (2011) ressalta esse poder da TV e fala da importância do olhar crítico dos fiéis. Ele lembra que os fiéis não devem vê-la como um instrumento

diabólico, mas sempre lembrar que ela é uma reprodutora de ideologia e valores, portanto exige reflexão, assim como os outros meios de comunicação de massa. “A nova religião é a própria TV, e é fundamental fomentar nos cristãos a necessária consciência crítica para conviver com a TV e usá-la positivamente” BOURDIEU (1997, p.72).

Diante das novas tecnologias e de seu gigantesco poder, muitos chegaram a acreditar que a religião seria diminuída ou substituída. Como dito por Bourdieu, a TV se tornou a nova religião. No entanto, as religiões atuais e as já consolidadas perceberam o potencial dos novos meios de comunicação e se adequaram a eles, em especial a TV.

Segundo pesquisa realizada por Fonseca (2003) citado por Priscila Souza (2012), até a década de 1990 existia apenas transmissões de missas católicas e cerca de três programas apresentados por pastores protestantes na programação religiosa da TV brasileira. Atualmente diversas igrejas, históricas e novas, são difusoras de programas de televangelismo e algumas até mesmo proprietárias de emissoras.

Berge (2007) ao falar sobre a distinção entre religiões históricas e novas religiões, ressalta que as primeiras usam os meios de comunicação de massa para transportar seus conteúdos, ou seja, um instrumento de sua mensagem e que precisam aprender a usar esses meios para sobreviver. Já as novas são biomidiáticas: “nascem fundidas, geneticamente produzidas pela mídia, particularmente a televisão”. E completa: “existir supõe dominar a lógica midiática”. (BERGE, 2007, p.29).

Assim percebe-se que religiões atuais têm surgido no meio midiático, elas possuem linguagem adequada e produzem programas totalmente pensados para a televisão. Não é mais como no início ou como ainda acontece em muitas igrejas históricas onde apenas transmitem a celebração ou procuram entre os líderes o melhor comunicador, com melhor desenvoltura para aparecer na TV. Hoje, “a igreja eletrônica faz sua tele-pregação com tele-pregadores, que discorrem sobre a tele-fé, propõem tele-romarias e fazem curas tele-religiosas”. (BERGE, 2007, p.30).

Gomes (2006) ressalta que o uso e a valorização da mídia no processo de evangelização pelas igrejas brasileiras, assim como o movimento pentecostal, seguiram o modelo norte-americano. Ele enfatiza a importância dos meios de comunicação dizendo que “foi a partir do uso do rádio e da TV que a mensagem religiosa se apresentou revigorada, podendo ser comparada como um importante microfone capaz de alcançar uma multidão de fiéis a milhares de quilômetros.” (GOMES, 2006, p. 37).

É importante lembrar que tudo começou com as transmissões em rádios e só a partir da II Guerra Mundial a televisão se expandiu. Gomes (2006) lembra que assim como no rádio

o primeiro religioso a fazer sucesso na televisão norte-americana foi um líder católico. A vez dos protestantes estrelarem e se consolidarem na TV demorou um pouco mais. Gomes (2006, p. 38) afirma que “a partir dos anos 60 é que a presença dos missionários pentecostais na TV norte-americana se afirma como principal segmento religioso na nova mídia.”

No Brasil os primeiros programas de TV veiculados eram de pastores norte-americanos Jimmy Swagart e Rex Humbard. Há dúvidas de quem foram os brasileiros pioneiros na inserção protestante na televisão. Segundo Souza (2007, p.248) foram os metodistas com “O Cântico de Minha Fé”, provavelmente lançado no mês de fevereiro de 1961.” No entanto, o autor lembra que não há registros sobre a data exata em que o programa foi ao ar pela primeira vez. O programa era transmitido na TV Excelsior aos domingos às 15 horas e apresentado pelo pastor Joel Jorge de Melo. Gomes (2006, p.38) afirma que assim como no rádio, mais uma vez a Igreja Adventista foi a pioneira, primeiro em São Paulo e depois no Rio de Janeiro.

As divergências sobre a inserção protestante na TV brasileira continuam com outros autores como Campos (1999, p.289) citado por Souza (2007, p.248), que acredita ter sido a 1ª Igreja Presbiteriana Independente de São Paulo, a primeira a levar o culto para a televisão. Ele ressalta ainda que ela não se preocupou com a necessidade de usar uma linguagem diferente. O programa era apresentado pelo pastor Fanini e se chamava Reencontro.

Mas, foi na década de 1980 que começaram a surgir outros pastores na programação televisiva. As igrejas neopentecostais são hoje as detentoras dos maiores espaços religiosos na televisão brasileira. Atualmente é possível encontrar nomes famosos de pastores midiáticos como R.R. Soares, Edir Macedo e Valdemiro Santiago.

Tendo em vista que a religião é um elo entre Deus e o homem e que a interação individual, face-a-face, é bastante buscada pelos fiéis, muitos deles não acreditam que os meios de comunicação são ferramentas importantes para levar a palavra divina e que por diversas vezes o programa não passa de entretenimento. No entanto, há os que defendem que é preciso acompanhar a modernidade e difundir os ensinamentos por meio da mídia, levando a palavra a um número maior de pessoas.

A autora Berge (2007) cita um depoimento do missionário R.R. Soares, que compara a novela com o seu quadro da Novela da Vida Real falando que haveria um episódio inédito que disputaria com a outra novela que não apresenta a realidade. Além de justificar o uso da TV com passagens bíblicas descreve bem a ideia da disputa pelos fiéis e também por telespectadores.

A Bíblia é um livro riquíssimo. Não existe nada melhor do que entender a palavra de Deus. Foi escrita por várias pessoas e é um livro só, uma mensagem só. Não tem um erro e tudo é extremamente atual. Uma passagem diz o seguinte: O que vos digo em gabinete pregarei em cima do telhado. De onde vem o sinal da TV? Da antena de televisão, que fica sobre o telhado. (citado por BERGE, 2007, p.31).

É possível perceber que os líderes têm se munido de todas as formas possíveis para justificar o uso da TV e conseguir um público maior para suas igrejas. Elas disputam audiência, vendem produtos, fazem verdadeiros shows em suas transmissões e conquistam fiéis que buscam emoção, soluções para problemas, curas e que estão dispostos a oferecer doações como moeda de troca.

Há uma aparente inversão em alguns programas, como os da IMPD, que estimulam as pessoas a irem até lá, seja para fazer doações, pegar toalhas com o suor do pregador ou mesmo por curiosidade. São ações que demonstram que a TV nessas igrejas serve tanto para levar o evangelho para quem está em casa como para atraí-los para os templos, em especial os que são veiculados na mídia.

CAPÍTULO 2- METODOLOGIA

2. Análise de discurso

Para nos aproximarmos de nosso objeto de estudo, optamos por seguir a metodologia da Análise de Discurso (AD) que tem por finalidade estudar o discurso descrevendo o funcionamento do texto. Ou seja, “procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história”. (ORLANDI, 2012, p.15). Orlandi (2012, p.15) fala que “por este tipo de estudo se pode conhecer melhor aquilo que faz do homem um ser especial com sua capacidade de significar e significar-se”.

Percebe-se que a interpretação é seu objeto de reflexão, como observado por Orlandi (2008, p.21). A autora fala que a AD se apresenta como uma teoria de interpretação e que serve para interrogar a interpretação, já que é impossível ter acesso direto ao sentido. “Assim como os sentidos são uma questão aberta (não temos acesso ao sentido enquanto tal, e, além disso, ele não se fecha, pois nesta filiação teórica não há sentido em si) do mesmo modo, penso, a interpretação não se fecha.” (ORLANDI, 2008, p.21).

Sendo assim, entender os sentidos se torna uma tarefa para o analista de discurso que deve seguir pistas e relacionar os dizeres com sua exterioridade. Para isso, Orlandi (2012, p.30) lembra os efeitos do sentido que são produzidos em condições determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz, deixando vestígios que o analista de discurso tem de apreender. Ela ressalta que é preciso ir além do que foi dito e pensar também no que se deixou de dizer ou que poderia ser dito de outra maneira, pensar nas margens do dizer e perceber que elas também fazem parte dele.

Seguindo essa teoria, a autora elaborou alguns conceitos para sustentá-la. Alguns deles servirão como categorias básicas para a nossa análise do discurso religioso existente na Igreja Mundial, particularmente no que se refere ao trato com o dinheiro e as estratégias para levar o fiel à doação de valores. Para melhor esclarecimento das categorias, vamos tomar alguns exemplos preliminares da IMPD e do discurso do programa, que logo no capítulo seguinte serão analisados em profundidade.

2.1 As condições para a produção e interdiscurso

O primeiro deles é a condição ou condições de produção e interdiscurso que compreende os sujeitos, a situação e a memória. A condição de produção pode ser considerada em dois sentidos. O primeiro é o estrito no qual se tem o contexto imediato, que são as circunstâncias da enunciação. Neste estudo, são as falas e sentidos presentes no programa da IMPD em si e que serão o objeto primeiro da nossa análise.

Já no sentido amplo serão notados elementos que derivam do contexto sócio-histórico e ideológico. Como já citado, o neopentecostalismo é a terceira onda do movimento pentecostal, sendo que cada uma surgiu em um período histórico com características próprias, e existem nelas discursos diferentes, mas que vão se sedimentando, de modo que é possível perceber resquícios de ondas anteriores em cada período que se analisa. No sentido amplo, percebemos que o cristianismo, desde suas origens, teve manifestações consideradas místicas. O primeiro exemplo dessas manifestações pode ser constatado na igreja de Corinto¹⁷, nos dias apostólicos. Ao contrário do que parece ter ocorrido nas outras igrejas ligadas aos apóstolos, havia entre os cristãos coríntios um grupo de pessoas com inclinações místicas.¹⁸

Apesar de a igreja católica ter tentado desestimular estas manifestações, a mentalidade entusiástica¹⁹ continuou a manifestar-se esporadicamente no seio do cristianismo, dando origem a grupos com diferentes graus de ortodoxia.²⁰ Foi então no século 16 que os reformadores protestantes entraram em confronto com alguns grupos buscando direitos como, a livre interpretação das escrituras, e abriram espaço para o surgimento de novas manifestações. Sendo assim, nota-se que os fiéis desde os tempos apostólicos estavam buscando mudanças e que muitos líderes decidiram oferecer o que procuravam.

