

Aspectos da inserção da Igreja Universal do Reino de Deus na mídia televisiva: tecnologias do discurso a serviço da prática hegemônica

Aspects of the insertion of Igreja Universal do Reino de Deus into televised media: technologies of discourse serving hegemonic practice

Cláudio Márcio do Carmo*

Este artigo traz uma reflexão sobre a inserção da Igreja Universal do Reino de Deus na mídia, a partir de um programa da Rede Record, chamado *Pare de Sofrer*. Partimos do pressuposto de que esse espaço de pregação ajuda na construção de um discurso mercadológico devido ao aspecto inter-semiótico. Nesse sentido, o trabalho de interface entre alguns conceitos de análise crítica do discurso e *marketing* pode esclarecer determinados aspectos das tecnologias discursivas utilizadas para o fortalecimento de ideologias e para garantia de uma argumentação consistente capaz de ajudar a desencadear um processo persuasivo hegemônico em favor da instituição religiosa.

This article analyses some aspects of the insertion of Igreja Universal do Reino de Deus (The Universal Church of the Kingdom of God) into the media. It started with the television program Pare de Sofrer, broadcast daily by Rede Record. My presupposition is that this new preaching space helps to marketize the discourse due to its intersemiotic aspect. The interface between some conceptions of critical discourse analysis and marketing theories may explain some aspects of discourse technologies used to intensify institutional ideologies and guarantee a consistent argumentation capable of helping unleash a persuasive and hegemonic process for the religious institution.

Palavras-chave: Tecnologias do discurso. Hegemonia. Marketing. Igreja Universal do Reino de Deus.

Key words: Technologies of discourse. Hegemony. Marketing. Igreja Universal do Reino de Deus.

1 Introdução

A Análise Crítica do Discurso, conforme proposta pelo lingüista Norman Fairclough, trabalha com base num quadro tridimensional. Nele, a linguagem é vista como prática textual, prática discursiva e prática sociocultural. A ancorando-se nessa visão, deve-se proceder à análise de um evento discursivo em relação: (1) a microcategorias lingüísticas utilizadas na tessitura do texto em que determinado discurso se materializa; (2) ao processo de produção, distribuição e consumo do mesmo; e (3) a questões sociais, ideológicas que perpassam um discurso conectando-o a alguma visão de mundo particular.

* Doutor. Professor Adjunto de Lingüística e Língua Portuguesa - Universidade Federal de São João del-Rei, MG/DELAC-UFSJ.

Isso significa que a análise da prática social proposta por Fairclough (1989) – e posteriormente reanalisada e rebatizada como prática sociocultural em Fairclough (1995) – é, portanto, *explicativa*. Nela, são englobadas as questões de ideologia e hegemonia e questões contextuais que ligam um dado discurso a uma determinada instituição. Nesse artigo, essa dimensão será priorizada embora não deixe de fazer menções a elementos pertencentes às outras.

Entendemos que refletir sobre a inserção da Igreja Universal do Reino de Deus na mídia é adentrar nos domínios de sua prática sociocultural, uma vez que pode causar um impacto direto na sociedade que recebe seu produto final, no caso em análise, um programa televisivo diário.

Nas palavras de Heberle, “[...] a dimensão *prática sócio-cultural* refere-se à investigação do evento discursivo em relação ao que está acontecendo num determinado momento num dado contexto sócio-cultural, seja este contexto localizado, institucional ou mais amplo” (HEBERLE, 2000, p. 296).

Nesses termos, nossa proposta é, então, refletir sobre esse processo de inserção institucional de uma religião na mídia e procurar esclarecer algumas questões ideológicas que o perpassam, com base em um programa da Igreja Universal do Reino de Deus (doravante IURD) chamado *Pare de Sofrer*, partindo das tecnologias discursivas nele utilizadas. Para viabilização da análise, tomou-se a transcrição do programa do dia 21/04/2000 no qual nos baseamos para produção dessa reflexão.

Estamos trabalhando com a hipótese de que a produção, distribuição e o consumo desse discurso é parte de um processo discursivo que procura validar e construir a hegemonia discursiva da IURD, em detrimento de outras religiões, ou mesmo de outras denominações também evangélicas.

O artigo foi dividido em mais três seções: *Sobre a Igreja Universal do Reino de Deus*, em que procuramos colocar algumas características da instituição em foco e *As tecnologias do discurso a serviço da prática hegemônica*, em que procuramos analisar o evento focalizando sua estrutura com base em macrocategorias já eleitas pela análise crítica do discurso (FAIRCLOUGH, 1989, 1992, 1995), refletindo sobre relações sócio-institucionais e de poder e uma possível tentativa hegemônica inter-religiosa; e as considerações finais. Também procuramos situar a instituição – cujo discurso pauta nossas reflexões – no tempo e no espaço atuais.