No caso do movimento pentecostal no Brasil, percebe-se que na primeira onda está presente o anticatolicismo como marca identitária. Sendo a identidade também manifesta pela diferença, dizer-se como não católico era importante, haja visto ser naquele momento e ainda hoje a religião dominante no país. Este grupo dá ênfase ao dom de línguas, rejeita o mundo exterior e crê na volta de Jesus.

¹⁷ Corinto é uma cidade grega onde o apóstolo Paulo, na época de suas viagens missionárias, instaurou uma igreja e escreveu duas epístolas aos fiéis (I E II Coríntios). A igreja de Corinto era voltada para a busca dos dons carismáticos. Mais informações em: <http://www.cacp.org.br/as-divisooes-da-igreja-de-corinto-retrato-de-hoje/>

¹⁸ MATOS, Alderi Souza de. **O movimento pentecostal: reflexões a propósito do seu primeiro centenário.** Disponível em: <http://www.mackenzie.br/6982.html>.

¹⁹ No dicionário Priberam, entusiástico: Em que há entusiasmo; ardente, vivo, veemente. No texto o autor explica que o termo “entusiasmo” (do grego en = “em” e theós = “Deus”) aponta para situações em que as pessoas afirmam receber revelações diretas de Deus, muitas vezes acompanhadas de êxtases místicos, visões e outros fenômenos associados a uma experiência religiosa de grande fervor e intensidade.

²⁰ (idem 15)

Na segunda onda, o ponto forte é a cura divina o que também já estava presente em tempos passados e justificado por passagens bíblicas. Nela, os líderes começaram a fazer uso de alguns meios de comunicação visto que isto se fez necessário para propagar as mensagens da igreja em lugares onde antes não era possível. Já a terceira onda tem como característica principal a teologia da prosperidade, o exorcismo, as atividades empresariais, políticas, culturais e o forte uso dos meios de comunicação, principalmente a televisão que é o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros. No entanto, não existe uma homogeneidade nesta onda.

Na Igreja Mundial, pode-se notar que apesar de fazer parte da terceira onda, ela retoma a ênfase da cura divina da segunda usando-a muitas vezes para reforçar a importância de manter a obra, principalmente no meio televisivo. Portanto, ela recorre à cura divina não como um fim em si mesmo, mas como um dispositivo retórico para abordar a temática financeira. Na IMPD, a questão econômica está sempre presente no discurso e serve como atração para as camadas mais pobres, pois elas se veem motivadas a se promoverem financeiramente e são estimuladas a realizar isso por meio de trocas, inicialmente simbólicas, que acabam tendo repercussão financeira e uma mercadorização da fé.

As condições de produção estão relacionadas a alguns fatores. Um deles é a relação de sentidos: não existe discurso que não se relacione com outro, não há um início absoluto e nem um ponto final. Desta forma, todo discurso religioso encontra matrizes em outros discursos, inclusive não religiosos. E por esta razão, entre outras, segundo o mecanismo de antecipação, todo sujeito é capaz de se colocar no lugar de quem ouve suas palavras. Assim, ele vai dizer pensando no efeito que imagina produzir em quem ouve. De acordo com Orlandi (2012, p.39) esse mecanismo dirige o processo de argumentação visando seus efeitos sobre o interlocutor. Observaremos isso ao analisar as falas do pastor e do apóstolo da Mundial no contexto do programa “O poder sobrenatural da Fé”.²¹

Ainda dentro dessa formação, existe a noção de relação de forças. Essa defende que o lugar de onde o sujeito fala é constitutivo do que ele diz. Almeida (1998, p.2) define este lugar de fala como “o lugar que o locutor ocupa numa cena, a partir do qual estabelece um contrato implícito de troca simbólica de enunciados com os destinatários, conferindo-lhe a condição de falante autorizado a falar daquilo que fala e do modo que fala.” Além disso, acrescenta que esta posição de proferir certo discurso é conquistada, seja por direitos jurídicos ou aceitação espontânea.

²¹ Programa exibido no canal Mundial, na segunda-feira às 19:30.

Para encontrar este lugar de fala na nossa análise, utilizaremos as perguntas feitas por Foucault (1972) citadas por Almeida (1998, p.6). Ela elabora três questões sendo que a primeira a ser respondida é:

“quem fala? Quem, no conjunto de todos os indivíduos-que-falam, está autorizado a ter esta espécie de linguagem? Quem é seu titular? Quem recebe dela sua singularidade, seus encantos e de quem, em troca, recebe, senão sua garantia, pelo menos a presunção de que é verdadeira? Qual é o estatuto dos indivíduos que têm - e apenas eles - o direito regulamentar ou tradicional, juridicamente definido ou espontaneamente aceito, de proferir semelhante discurso?” (Foucault, 1972).

Ainda de acordo com Almeida (1998, p.6) Foucault coloca como segunda questão o lugar institucional de onde se obtém o discurso e, como terceira questão, que as posições do sujeito se definem também “pela situação que lhe é possível ocupar em relação aos diversos domínios ou grupos de objetos”. Assim, vamos estudar os significados que emanam da colocação de Roberto Santana como bispo e de Valdemiro Santiago como apóstolo da IMPD.

Outro ponto que mobiliza a relação de sentidos é o interdiscurso que está de alguma forma relacionado com o inconsciente, uma vez que pode ser entendido como “todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determina o que dizemos” (ORLANDI, 2012, p.33). Ou seja, “é preciso que o que foi dito por um sujeito específico, em um momento particular se apague na memória para que, passando para o “anonimato”, possa fazer sentido em “minhas” palavras” (ORLANDI, 2012, p.33, 34).

No caso da análise um bom exemplo é o uso que fazem da palavra obra. A igreja em geral e o protestantismo em particular sempre utilizaram metáforas do cotidiano para falar da fé, à semelhança do próprio Jesus na bíblia, mas marcadamente os protestantes utilizam termos como obra e trabalho para falar de suas missões, cultos e eventos. Um hino oficial do pentecostalismo no Brasil tinha em seu refrão a frase: “ninguém detém, é obra santa!” ao utilizar o termo obra, que aparece tão abundantemente no programa, acontece um apagamento dessa origem do termo, que está nas origens dos evangélicos no Brasil. Ela aparece como se relacionando exclusivamente à Igreja Mundial. Este ponto é, segundo a autora, da ordem do saber discursivo, no qual ao longo do dizer a memória é afetada pelo esquecimento. Essa questão será mais bem explicada no tópico seguinte.

2.2. Discurso, memória e esquecimento

Ainda dentro dessa condição, tem-se a memória que quando pensada em relação ao discurso, é tratada como interdiscurso. Ela pode ser explicada como um discurso que foi constituído em relação a outro já existente, ou seja, se apropriou de outros dizeres já esquecidos. Orlandi (2012, p.31) o chama de memória discursiva “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra.” E completa, “o interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada.” (idem).

No caso da IMPD foi observado que fazem uso de passagens bíblicas acionando a memória de que Deus é a favor da prosperidade financeira. Esta também é acionada nos depoimentos de fiéis que doaram e receberam prosperidade, assim como também está presente nos tempos passados citados na bíblia e no discurso de seus pastores, principalmente do apóstolo. No depoimento exibido no quadro “Milagres pelo poder de Deus”²² do dia 6 de janeiro de 2014 é possível notar o discurso proferido pelos líderes da IMPD na fala da Dona Euvanir,

Bispo, eu de empregada doméstica, trabalhava no salão dos outros também, Deus tem prosperado na minha vida e me deu o meu próprio salão. Graças a Deus.(...) Quando eu conheci esse ministério, a Igreja Mundial do Poder de Deus, a partir do momento que eu conheci eu comecei a vir para a Igreja pedindo ao Senhor, participando das campanhas e pedindo: Senhor eu não aceito ser humilhada, eu tô aonde o Senhor está meu Deus, porque eu creio que Deus está neste lugar.(...) E tomei essa decisão e Deus me abençoou que depois que eu conheci a IMPD o senhor me abençoou e me deu meu próprio salão. (...) Eu não tinha condição de devolver meu dízimo na igreja, quando o apóstolo fazia o propósito do dízimo em dobro eu ficava com vergonha e falava: meu Deus eu não tenho nem como dar o dízimo certo, imagina em dobro. E agora graças a Deus o Senhor tem me abençoado que eu dou o meu dízimo por semana, porque a gente cabelereira, nós recebemos todos os dias, então eu vou juntando. Então eu entrego meu dízimo por semana, tenho feito os propósitos e Deus tem me abençoado.

Apesar de pensar saber o que diz, o sujeito não tem controle suficiente para compreender os efeitos de sentidos presentes em suas falas. Sobre isso Orlandi (2012) afirma que o dizer não é propriedade particular e que muitas vezes o sujeito desconhece partes do dizível. Ou seja, “as palavras não são só nossas. Elas significam pela história e pela língua. O que é dito em outro lugar também significa nas “nossas” palavras. (ORLANDI, 2012, p.32). No caso da IMPD percebemos este ponto quando temos conhecimento de que o seu fundador

²² Programa exibido dia 6 de Janeiro de 2014 no canal Mundial.

era pastor da Igreja Universal e que, apesar de tentar afastar-se de sua origem, muitos elementos e sentidos da Universal do Reino de Deus são notados na Mundial do Poder de Deus, a começar pelo nome. Temos também como exemplos de proximidade entre as duas os grandes templos que reúnem multidões, as reuniões em estádios e lugares públicos, a venda de objetos consagrados, as campanhas de prosperidade financeira entre outros.

Percebe-se então que existe uma relação entre o que já foi dito e esquecido e o que se está dizendo naquele momento. A autora compara essa relação com a existente entre a constituição do sentido (interdiscurso) e sua formulação (intradiscurso). Para Orlandi (2012, p.32) todo dizer está na confluência da memória e da atualidade (formulação). No entanto, a constituição é que determina a formulação já que só é possível dizer (formular) quando se coloca na perspectiva do dizível (interdiscurso, memória).

Na IMPD é comum o apóstolo dizer que é ou está sendo perseguido, principalmente pelo bispo Edir Macedo. Vale a pena ressaltar que assim como Edir Macedo da Universal, o apóstolo Valdemiro também esteve envolvido em escândalos, que foram cobertos pela mídia, como o investimentos equivocados em construções de templos, desvio de dízimo e suposto crime de lavagem de dinheiro e ocultação de bens. No entanto, ao falar das perseguições que sofre Valdemiro, se esquece, discursivamente, que passou por escândalos e que também “persegue” o bispo da sua antiga igreja. Quando perdeu o espaço na Band para a Universal, Valdemiro mandou um recado para Edir Macedo “o senhor conseguiu me atingir, parabéns! Era esse o presente, o prêmio que o senhor queria. O senhor conseguiu, seu bispo”²³. Naqueles dias Valdemiro fez uma pregação onde comparou Edir ao Rei Davi dizendo que ele não faz nada diretamente, mas é o mandante.²⁴

Percebemos que o apóstolo sempre que possível procura deixar clara a perseguição que sofre pela Universal e faz comparações para mostrar que mesmo assim a Mundial se mantém porque é o que Deus quer e que o bispo Edir está comandado pelo demônio. Em uma das brigas entre os dois, Edir questionou uma mulher supostamente possuída que afirmou que Valdemiro estava recebendo ajuda do demônio. Em resposta o apóstolo disse: “tô falando para a igreja da fogueirinha, da Record, que fica me perseguindo, falando um monte de abobrinha. Tô falando daqueles doentes desenganados que o demônio está comendo o pâncreas e o fígado deles e não tomam juízo”.²⁵ É como se Santiago esquecesse que também

²³ Reportagem completa no site: <http://noticias.gospelprime.com.br/valdemiro-santiago-band-edir-macedo/>

²⁴ (idem)

²⁵ O diabo entra na briga entre Edir Macedo e Valdemiro. Reportagem completa disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/o-diabo-entra-na-briga-entre-edir-macedo-e-valdemiro.>

já foi membro da Universal ou que por ter sido tem autoridade para dizer o que por lá se passa. Essa vitimização não deixa de ser também uma estratégia discursiva com vias de provocar no fiel um sentimento de pena ou estima; bem como aquele fiel que era anteriormente de uma igreja pode se sentir motivado a passar para esta outra.

Entende-se a importância do esquecimento quando se compreende que o discurso não nasce com o sujeito, pelo contrário é o sujeito que entra no processo discursivo. O que, como lembra a autora, não significa que a singularidade na maneira como a língua e a história afetam o sujeito não exista. Orlandi (2012, p.34) cita M. Pêcheux (1945) que distingue o esquecimento em número um e número dois.

O esquecimento da ordem da enunciação, o número dois, é parcial, semiconsciente e cria a impressão da realidade do pensamento. “Essa impressão, que é denominada ilusão referencial, nos faz acreditar que há uma relação direta entre o pensamento, a linguagem e o mundo, de tal modo que pensamos que o que dizemos só pode ser dito com aquelas palavras e não com outras.” (ORLANDI, 2012, p.34).

Já o esquecimento número um ou esquecimento ideológico, de M. Pêcheux (1945), é inconsciente e está relacionado com o modo como o sujeito é afetado pela ideologia. Tem-se então a ilusão de ser o primeiro a dizer certa coisa, de ser o criador de um discurso quando se está apenas retornando o que já foi dito. “Esse esquecimento reflete o sonho adâmico: o de estar na inicial absoluta da linguagem, ser o primeiro homem, dizendo as primeiras palavras que significam apenas e exatamente o que queremos.” (ORLANDI, 2012, p.34).

Talvez isso possa ser percebido pelo fato que cada nova onda do pentecostalismo sempre acabe trazendo em seu bojo marcas discursivas da onda anterior, ainda que revestidas de novos campos semânticos ou práticas diferentes. Mesmo porque é preciso alguma conexão com o já familiar para que as pessoas possam aderir de um conjunto de significados a outro, que melhor lhes pareça naquele momento como fonte de verdade, particularmente quando se trata do discurso religioso.

Como pontua Orlandi (2012, p.36) o esquecimento é parte da constituição dos sujeitos e dos sentidos. Sendo assim, as ilusões observadas nos esquecimentos um e dois são essenciais para que a linguagem funcione na produção de sentido, para que o sujeito possa se identificar como o que diz e se constituir. Procuraremos observar, neste ponto, como a constituição discursiva da IMPD gera sentidos para os fiéis e relaciona esses sentidos com a dinâmica financeira e das curas.

2.3 Paráfrase, polissemia e formações discursivas

Para falar do funcionamento da linguagem e dos limites entre o mesmo e o diferente Orlandi usa as definições de paráfrase e polissemia. No processo parafrástico existe a estabilização, uma produção do mesmo sentido. É onde sempre algo se mantém, um retorno ao dizível. Já no polissêmico o que se têm são rupturas e a possibilidade de sentidos diferentes. O discurso está sempre entre esses dois campos, Orlandi (2012) fala que essa relação é uma condição de existência dos sujeitos e dos sentidos, é assim que eles significam.

Além disso, é essencial saber como os sujeitos e os sentidos trabalham e são trabalhados pela paráfrase e polissemia, para entender como são afetados pela língua e se inscrevem na história. Orlandi (2012) ressalta que para isso é necessário distinguir a criatividade da produtividade. A produtividade está ligada ao processo parafrástico, é uma produção do mesmo. Os elementos obtidos podem até variar, mas as operações são sempre as mesmas e mantem o dizível no mesmo lugar já instituído.

Já a criatividade vai além, ela realiza rupturas, deslocamentos e faz intervir o diferente. Ela “instaura o diferente na linguagem na medida em que seu uso pode romper com o processo de produção dominante de sentidos e, na tensão da relação como o contexto histórico-social, pode criar novas formas, novos sentidos”. (ORLANDI, 1996, p.20).

O que se observa na sociedade é que a produtividade é muito mais comum que a criatividade. Sendo assim Orlandi (2012, p.38) observa que a paráfrase é a matriz do sentido já que não existe sentido sem repetição e a polissemia a fonte da linguagem, pois se os sentidos e os sujeitos não pudessem ser outros, não haveria necessidade de dizer. Afirma então que esse jogo entre os dois atesta o confronto entre o simbólico e o político.

Orlandi (2012) ressalta que o sentido é determinado pelas posições ideológicas que aparecem no processo sócio-histórico em que as palavras são produzidas. Sendo assim, as palavras podem mudar de sentido de acordo com a posição de quem as emprega. Entra aqui outro conceito ou noção que é a formação discursiva. Para Orlandi (2012) as formações discursivas são heterogêneas nelas mesmas, possuem fronteiras fluidas e são constituídas pela contradição. E mais, por meio dela o analista consegue estabelecer regularidades no funcionamento do discurso, compreender o processo de produção de sentidos e sua relação com a ideologia.

A partir deste conceito percebe-se que a metáfora (definida como a tomada de uma palavra pela outra) é indispensável na análise de discurso para estabelecer o modo como as palavras significam. Nota-se também que palavras iguais podem ter diferentes significados

dependendo da formação discursiva que se encontra. A função do analista neste sentido é então, segundo Orlandi (2012) remeter o dizer a uma formação discursiva observando as condições de produção e verificando o funcionamento da memória para compreender o sentido do que foi dito.

2.4 Formas de discurso

Sobre os modos de funcionamento do discurso Orlandi (1996) os separa em três categorias, usando como critério de distinção a relação entre o referente, o objeto do discurso e os interlocutores, locutor e ouvinte. A tipologia teve como critérios a interação, ou seja, a possibilidade de se trocar de papéis ou de estatutos (reversibilidade) e a relação entre polissemia e paráfrase que é a possibilidade, ou não, de múltiplos sentidos. (ORLANDI, 1996, p.24)

O tipo *autoritário* é o que tende para a paráfrase (o mesmo) e em que se procura conter a reversibilidade (há um agente único: a reversibilidade tende a zero), em que a polissemia é contida (procura-se impor um só sentido) e em que o objeto do discurso (seu referente) fica dominado pelo próprio dizer (o objeto praticamente desaparece). O *discurso polêmico* é o que apresenta um equilíbrio tenso entre polissemia e paráfrase, em que a reversibilidade se dá sob condições, é disputada pelos interlocutores, e em que o objeto do discurso não está obscurecido pelo dizer, mas é direcionado pela disputa (perspectivas particularizantes) entre os interlocutores, havendo assim a possibilidade de mais de um sentido: a polissemia é controlada. O *discurso lúdico*, que é o terceiro tipo, é aquele que tende para a total polissemia, em que a reversibilidade é total e em que o objeto de discurso se mantém como tal no discurso. (ORLANDI, 1996, p. 24).

No entanto, Orlandi (1996, p.25) acredita que não se deve estabelecer categorias entre os discursos, mas que é preferível falar sobre tendências: “há discursos que tendem para o tipo autoritário, ou tendem para o lúdico, etc.”. Segundo ela, o discurso autoritário é dominante, mas afirma não existir um discurso puro, a não ser idealmente.

O que existe então são exigências discursivas que irão qualificar e identificar o sujeito que profere o discurso. De acordo com Foucault (1996, p.39), “os discursos religiosos, judiciários, terapêuticos e, em parte também, políticos não podem ser dissociados dessa prática de um ritual que determina para os sujeitos que falam, ao mesmo tempo, propriedades singulares e papéis preestabelecidos”. Para identificar alguns comportamentos discursivos e analisar os discursos será de extrema importância estar atento à retórica religiosa. Orlandi (2005) chama atenção para alguns traços do discurso religioso,

o uso do imperativo e do vocativo, enquanto formas próprias de discursos em que exista doutrinação; o uso de metáforas que são, depois, explicitadas por paráfrases (sobretudo nos sermões), pois, como o dizer religioso é obscuro, e sempre são possíveis muitas leituras, as paráfrases indicam a leitura própria para a metáfora; procedimento análogo a esse é o das citações em latim que depois são traduzidas por perífrases extensas e explicativas, aproveitando-se o máximo de efeitos de sentido (religiosos) sugeridos pela diferença de língua; o uso de performativos; o uso de sintagmas cristalizados (as orações), etc. (ORLANDI, 2005, p.259).