2 Sobre a Igreja Universal do Reino de Deus

Conforme Fernandes et al. (1998, p. 7), a literatura especializada distingue os chamados evangélicos em dois grandes grupos que seriam o grupo de evangélicos históricos e o grupo de evangélicos pentecostais. Os primeiros surgiram na Europa entre os séculos XVI e XX e os pentecostais nos Estados Unidos no início do século XX.

A Igreja Universal do Reino de Deus faz parte do grupo pentecostalista e foi fundada por Edir Macedo, quando este resolveu sair da Igreja Pentecostal Nova Vida, para fundar um movimento no qual pudesse colocar em prática suas concepções sobre avivamento (CAMPOS JÚNIOR, 1995, p. 53).

Segundo Campos Jr. (1995), Edir Macedo inicia suas atividades em julho de 1977, no Rio de Janeiro, com um tipo de discurso imediatista que logo surtiu efeito e, já em 1985, a Universal estava em quase todas as capitais brasileiras. Da mesma forma que vários segmentos evangélicos pentecostalistas, essa igreja expandiu-se utilizando todo tipo de acomodações para abrigar seus cultos. Primeiramente, chegou ao rádio para atingir as classes média e alta e chegou às camadas populares tanto pelo rádio, quanto pela televisão.

O ponto fundamental para expansão da igreja foi o aumento dos programas de rádio e a aquisição da Rede Record em 1989, pois, com um discurso que se adapta a todas as camadas da sociedade e a utilização de recursos nos cultos, como músicas, a IURD cresceu e continua crescendo rapidamente. Além do Brasil, a Universal já chegou à Argentina, Colômbia, Peru, Portugal, Angola e Estados Unidos, sendo que, só no Brasil, são aproximadamente 700 templos (CAMPOS JÚNIOR, 1995, p. 57).

Para Fernandes et al. (1998), a Igreja Universal pode ser caracterizada pelas tentativas de recrutamento de seus membros em suas classes sociais de origem, tendo também bons resultados quando procuram recrutar membros de outras religiões, especialmente Umbanda e Candomblé. A frequência regular ao templo também é importante. Partilham também todas as denominações – históricas e pentecostais – da crença no demônio e de certa rejeição às outras religiões. A oração deve ser livre de fórmulas – uma diferenciação com as rezas comuns às outras igrejas – sendo, em essência, um diálogo interior com Deus.

Dentre os dons do Espírito Santo já estabelecidos na IURD – os de pregar, de falar em outras línguas e de curar – este último e o dom de expulsar demônios, implementados posteriormente, têm sido extremamente enfatizados como outras tônicas surgidas depois de movimentos chamados Cruzadas evangélicas nos anos 50. Com relação às bênçãos, grande parte de seus fiéis acreditam ter recebido e receber regularmente bênçãos na Igreja (FERNANDES et al., 1998).

Por fim, há também a verificação de que a participação financeira é uma norma seguida por todos os conjuntos denominacionais o que nos remete ao clássico trabalho de Weber (1989) – *A ética protestante e o espírito do Capitalismo* – mostrando que pontos capitalistas de suas raízes sobrevivem e ainda subsistem atualmente em ambos os grupos, desde o mais tradicional, o das “Históricas”, ao mais inovador representado pelas “Pentecostais” e se destacando na Igreja Universal do Reino de Deus.

3 As tecnologias do discurso a serviço da prática hegemônica

Antes de analisar determinadas tecnologias discursivas utilizadas no programa utilizado para nossa reflexão, sobre alguns aspectos da inserção da Igreja Universal do Reino de Deus na mídia televisiva, faz-se necessário esclarecer alguns dados sobre ele. *Pare de Sofrer* é um programa diário exibido pela Rede Record de Televisão, às vezes ocorrendo alterações de horário, comuns às emissoras.

O programa gravado foi o do dia 21/04/2000, época em que era sempre exibido nas madrugadas. Partimos do princípio de que esse momento é propício a encontrar pessoas sofrendo de insônia devido a inúmeros e diversificados problemas para os quais estejam carentes de solução. Essa parece ser uma explicação plausível para o nome do programa e para sua proposição em horário pouco convencional para se obter atenção em massa.

O início do programa é dedicado a uma explicação geral sobre seus propósitos. Por isso, podemos perceber uma preocupação do pastor em esclarecer ao telespectador a finalidade do programa. O que chama atenção é o fato de que não há a introdução da pretensão em si, mas da negação do que não é finalidade do programa, o que traz à tona a máxima de que toda negação pressupõe como contraparte a afirmação (1): “A nossa finalidade não é levar uma religião pra você não, a nossa finalidade é levar Deus até você, levar esperança, levar alegria, levar paz ao seu coração” (PASTOR DOUGLAS).