Voltando à ideia de lugar de fala, ressaltar-se que o pastor fala em nome de Deus e não em seu próprio nome. Assim a voz do discurso religioso é a voz de Deus e possui regras para ser proferido.

O discurso religioso não apresenta nenhuma autonomia, isto é, o representante da voz de Deus não pode modificá-lo 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(a), p.245).

É importante destacar que, segundo Orlandi, pela noção de reversibilidade não se pode fixar os papéis do locutor como locutor e do ouvinte como ouvinte já que eles podem mudar de lugar no caso de serem afetados pelo simbólico da língua. No caso do discurso autoritário, onde o religioso se encaixa, segundo Orlandi (1996), não existe a reversibilidade de fato, no entanto é a ilusão da reversibilidade que o sustenta.

“Locutor e ouvinte pertencem a duas ordens de mundo totalmente diferentes e afetados por um valor hierárquico, por uma desigualdade em sua relação: o mundo espiritual domina o temporal. O locutor é Deus, logo, de acordo com a crença, imortal, eterno, infalível, infinito e todo-poderoso; os ouvintes são humanos, logo, mortais, efêmeros falíveis, finitos, dotados de poder relativo. Na desigualdade, Deus domina os homens”.(1996a, p. 243)

Portanto, no discurso religioso existe uma submissão dos ouvintes ao locutor. Os que acreditam na força superior reconhecem que seu lugar é o de ouvinte e o de locutor sempre será o de Deus. Sendo assim, a reversibilidade se torna impossível. Mas como lembrado por Orlandi (1996a), não é possível que exista discurso sem a reversibilidade ou ao menos a sua ilusão. Neste caso ela afirma que a ilusão acontece quando Deus divide com os homens suas propriedades, suas qualidades, por exemplo, através de pastores, padres o papa, ou quando o homem alcança o mundo espiritual. “Outra forma de ilusão da reversibilidade é a cura recebida, o milagre (para o neopentecostalismo, o milagre envolve também a prosperidade

econômica). São provas da interferência divina no plano material.” (PETEAN, 2008, p.94). Fato este, bastante recorrente na IMPD.

Na análise do trabalho a atenção maior será dada ao discurso dos pastores atentando para as falas relacionadas com o dinheiro, a fim de tentar identificar como esses discursos são construídos e quais assuntos estão mais presentes nos depoimentos veiculados durante o programa, pelos quais se busca construir o efeito de verdade. “Programas como o da Igreja Universal e da Igreja Mundial têm como prioridade o depoimento dos fiéis que receberam algum milagre, uns com pouco tempo de igreja e outros com mais tempo, porém todos com depoimentos impressionantes” (SILVA, 2009, p. 50).

CAPÍTULO 3 - ANÁLISE

Neste capítulo, buscaremos evidenciar as estratégias discursivas usadas na Igreja Mundial do Poder de Deus, principalmente pelo apóstolo Valdemiro Santiago e o bispo Roberto Santana, considerando o referencial metodológico citado no capítulo anterior como chaves de leitura para interpretação, em particular, a fala dos pastores e dos fiéis que aparecem no programa em análise.

A opção por analisar apenas dois programas se deve ao fato de serem muito longos, chegando a quase quatro horas diárias. Sendo assim, foi selecionado dois que foram ao ar nos dias 30 de dezembro de 2013 e 6 de janeiro de 2014. O negrito será utilizado para reforçar as categorias analisadas.

O foco da análise recairá sobre as estratégias discursivas utilizadas para motivar a doação financeira para o programa; ou seja, os efeitos de sentido dos quais os pastores e fiéis se utilizam para gerar no telespectador o desejo de doar recursos financeiros para a igreja. Na análise preliminar do programa, foi notado que este fato é bastante recorrente, seja reforçando a importância do dinheiro na vida do fiel ou para ajudar “a obra”, termo utilizado pelos pastores e fiéis para se referir ao programa televisivo.

3.1 O programa

Para realizar a análise selecionamos o programa “O poder sobrenatural da fé”, que vai ao ar na segunda-feira, a partir das 19h30min. Neste horário acontece na IMPD o “Clamor pelo crescimento financeiro”. Com duração extremamente longa, atualmente é transmitido apenas no canal da igreja e pelo site.

Antes de começar, é veiculada a seguinte chamada:

O clamor pelo crescimento financeiro. A riqueza que vem das mãos de Deus para quem tem o ímpeto de crescer na vida. Este dia é para você que não nasceu para ser mais um. Uma reunião para aqueles que acreditam no cumprimento da palavra de Deus quando diz: A sua semente será poderosa na terra. A geração dos retos será abençoada. Prosperidade e riquezas haverá na sua casa e a sua justiça permanece para sempre. Aos justos nasce luz nas trevas. Segunda-feira “O Clamor pelo crescimento financeiro”.

Os dois programas foram apresentados pelo bispo Roberto Santana. Ele, assim como o apóstolo Valdemiro, é negro e possui uma linguagem extremamente simples e muitas vezes

despreocupada com concordâncias. Usa terno e gravata para justificar suas falas de prosperidade financeira e a voz e entonação são praticamente as mesmas do Valdemiro.



Imagem 2: bispo Roberto Santana e o cenário
Fonte: Arquivo pessoal

O cenário é o mesmo usado em todas as reuniões da TV: a reprodução de uma imagem de fundo contendo ovelhas em um campo verde e com água. Todas as falas ao vivo do bispo são acompanhadas por uma música instrumental bem suave. O programa não é dividido em quadros, com mudanças de tom ou de tópicos facilmente perceptíveis. Percebeu-se que há uma intercalação entre entradas ao vivo e imagens de concentrações em diversos estados, com ênfase nos milagres e curas. No segundo dia analisado, o bispo Roberto fez a abertura e depois houve a entrada ao vivo do apóstolo e sua esposa. Mais tarde, apareceu um bispo diferente e só aí foi possível perceber que o programa havia acabado. Portanto, não há um roteiro fixo para o programa.

Durante os intervalos, são veiculadas chamadas para reuniões e concentrações, mensagens da Bíblia e pedidos de ofertas. Para manter o programa “O poder sobrenatural da fé” é pedida aos fiéis uma oferta mensal de 70,00 reais, conforme a chamada abaixo:

O programa de televisão O Poder Sobrenatural da Fé tem sido um instrumento de evangelização importantíssimo que alcança milhões de pessoas no Brasil e no mundo. Mas para manter essa programação são necessários milhões e milhões de reais todos os meses. Não deixe esse programa sair do ar. TV Mundial um canal de bênçãos e milagres. Solicite o passaporte TV Mundial “Sê tu uma bênção” e contribua mensalmente com 70,00 reais. Ligue para nossa central [...] solicite o seu passaporte e contribua mensalmente com 70,00 reais através de depósito bancário [...]. Passaporte TV Mundial “Sê tu uma bênção”, um gesto de fé e amor pode salvar muitas vidas. Igreja Mundial do poder de Deus a mão de Deus está aqui.

Já pelas duas inserções, é possível perceber a relevância do aspecto financeiro no programa. Na chamada para o “Clamor pelo crescimento financeiro”, utilizam-se passagens bíblicas para justificar que Deus não seria contra a prosperidade financeira: “Prosperidade e riquezas haverá na sua casa e a sua justiça permanece para sempre”. Há um apelo ao ego do indivíduo, é uma oportunidade que está sendo dada a ele para não ser socialmente visto como alguém menor ou fracassado. Outro ponto importante é o direcionamento da reunião, ela não foi feita para qualquer um e sim para “os que acreditam no cumprimento da palavra de Deus” e mais para “aquele que não nasceu para ser mais um”.

Nos intervalos do programa foi notado um forte incentivo de tornar o telespectador em um patrocinador da igreja. Na segunda propaganda, observamos que o fiel fica responsável por doar uma quantia mensal e como troca se torna responsável por ajudar a salvar muitas vidas. Durante o programa, essa posição é vista por diversas vezes. O fiel é tanto o sujeito que diretamente recebe os benefícios de sua doação, na qualidade de bênçãos/graças recebidas (como cura ou prosperidade) quanto é parceiro e, portanto, imprescindível para a continuidade do programa. Assim, as estratégias discursivas criam um elo, um laço social e uma forma de pertencimento que vincula a igreja, o líder e o telespectador, dando a este último uma noção de fazer parte de um projeto maior.

3.2 Relações dos representantes com a voz de Deus, lugares de fala

A vitimização de Valdemiro e os ataques ao bispo Edir Macedo citada no capítulo anterior, na categoria memória e esquecimento, também estiveram presente nos dois programas analisados. Como dito, elas não deixam de ser também uma estratégia discursiva com vias de provocar no fiel um sentimento de pena ou estima; bem como aquele fiel que era anteriormente de uma igreja pode se sentir motivado a passar para esta outra.

Durante o discurso, é possível perceber que o lugar de fala do apóstolo é de um representante de Deus, no entanto afirma poder a qualquer momento ser substituído, pois somente Deus é maior. O que pode ser encarado como estratégia de modéstia, já que seu lugar é totalmente conhecido e aceito pelos que acreditam naquela religião. No depoimento de uma mulher que havia sido curada do câncer em Brasília é possível notar seu sentimento de estima para com o apóstolo:

Apóstolo eu preciso te dizer uma coisa na capital desse país diante desse povo, eu queria te fazer um pedido. **Apóstolo não ligue para as perseguições, não ligue para as calúnias.** Eu sei que às vezes o seu coração é ferido neste lugar, neste país, mas **esse país precisa de você. Deus precisa contar com você,** Jesus precisa de você apóstolo. Eu vim aqui porque eu precisava dizer pra você que Jesus conta contigo. Jesus, Ele conta contigo na multidão sofrendo, espera pelo seu abraço. Então seja forte, seja valente, eu sei que o senhor é, mas faz o que estou te pedindo, seja valente nas lutas, nas perseguições, nas angústias, nos sofrimentos. Um dia pela madrugada eu vi o senhor falando na televisão das suas lutas, das suas perseguições e eu disse se eu tiver oportunidade meu Deus eu vou dizer pra ele um dia, olhando nos olhos dele: **Nunca desista, nunca, nunca, nunca.** (se abraçam e choram).

Em seguida, Valdemiro responde mostrando o lugar de onde fala, ou seja, que o que faz não é em seu nome, mas em nome de Deus e que se está ali é porque foi escolhido. É possível perceber que Valdemiro procura comprovar porque foi escolhido e que para se manter forte diante das perseguições só precisa contar com Deus e com os fiéis. Durante a fala, pediu o silêncio da multidão em dois momentos mostrando que necessitava de atenção para o que iria dizer e deixando os traços da autoridade presente no discurso religioso.

Eu não vou desistir minha filha, é preciso muito mais do que isso. Eu não vou desistir. **Faz silêncio por favor, silêncio, silêncio.** Eu não vou desistir. Sabe por quê? Porque eu não tô fazendo isso por mim. **Deus não precisa de mim,** ela falou, Jesus precisa de mim, mas ele não precisa não. Ele não precisa porque Ele poderia levantar outro em meu lugar, Ele pode fazer isso. Ele me deu o privilégio. Eu posso falar gente? Eu tô pedindo silêncio pra vocês, por favor, por favor. Deus não precisa de homens, mas homens precisam de Deus. Homens precisam de Deus. **Quando Deus nos chama, Ele já faz o exame dele. Ele já sabe quem é covarde e quem não é covarde.** Eu tenho defeito demais nessa vida, mas eu não sou covarde. Ah, não. Eu vou até a última força, eu sei que só posso contar com Deus e com a nação de vocês. Mas eu vou em frente porque isso aí me fortalece.

No contexto histórico-social do cristianismo, a Bíblia é fonte de autoridade, portanto suas palavras são inquestionáveis. Sendo assim, as palavras sagradas são muitas vezes usadas para comprovar o que é verdade no movimento religioso. São argumentos vistos pelos fiéis como inquestionáveis. Valdemiro, ao falar de uma mulher curada do câncer, usou uma passagem bíblica para lembrar-se do líder Edir Macedo, que o acusou de ser guiado pelo demônio e desafiou os que não acreditam que o seu Deus faz milagre.

Aquele que era mais que um profeta disse: “O homem não pode receber coisa alguma se do céu não lhe for dada.” (imagem da passagem na Bíblia). Olha lá, **O homem não pode receber coisa alguma se do céu não lhe for dada,** e essa mulher recebeu a cura do câncer. Ali é a Bíblia e **tem esse líder que diz que é o diabo que faz o milagre,** e ela diz a mesma coisa só

do céu pode vir aquilo que nós recebemos, mas ele tá cego. Olha aí “O homem não pode receber coisa alguma se do céu não lhe for dada.”. **É, o diabo não tá lá no céu, tá?** O diabo tá lá? Quem tá lá? Então quem manda esse tipo de coisa pra cá? **Paralítico anda, cego enxerga, surdo ouve, leproso é purificado, canceroso é curado.** Tá impactada ali oh, é, só Deus, só Ele pode fazer. **Valdemiro não pode fazer, comedor de feijão nenhum, comedor de angú nenhum pode fazer, mas o meu Deus faz. O Deus da Bíblia faz.** Eu desafio quem quiser me desafiar que meu Deus faz milagre. (gritando) **Quem quiser me desafiar pode vir** porque o meu Deus faz milagre, faz milagre.

Quanto ao bispo Roberto Santana, é possível perceber que também se lembra das perseguições sofridas por Valdemiro, tendo a figura do apóstolo como um ser superior, afinal ele é o fundador da IMPD. Durante o programa de dezembro, onde o apóstolo e sua esposa estavam de férias, o bispo por duas vezes justificou a ausência deles explicando que aquele descanso era merecido e mostrando sua admiração pelos dois.

Casal este que tem dado a vida para o povo de Deus, casal este que tem ensinado, ensinado a mim e a tantos outros bispos, pastores, membros desta Obra, ou mesmo você que não é membro, você tem aprendido muito com este casal homem de Deus, mulher de Deus que tem nos ensinado. Nosso apóstolo Valdemiro Santiago a bispa Franciléia que Deus abençoou estão descansando, descansando merecidamente, pois **devido a tantos bombardeios, lutas, perseguições investidas contra este casal,** ninguém pode parar, pois foi Deus que ungiu. **Deus ungiu para abençoar a nós.**

Ainda justificando o descanso do casal, o bispo lembrou do naufrágio, citado no Capítulo 1, que busca provar que o apóstolo e sua esposa são escolhidos de Deus para salvar o evangelho.

o apóstolo quando saiu do naufrágio porque Deus já sabia a decadência que estava o evangelho. Deus percebendo a decadência do evangelho, me permita falar o evangelho tava carente de ver essas maravilhas, de ver o paralítico andar, de ver o cego enxergar, o surdo ouvir o mudo falar, né. **Na falta de milagre o povo se corrompe e é o que tava acontecendo,** o povo estava se corrompendo e **Deus pôs a mão e não permitiu que ele viesse ali a morrer** ou mesmo os tubarões o devorassem. Deus pôs a mão e tem usado esse casal como tem usado e continuará usando para nos abençoar.

Percebe-se através desses trechos que o bispo possui autoridade para falar, que é justificada do ponto de vista da fé, em torno de experiências que são tomadas como sobrenaturais ou por um embasamento bíblico, colocando-o como um exemplo a ser seguido. Sendo assim, as palavras de Valdemiro se tornam ainda mais inquestionáveis diante dos fiéis.

No primeiro programa do ano o apóstolo falou da campanha de ouro, prata e bronze, justificando-a pelas perseguições que sofre. Aproveitou para ordenar que os fiéis levassem a oferta pessoalmente na sede na celebração que seria a mais abençoada da história da IMPD. A oferta era para ajudar a manter o programa no ar depois do terrível golpe que haviam sofrido (a perda dos horários no grupo bandeirantes que supostamente foi comprado pela igreja Universal). Lembrou que os que perseguiram a Mundial se tornaram malditos perante Deus. Ele procura deixar claro que é Deus quem faz as coisas e que se desejassem brigar com alguém pelo que acontece na sua Igreja então que a briga fosse direta com Deus. Mais uma vez é possível perceber o lugar de fala inquestionável presente no discurso religioso.

Segunda-feira 3:00 horas da madrugada eu vou tá subindo o monte, essa segunda-feira próxima, com o seu nome. **Você vai levar** na Igreja pessoalmente, ali na sede essa semana (...) Domingo vai ser a santa ceia dos benditos. **Vai ser o domingo mais abençoado da história da Igreja Mundial do Poder de Deus**, vai ser domingo dos benditos de Deus. **Você leva o seu nome e apresenta a oferta especial**, que é a oferta que vai te dar sustentação, digamos assim, **manutenção né ao programa no ar porque o golpe duro que sofremos um dia desses** aqueles que nos tiraram arrumaram despesa na cabeça deles, ninguém acredita mais neles né. É um mistério de Deus, não é do povo não, é de Deus. Então não adianta, **perdeu a graça de Deus além de tanto pecado, tanta imundice, tanto escândalo, tanta falcatrua**. E os perseguidos passaram a ser perseguidores, **os benditos passaram a ser malditos, não é verdade?!** Então não tem mais graça ai não tem mais jeito. Ai fica nesse desespero ai, perseguindo, humilhando, tentando destruir a vida dos outros e a obra de Deus, né. Mas aí o que que acontece, Deus é que faz todas as coisa, Deus é que faz o milagre. Isso ai não tá no homem não, **não tem nada a ver com Valdemiro não, não adianta ter ciúme, inveja é Deus é que faz né, briga com Ele**. É, porque é Ele que faz.

Aproveitou para reforçar mais uma vez a presença de Deus nas atividades da igreja dizendo: “a maldição se transformou em bênção porque Deus abriu novas portas, nós estamos no Brasil e no mundo, no Brasil e no mundo. Pregando a palavra, levando o poder de Deus na África, na Europa, na América, em várias emissoras na antena parabólica”. A oferta foi reforçada no final com pedidos de ligação e a garantia que os nomes seriam levados na madrugada de segunda para terça-feira e que o poder de Deus iria se manifestar na vida de quem ofertasse. “É uma semente que você vai plantar e vai colher o ano inteiro.”. Assim o fiel, com a oferta ajudaria a obra, além de receber benefícios na sua vida.

3.3 Imperativo e paráfrases nas campanhas de oferta

Durante o programa do dia 6 de Janeiro o bispo Roberto Santana usou uma passagem bíblica que fala do amor de Deus e de sua atitude em dar seu filho Jesus. Citou também o salmista Davi dizendo que daria ouro e prata a casa de Deus em nome do seu amor a mesma. As passagens foram usadas para justificar a campanha da Igreja da “Oferta especial de ouro, prata e bronze”. Como visto no tópico anterior, o uso da Bíblia faz os argumentos do bispo se tornarem irrefutáveis.

“E ainda porque eu amo a casa de meu Deus, o ouro e a prata particulares que tenho dou para a casa do meu Deus, afora tudo quanto preparei para o santuário.” Que maravilha em? Quem falou isso? Davi, salmista Davi, é. Ele disse do ouro, da prata, do meu tesouro particular. Mas, no começo ele diz assim, porque eu amo né. Por favor, mostra aí: porque eu amo a casa de meu Deus, porque eu amo a casa de meu Deus. O senhor Deus diz assim, ele amou o mundo de tal maneira que entregou, deu, o seu único filho, unigênito, que quer dizer único né. (...) Deus amou o mundo de tal maneira que doou o seu filho unigênito para que todo nele crê não pereça, mas tenha a vida eterna. Ou seja, **eu amo, mas amar não fica apenas em palavras, não. Temos que demonstrar com atitudes, com atitudes.** Veja que o senhor Deus não ficou apenas em palavras, não. Ele entregou seu único filho pra me salvar, pra salvar o senhor que está aí do outro lado desesperado, abatido, sofrendo, é. E lá em crônicas novamente ele diz: porque amo a casa do meu Deus o ouro e a prata particulares, ou seja, do uso de Davi o que era dele.

Na campanha, o fiel poderia escolher fazer uma oferta de ouro doando 300,00 reais, de prata com 200,00 reais ou de bronze com 100,00 reais. Como recompensa, o apóstolo iria subir o monte levando os nomes dos que fizeram a oferta. O bispo repete novamente as palavras do salmista Davi e pergunta aos telespectadores se eles amam aquela obra e os instiga a socorrê-la. Isto acaba gerando um sentimento de pertencimento, o fiel participa daquela obra e a mantém então ela se torna um investimento.

É interessante observar o direcionamento do discurso quando ele fala: o senhor, a senhora, o filho da senhora, o marido. Mas, o mais importante é atentar para a função do bispo de dar ordens (pelo uso dos imperativos) o que pressupõe uma hierarquia dentro do discurso religioso. Neste caso ele só pode ordenar porque seu lugar no discurso é tido pelo fiel como superior, porque ele sabe o que diz e o fiel deve então se submeter a isso.

Você vai ligar agora na central e **vai colocar o seu nome**, vai dar o seu nome. O nosso apóstolo se propôs a segunda-feira de madrugada, a subir o monte. E ele vai levar o nome de todas as pessoas. Do filho da senhora que está no submundo das drogas, do marido, esposa que está no submundo da bebedice, da jogatina ou se encontra nos braços da amante. A senhora vai ligar agora. Não só dar o nome como eu também gostaria que a senhora, o

senhor, todos que acompanham se propusessem a ajudar essa obra. **Já nesta próxima terça-feira o senhor, a senhora vai procurar um banco.** Banco do Brasil, banco do Bradesco e ali vai efetuar um depósito, uma semente, três sementes. São três tipos de semente, ouro, prata e bronze. Tá ai nas imagens, oferta especial, ouro, prata e bronze. O quê é que o salmista Davi disse? Porque eu amo a casa do meu Deus, né, porque amo. **Você ama essa obra?** Essa obra na sua concepção, ela tem feito o bem? Porque eu tenho visto isso. **Então você vai socorrer.** Já nesta próxima terça-feira logo pela manhã, **assim que o banco abrir você vai ai depositar a oferta (...).**

Por fim, o bispo afirma que aquele dinheiro não é para pagar Deus e sim para ajudar a obra, pois é ela que necessita de doações. Sendo assim quem ajudar receberá em dobro. No final ele aproveita para falar da unção que os dizimistas iam receber em uma reunião.

Eu tenho certeza que todos que socorrerem essa obra ao invés de faltar pelo contrário vai é sobrar na sua vida. **Não pegue calculadora, não fique pontuando:** ah eu vou fazer uma conta aqui pra vê se eu posso dar 300,00, pra vê se eu posso dar 200,00, pra vê se eu posso da 100,00. Não, **toma uma atitude e eu tenho certeza nessa atitude sem ter que fazer conta sem olhar pra isso ou para aquilo, você vai ver Deus vai te dar em dobro.** Você não paga, essa oferta de 300,00 reais, ou de 200,00 ou de 100,00, não paga jamais. Dinheiro nenhum paga o que Deus tem feito, não paga. Não tem preço, não, não tem preço. **O que meu Deus faz não tem preço. É como essa senhora a obreira que morava na rua** eu perguntei pra ela: a senhora pagou? Não, Ele já pagou por mim. Ou seja, o Senhor Jesus, o Deus todo poderoso deu a vida dele. **Mas essa obra, a obra necessita das suas doações dos seus dízimos.** Por falar em dízimo, nesse domingo vamos ungir todos os dizimista, todos os dizimista. Então logo nessa terça-feira você vai ajudar com uma semente de ouro, a oferta de ouro 300,00 reais, a oferta de prata 200,00 reais a oferta de bronze que é 100,00 reais. **Eu quero ver uma multidão ligando.**

O fato de o bispo ter usado um depoimento para comprovar sua fala é bastante recorrente no programa, o que concede autoridade, autenticidade, credibilidade e concretização ao discurso do bispo. A todo o momento são mostrados testemunhos que acabam se tornando um encorajamento para as pessoas que estão assistindo doarem dinheiro, afinal todos que falaram que deram foram recompensados. Assim espera-se que o mesmo efeito de satisfação obtido por quem dá o testemunho será experimentado por quem o assiste.

Ainda neste mesmo dia o bispo Roberto explicou o sentido da toalhinha que é doada em algumas concentrações comparando Valdemiro ao apóstolo Paulo. Volta-se aqui a questão da memória, Valdemiro passou por diversos problemas e venceu, sendo assim as toalhinhas que possuem seu suor possuem um poder imenso para os fiéis. Os líderes da IMPD buscam sempre enfatizar que a toalhinha não faz milagres, mas que por ter a mão de Deus podem realizar maravilhas.

Você vai receber uma toalhinha do “Se tu uma bênção”. **Toalhinha essa que não pode fazer milagre.** Aliás, nada do que damos aqui neste ministério como a rosa, a toalhinha, não pode fazer milagre. Mas uma coisa não podemos negar, não, **ela tá ungida pelo poder de Deus** (..) pessoas que tem tomado posse dessa toalhinha tem sido grandemente abençoado. A palavra de Deus mostra no livro de Atos dos Apóstolos que “Deus pelas mãos de Paulo fazia milagres extraordinários.”(...). Observe se não é o que tem acontecido nos dias de hoje. (...). (Na bíblia): **“E Deus pelas mãos de Paulo fazia milagres extraordinários, a ponto de levarem aos enfermos lenços, aventais do seu uso pessoal.** Diante dos quais as enfermidades fugiam das suas vítimas e os espíritos malignos se retiravam”. E é o que vai acontecer.

Observamos a partir desse trecho a presença da paráfrase, ou seja, um discurso construído a partir de uma referência. O apóstolo não criou essa ideia de distribuir toalhinhas. Ele copiou, reproduziu e atualizou o que, a seu ver, Paulo fazia nos tempos apostólicos e coloca isso em seu discurso de modo a gerar uma identificação disso com o fiel, embora revestido de uma fala de atualidade. Também se desconsidera nesses casos o contexto sociocultural do tempo de Paulo e o atual, bem como o fato de que muitas doenças não-diagnosticadas ou não tratadas no tempo antigo possam hoje encontrar resoluções que independem do sobrenatural, mágico ou religioso.

3.4 O testemunho como recurso retórico de convencimento

Todos os depoentes relatam sua vida antes de conhecer e fazer parte da igreja e as melhorias ocorridas depois. Sejam elas financeiras, espirituais ou físicas, como questões de saúde. Os testemunhos geralmente são de pessoas que possuíam terríveis doenças e foram curadas ou dos que adquiriram algum bem material. Não importa o que testemunham, no final dizem que após entrar na igreja a vida mudou e pode começar a contribuir com ofertas, dízimo e hoje possuem prosperidade financeira e realização pessoal.

Como abordado por Oliveira (2011, p.4), “com a midiaticização da religião, o testemunho vem se consagrando como um importante recurso retórico na obra de convencimento de novos fiéis. Dessa forma, sua importância ultrapassou o objetivo religioso, passando a ter fins mercadológicos.” Oliveira afirma que os testemunhos tradicionais apresentavam bênçãos alcançadas com o objetivo de glorificar o nome de Deus. No entanto, os divulgados na mídia hoje se objetivam a “divulgar uma marca (instituição) e “vender” seus produtos” (OLIVEIRA, 2011, p.7).

Ao falar da recente evolução dos testemunhos, Oliveira afirma que o que sofreram “é um reflexo das ‘pressões’ sofridas pelas igrejas no sentido de se adequarem às condições do mercado, ‘vendendo’ os seus ‘cultos’ e fazendo uso de técnicas discursivas provenientes da área da publicidade” (OLIVEIRA, 2011, p.7).

Nos testemunhos do dia 30 de dezembro, por telefone, a senhora Neiva, de Santa Catarina, falou de uma dívida que tinha de mais de 11 mil reais e depois das orações para “o Deus da IMPD”, como se referiu, ela foi reduzida para pouco mais de 100,00 reais. Ao ser questionada pelo bispo sobre o sentimento de participar daquela obra, a mulher disse estar feliz, pois aquele Deus era maravilhoso. Em seguida, vieram as perguntas relacionadas com o dinheiro.

B: A senhora tem contribuído com esta obra querida?

N: Sim, mas **nós depositamos no banco** porque não tem igreja na nossa cidade, nos ofertamos com o dízimo, passaporte e agora estamos participando com o propósito da idade, já mandei o comprovante.

B: Ah, **a senhora já depositou?**

N: Já, já mandei o comprovante.

B: Que benção. Olha **que Deus continue prosperando e abençoando a vida da senhora**. O mais importante me permita perguntar para a senhora, como é que está hoje a vida espiritual da senhora?

N: Hoje eu aprendi a conhecer e amar mais esse Deus maravilhoso.

B: Que é o mais importante.

N: **Eu vive 20 anos batendo em outras portas e nunca consegui nada hoje eu tô convencida que Deus aprovou os ensinamentos do apóstolo**.

B: Que maravilha querida (...) e eu peço a senhora, a todo o povo, ajude essa obra.

É importante abordar que além dos depoimentos dos fiéis, muitas vezes os obreiros e o próprio apóstolo conta histórias de sua vida, esbarando na questão da memória. No programa de dezembro houve um depoimento de uma mulher que chegou a pensar em tirar a vida por causa de uma lepra e depois de conhecer a IMPD por um programa na TV foi curada. Ao falar da TV o apóstolo lembrou-se da perda do programa e do que Deus disse a ele em louvor.

Esse programa, ele vale muito mais do que a gente paga. É porque não é monetário, não é financeiro. Esse programa vale vida, é. **Quando me tiraram (chorando) eu falei: o meu Senhor e agora?** Tem tanta gente procurando aquela palavra, aquela oração. **Em louvor Deus falou:** Calma, são só umas férias, quando voltar já volta multiplicado (multidão aplaude). É, já volta multiplicado.

Em meio às lembranças, Valdemiro aproveitou para pedir que os fiéis ajudassem a manter o programa no ar pagando o dízimo em dia. No final, a mulher que possuía

autenticidade para falar, pois havia sido curada após conhecer a obra por meio da TV, concluiu seu depoimento com um pedido:

Quero falar pro povo de Deus pra ajudar essa obra **porque é verdade o que Deus faz aqui apóstolo**. Eu choro junto com o senhor quando eu vejo falando que não é verdade o que acontece aqui, porque o que acontece aqui é coisa de Deus. **Eu sei eu sofri na pele e Deus me curou**, me limpou, me tirou aquela lepra horrível que eu tava sentindo. E o senhor é um homem de Deus e **ninguém tem direito de tirar a televisão do senhor porque Deus é contigo** e Deus vai dar um programa pro senhor.

O caráter de comprovação da veracidade dos fatos é uma constante nos depoimentos. Os fiéis levam exames, fotos, familiares e até mesmo as raspas das feridas como foi o caso da mulher curada de lepra. Essas ações dão, ao fiel que ouve, uma legitimação do que está sendo dito. Além disso, servem para mobilizar a sensibilidade dos mesmos que muitas vezes passam por situações semelhantes.

3.5 A inversão de papéis e as trocas simbólicas

Na tela sempre aparece uma arte com o número da central e as campanhas de oferta. Nos dias analisados, além da campanha já citada, também estava acontecendo a Oferta “Semente para a vida - Propósito de acordo com sua idade”. Na arte, logo abaixo, vinha a frase: Você tem uma missão, socorrer a obra de Deus. Ligue agora na central. Os números iam mudando de acordo com os Estados.

Essa campanha foi lançada pelo apóstolo para que as pessoas ofertassem de acordo com a idade que possuíssem. Em troca elas iam receber uma caixinha de promessas. O bispo explicou a campanha e mais uma vez responsabilizou os fiéis a salvarem a obra de Deus, “uma obra que só tem feito o bem e por isso merece prosseguir”, o que só é possível se os fiéis ajudarem. No trecho há também o uso do imperativo característico do discurso religioso.

Eu gostaria de fazer um apelo enquanto as pessoas estão ligando, a todo momento as pessoas do milagre falavam ajude essa obra e **você** vai tomar posse de uma caixinha de promessas. (...) Essa caixinha **você** vai, tanto do final do ano agora dia 31, **você vai retirar** uma promessa. **Você vai ver** na saída do ano 2013 e já no 1º de Janeiro, já no mesmo ano **você vai tirar** uma nova promessa. Essa nova promessa a qual **você** vai tirar, você vai ler e em nome do Senhor Jesus ela vai se cumprir **na sua vida**. Nós vamos mandar pra você (...) a caixinha de promessa como você acabou de ver. **Você vai ligar pra nossa central** de atendimento (...) e **você vai ajudar a obra do nosso Deus**, uma obra que só tem feito o bem, é. Esta obra só tem feito o

bem. Ou seja, uma obra como essa que só tem feito o bem ela deve prosseguir, não é isso? Ela deve prosseguir, ela não pode parar. E **você vai ajudar com uma semente**, só que essa semente será diferente como em todo ano o nosso apóstolo ele pede, **você vai dar a sua idade**, quantos anos você tem. Essa será a sua oferta para a obra do meu Deus. Por exemplo, eu tenho 35 anos então essa será a minha oferta para a obra do meu Deus 35,00 reais. **Ligue agora.**

A personalização dos fiéis juntamente com a direção individualizada presente no uso de “você” e não “vocês” também é uma estratégia discursiva que simula uma relação de conversa quase que pessoal, íntima e direta entre o bispo e o fiel.

Para justificar a campanha também foi usado um trecho bíblico, o salmo 21, que diz “o Senhor guardará a sua saída e sua entrada, desde agora e para sempre”. Este foi explicado pelo bispo da seguinte maneira: “ao sair de 2013 Ele vai nos guardar e ao entrar no novo ano Ele continuará guardando e nos abençoando [...] Ou seja, em tudo que fizermos seremos bem-sucedidos para honra a glória deste Deus maravilhoso.” Observa-se neste trecho o que Orlandi (2005) chama de obscuridade do dizer religioso que gera a possibilidade de muitas leituras, a paráfrase.

O apóstolo nos momentos de concentração sempre lembra a importância da igreja na vida das pessoas. É fácil notar que uma das frases mais usadas por eles é: “Essa obra só tem feito o bem” e sempre ancorada pela justificativa “porque a mão de Deus está aqui”. Por meio delas é possível perceber o poder de integração social da religião, o poder de transformar a vida das pessoas defendido por Pereira (2004),

Nas situações em que a vida mais parece ameaçada, que são os momentos de doenças, tragédias, desemprego que contribuem para a exclusão social, a busca ou apelo religioso torna-se mais forte. Com a prática religiosa, ou a experiência do sagrado, as coisas ou as situações que compõem a sociedade e a vida humana, tornam-se mais plena de significado simbólico. A religião ajuda a recompor esses “sistemas simbólicos” que fazem parte do cotidiano das pessoas. (PEREIRA, 2004, p.4).

No programa de dezembro foi apresentada uma concentração do apóstolo em Goiânia. Uma mulher que teria a perna amputada e não poderia seguir com sua gestação testemunhou ter conseguido a cura assistindo os programas da IMPD. Nele podemos ver o que Pereira (2004) defendeu ao falar das situações de ameaça da vida e do poder de recomposição dos sistemas simbólicos a partir da religião.

Essa obra não deixa desistir da vida, foi o que essa mulher falou. Porque se tem alguém do outro lado que estava quase desistindo da vida e vê isso

aqui, retoma sua fé e esperança e vai em frente. Se tem alguém que tava quase desistindo da vida ao ver isso a esperança vai renascer, renascer. Quem ouviu o que essa mulher falou levanta a mão, por favor. Ela falou de quando pede ajuda pela televisão, **porque se não existisse o programa na televisão certamente essa mulher não estaria aqui.** Quem concorda comigo? **(gritando)** Lá no hospital quando a solidão bateu, quando bateu o desespero, quando o médico falou que ia tirar o bebê e ela ouviu a palavra de esperança e de fé, ela ouviu o que Deus falou pra ela através do programa, pela televisão e ela tá aqui com o bebê. Não deixa a gente desistir da vida, ela falou. **Tem muitos de vocês que já estavam desistindo também, quem conheceu essa obra a fé venceu no seu coração.** Quem concorda? Então não adianta querer apagar essa obra da face da terra. **É mais fácil a terra desaparecer do que essa obra ser apagada da face da terra. É, porque essa obra é a mão de Deus.** Essa obra não é Valdemiro, não se iluda. Valdemiro não é nada, não vale nada. Valdemiro é um comedor de angu. Essa obra é poder de Deus. Esta mulher disse, ajude o programa porque quando eu estava lá no hospital quase desistindo da vida, Deus foi lá e botou a mão na vida dela devolvendo as pernas e mais que isso devolveu esse bebezinho lindo, mostra a princesinha que tá aqui no colo dela. É um prêmio. É ou não é um prêmio? É um prêmio. Eu quero ver alguém falar mal dessa obra pra essa mulher, porque **quem é ignorante não conhece nada fala besteira, mas quem sentiu na pele a morte e agora a vida sabe o que essa obra significa.** E representa.

Nota-se que o apóstolo sabe muito bem explorar esse fator e usá-lo para estimular os fiéis a manter a obra no meio televisivo. A mulher havia pedido aos fiéis que doassem e que não deviam achar muito quando eram pedidas ofertas pela televisão. O apóstolo usou isso para reforçar a fala de que muitos já teriam desistido da vida se não fosse aquela obra. Ao falar sobre o problema da mulher, Valdemiro altera a voz, reforçando ainda mais o que diz. Argumentou mais uma vez que não adiantava querer apagar a obra, pois nela está a mão de Deus. Sendo assim, resta aos fiéis o compromisso de continuar salvando vidas, o que se torna possível através das doações.

Durante o programa foi possível verificar grande divulgação da obra e dos produtos. Pereira (2004) afirma que estes produtos, ou objetos, são símbolos de poder. Ou seja, possuem valores simbólicos sendo portadores de poderes sobrenaturais diante da fé que despertam no fiel. A caixinha de promessas e a toalhinha foram as mais comuns. No entanto, em um depoimento foi divulgado a água ungida, que não é vendida propriamente, mas, que recebe uma oração durante alguns programas da TV e depois pode ser usada pelo fiel. Nele uma mulher de Mato Grosso disse que após beber e se banhar com a água ungida teve diversos materiais como arame, sapo, prego e agulha retirados do corpo. Este tipo de depoimento assim como os discursos publicitários desperta no fiel o desejo de adquirir aquele tipo de produto para também alcançar o que deseja.

Através desses depoimentos o fiel se vê estimulado a solucionar seus próprios problemas, assim como os depoentes. E o discurso da IMPD diz que é preciso ter atitude, ou seja, adquirindo elementos como a caixinha de promessas ele recebe bênçãos, entretanto precisa contribuir por isso. No caso da água, a unção acontece por meio da televisão, a princípio é um objeto sagrado oferecido gratuitamente. No entanto, é preciso participar financeiramente para o programa não sair da televisão, caso contrário não seria mais possível conseguir este tipo de unção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se através da análise que o discurso do apóstolo, no que diz respeito ao dinheiro, seguiu o do seu antigo líder Edir Macedo, citado no livro que conta a história de sua vida: “O Deus deste mundo é o dinheiro. Oferta é investimento” (TAVOLARO, 2004). E ainda segundo Gomes, “O discurso religioso da Igreja Universal sugere que para ser um verdadeiro cristão, o fiel deve ser bem-sucedido em todas as áreas de sua vida” (GOMES, 2006, p. 33). A palavra Universal poderia ser facilmente substituída por Mundial e o sentido da frase continuaria o mesmo.

No entanto, um diferencial da Mundial é a linguagem simples e a história de humildade e de superação do líder Valdemiro. Sempre que possível é abordado algum fato da vida do apóstolo no intuito de fazer as pessoas se emocionarem ou reforçar a ideia de “missionário escolhido”.

Na fala tanto do bispo quanto do apóstolo os argumentos têm como principal fundamento a autoridade divina. O que os impedem de sofrer questionamentos, pois falam em nome de Deus. O locutor desse discurso não deixaria de ser Deus, aos olhos dos fiéis, no entanto eles se colocam como representantes. Tudo que afirmam procuram confirmar através da Bíblia. No caso do apóstolo isso também acontece quando procura dizer que foi escolhido por Deus, o bispo também diz isso a respeito de Valdemiro, ou seja, ele possui uma autoridade que lhe foi dada por Deus tornando o que diz inquestionável.

Outros traços do discurso religioso que encontramos com frequência no programa foi o uso de imperativos, vocativos e performativos quando ordenavam ou faziam advertências, por exemplo. E a paráfrase que é muito usada para explicar as passagens bíblicas ou as campanhas de doação financeira.

No entanto, estes traços fazem parte da maioria dos discursos religiosos. O diferencial da IMPD certamente está nas divulgações de milagres e curas divinas facilmente comprovadas por testemunhos, segundo a IMPD. Tanto o *slogan* “O poder de Deus está aqui” como as diversas frases tanto dos líderes como dos testemunhos observadas durante a análise que dizem “a mão de Deus está aqui”, são fortes estratégias para conseguir cada vez mais adeptos ou consumidores religiosos que procuram um lugar onde Deus esteja presente e que estão dispostos a pagar por isso.

É importante salientar que a cura divina não é algo novo no cristianismo. Assim, vemos as condições para a produção do discurso citada por Orlandi (2012) no sentido sócio-histórico. O próprio Jesus Cristo teria realizado as curas muito vistas na Mundial como de

paralíticos, cegos e leprosos. O que serve também para comprovar o poder de Deus naquela obra. Fato que pode ser observado na doação da toalhinha associada às vestes de Paulo que eram dadas aos enfermos e realizavam curas.

O fato de propagar essa cura no meio televisivo tornando-a possível para um grande número de fiéis, seja por meio de toalhinhas, águas unguidas ou com imposição de mão em grandes concentrações, é um diferencial da Mundial. No programa é possível ver diversos paralíticos levantando de suas cadeiras ou macas, cegos que voltam a enxergar, pessoas libertas do câncer e todas dispostas a comprovar por meio de testemunho, fotos ou exames médicos que receberam a cura após conhecer aquela obra. Muitos desses afirmam ter conhecido a igreja por meio dos programas de televisão, sendo assim, é preciso continuar mantendo o programa no ar para que os milagres continuem acontecendo.

Em um país onde a saúde pública é precária e os planos de saúde muitas vezes inacessíveis pode-se tornar mais vantajoso fazer uma doação para uma igreja que realiza curas “gratuitamente”. Os que ainda não possuem condições financeiras para isso são estimulados pelos depoimentos e profecias de prosperidade financeira. São pessoas que deviam e depois de fazer algum propósito tiveram a dívida diminuída, ou conseguiram alcançar muito mais que precisavam. Tanto o apóstolo quanto o bispo fazem apelos pedindo a ajuda dos fiéis para manter a obra em troca eles conseguem orações, tem o nome escrito em livros e o mais importante salvam vidas.

Outro fato que chama atenção na Mundial é a quantidade de adeptos, nas concentrações é possível perceber isso com facilidade. Tanto o bispo quanto o apóstolo sempre reforçam esse ponto mostrando que aquilo só é possível porque o que realizam é verdade. No programa de dezembro o bispo Roberto Santana disse que a multidão que a IMPD reúne somente foi vista na Bíblia nos tempos de Jesus.

Olha ai a **multidão** tanto fora, isso é a fila né? Fora né? Olha ai, olha que maravilha. **Aonde você tem visto isso?** Aonde você vê? Sabe aonde? Somente aqui. É. Aonde o cego enxerga, aonde o paralítico anda, aonde o leproso é purificado. **A bíblia fala que as multidões cercavam o nosso Senhor Jesus**, as multidões iam aonde estava o nosso Senhor Jesus e nos dias atuais tem sido assim com essa Obra. Tem sido assim. Me permita e me perdoe o amigo telespectador, não é em todo lugar. Me permita fazer uma observação, eu particularmente só tenho visto nesta obra. **O que eu tenho visto nesta obra eu só vi em um único lugar, na sagrada escritura.** Mostra ai por favor (imagem da bíblia sobre Jesus e as multidões e depois do apóstolo a bispa e as multidões reunidas na IMPD).

Diante do estudo acreditamos ser a teologia da cura, os discursos dos líderes e os discursos dos fiéis os responsáveis pelo crescimento da IMPD e por levar o fiel à doação de valores. Totalmente autorizado por um poder divino e, portanto inquestionável, o apóstolo conseguiu conquistar uma verdadeira multidão que, segundo suas palavras, deve se apresentar disposta a contribuir para manter a obra. E, por meio dos testemunhos, é possível perceber que muitos deles estão. Não coube neste estudo verificar a veracidade dos testemunhos, o que foi percebido é que querem provar por meio deles que os que ofertaram receberam muito mais em troca. Já pensando em estudos futuros, seria interessante verificar como este programa é recebido pelos telespectadores, verificando como percebem o discurso e como são afetados por ele.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Jorge. Lugar de fala, polissemia e paráfrase nos discursos de FHC e Lula sobre o Plano Real. **GT de Discurso de Comunicação do IV Congresso da ALAIC** (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), Recife, setembro de 1998.

ASSMANN, Hugo. **A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1986.

BALESTERO, Arthur Esteves. Desafio emergente: Comunicação em igrejas protestantes históricas brasileiras. In: **Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo**. Universidade Metodista de São Paulo, 2007. P.214-228.

BERGE, Christa. Tensão entre os campos religioso e midiático. In: **Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo**. Universidade Metodista de São Paulo, 2007. P.23-32.

BIBLIA. Português. **Bíblia sagrada**. Tradução: Centro Bíblico Católico. 34. ed rev. São Paulo: Ave Maria, 1982.

BITUN, Ricardo. **Igreja Mundial do Poder de Deus: Rupturas e Continuidades no Movimento Pentecostal**. Estudos de Religião, v. 23, n. 36, 61-79, jan./jun. 2009.

CAMUÇATTO, Daniel Santana. A Construção e a Desconstrução da Imagem de Valdemiro Santiago nas Mídias. VIII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial. São Bernardo do Campo, SP. 2013. **Anais da Eclesicom**. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/anaisdaeclesicom2013/index.html>>. Acesso em: 3 Jan. 2014.

CÉSAR, Elben M. Lenz. **História da Evangelização do Brasil**; dos Jesuítas aos Neopentecostais. Viçosa, MG. Ultimato, 2000.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo, Edições Loyola, 1996. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=bEZ7OYF69PMC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 06 Jan. 2014.

GOMES, Leandro Eduardo Wick. **A religião na TV: a comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus na rede** Record. Bauru, SP, 2006. Disponível em: http://www4.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos_Comunicacao/pdfs/leandro_gomes.pdf. Acesso em: 18 Jul. 2013.

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

MORAES, Gerson Leite de. Comunidades emocionais e mídia: uma forma de entender o pentecostalismo brasileiro. In: **Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo**. Universidade Metodista de São Paulo, 2007. P.283-302.

OLIVEIRA, Derli Machado de. Mercado, marketing e religião: o gênero testemunho no discurso midiático iurdiano. **Simpósio internacional de estudos de gêneros textuais**. 2011. Disponível em: <[http://www.cchla.ufrn.br/visiget/pgs/pt/anais/Artigos/Derli%20Machado%20de%20Oliveira%20\(UFRN\)%20-%202.pdf](http://www.cchla.ufrn.br/visiget/pgs/pt/anais/Artigos/Derli%20Machado%20de%20Oliveira%20(UFRN)%20-%202.pdf)>. Acesso em: 18 de Janeiro de 2014.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. Campinas, SP- Pontes, 1996(a).

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e Leitura**. 3ª edição- São Paulo: Cortez; Campinas, SP- Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1996.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos**. 3ª edição, Campinas, SP- Pontes Editoras, 2008.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 10ª edição, Campinas, SP- Pontes Editoras, 2012.

PATRIOTA, Karla R.M.P. Nós temos o que você precisa: uma reflexão sobre a religiosidade midiática na sociedade de consumo. In: **Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo**. Universidade Metodista de São Paulo, 2007. P.87-97.

PEREIRA, José Carlos. O poder simbólico da religião. **VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais**. Coimbra, setembro de 2004. Disponível em: <<http://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/JoseCarlosPereira.pdf>>. Acesso em: 3 Jan. 2014.

PETEAN, Antonio Carlos Lopes. O sujeito e a reversibilidade no discurso religioso. **Revista Philologus**, Ano 14, N° 41. Rio de Janeiro: CiFEFiL, maio/ago. 2008. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/revista/41/o_sujeito_e_a_reversibilidade_no_discurso.pdf>. Acesso em: 6 Jan. 2014.

REFKALEFSKY, Eduardo; PATRIOTA, Karla R. M. P.; ROCHA, Maria da P. Nunes da. Comunicação, Marketing e Religião: o mercado da fé no Brasil. **Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. UnB, Brasília (DF), setembro de 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/r1891-2.pdf>>. Acesso em: 25 Nov. 2013.

ROCHA, Maria da Penha Nunes da. **As estratégias de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus**. Rio de Janeiro, RJ, 2006. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp021807.pdf>>. Acesso em: 18 Jul. 2013.

SILVA, Joelmir Mora da. **Fé e crença, religião e mercadoria**. Sorocaba, SP, 2009. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp153176.pdf>>. Acesso em: 17 Jul. 2013.

SODRÉ, Muniz. A salvação cotada em dólar. **Observatório de imprensa**. 2005. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd110720011.htm>>. Acesso em: 12 Nov. 2013.

SOUZA, Hebert Rodrigues de. A inserção protestante na mídia. In: **Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo**. Universidade Metodista de São Paulo, 2007. P.243-255.

SOUZA, Priscila Vieira. Mídia e religião no Brasil: implicações e possibilidades da investigação histórica. **Anais do VII Eclesiocom**. São Bernardo: UMESP, 2012. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/anaisdaeclesiocom/Trabalhos/14.M%C3%ADdia%20e%20Religi%C3%A3o%20no%20Brasil_Priscila%20Souza.pdf>. Acesso em: 05 Dez. 2013.

THOMÉ, Adriana. Igreja Eletrônica: propagação da fé na cultura midiática brasileira. **Anais do VI ECLESIOCOM**. 2011. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/1_Eclesiocom%202011/Arquivos/Trabalhos/18.Igreja%20eletr%C3%B4nica_Adriana%20thome.pdf>. Acesso em: 15 Dez. 2013.

TAVOLARO, Douglas. **O Bispo: a história revelada de Edir Macedo**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2007.