Nesse momento, o pastor, como ator representante da instituição, já se empodera na afirmação de que a finalidade é levar Deus, esperança, alegria e paz ao coração do telespectador. Ou seja, apenas quem possui ou acredita que possui tudo isso pode levar ou tentar levá-lo a quem quer que seja.

Além da negação pressupondo afirmação em (1), focalizando o trecho (2) abaixo, outro ponto importante que ajuda a iniciar a atmosfera catequética, inicialmente negada, é a afirmação de que quem está assistindo ao programa *quer participar* a qual é complementada pelo pronome *conosco* de valor inclusivo, segundo Pastor Douglas:

(2) [...] você quer participar conosco, você que é um católico, é um espírita ou é uma pessoa que talvez não tem nenhuma religião, mas você está sofrendo, então, fique conosco, eu tenho certeza que Deus vai abençoar grandemente a sua vida. (PASTOR DOUGLAS).

Evocando os discursos do catolicismo e do espiritismo, percebe-se uma preocupação inicial com outras religiões o que já traz em si a interdiscursividade¹ como

¹ A interdiscursividade, de forma complexa, estaria presente na imbricação de diferentes gêneros discursivos e/ou discursos. Para Fairclough (1992), a interdiscursividade é, então, uma questão de como um tipo de discurso é constituído por meio de uma combinação de elementos de ordens do discurso.

marca no discurso evangélico. Caso não se tenha religião alguma, o pastor traz a idéia de sofrimento de forma ampla como motivo para que se permaneça assistindo ao programa, pois ele certifica o telespectador, mesmo de outras religiões, de que Deus o irá abençoar. Tudo isso ainda é reforçado pelo modalizador *grandemente*.

Dessa forma, o discurso de outras religiões pode ser interpretado, ao ser mencionado e pela contraposição, como uma possível estratégia de recrutamento, conforme exposto na seção anterior. Ou seja, qualquer telespectador passa a ser um fiel em potencial:

Determinadas articulações discursivas podem ser evidenciadas ao tomar a seguinte passagem introdutória do programa em que podemos entrever os exemplos (1) e (2) num contexto maior:

(3) Muito bom dia, que Deus abençoe a todos! A partir de agora o *Pare de Sofrer* vai ficar com vocês e você vai ter a grande oportunidade de ligar para nós. Nós vamos atender você que está aflito, você que está sofrendo, você que está angustiado, você que nessa madrugada se encontra em meio às dificuldades; tudo tem dado errado para você e você está acompanhando esta programação, está acompanhando o programa e você sentiu algo muito forte no seu coração e você quer participar conosco, você que é um católico, é um espírita ou é uma pessoa que talvez não tem nenhuma religião, mas você está sofrendo, então, fique conosco, eu tenho certeza que Deus vai abençoar grandemente a sua vida. [...] Eu tenho absoluta certeza que nessa madrugada, meu amigo, você que está assim aflito, você que está assim angustiado, você vai receber esta paz dentro do seu coração, você vai receber uma alegria dentro do seu coração, fique conosco, e eu tenho certeza que Deus vai abençoar muito a sua vida. (PASTOR DOUGLAS).

Ao tratar do telespectador usando o pronome *você* como uma estratégia de aproximação ou como *meu amigo*, uma estratégia de familiarização, é colocada uma série de adjetivos e expressões de valor negativo indicadoras de estados de sofrimento (*aflito; sofrendo; angustiado; se encontra em meio às dificuldades; tudo tem dado errado*), diferentemente das palavras e expressões ligadas ao programa ou ao ator representante da instituição que são positivas (*grande oportunidade de ligar para nós; quer ligar para nós; eu tenho certeza que Deus vai abençoar grandemente a sua vida; você vai receber esta paz; você vai receber alegria*).

De um modo geral, a Igreja Universal do Reino de Deus procura evocar principalmente o discurso de outras religiões, em especial, da Umbanda, do Candomblé, do Espiritismo e do Catolicismo e constrói o programa fazendo uso de gêneros discursivos³, quais sejam: gênero *testemunho*, composto por narrativas de vida;

³ Fairclough define gênero como [...] “um conjunto de convenções relativamente estável que é associado com, e parcialmente representa, um tipo de atividade socialmente aprovado, como a conversa informal, a compra de produtos em uma loja, uma entrevista de emprego, um documentário de televisão, um poema ou um artigo científico” (FAIRCLOUGH, 1992, p. 126).

conversa pelo telefone, composto por todas as conversas ao telefone entre os telefonadores e o pastor; *entrevista*, composto por interações face a face com um Bispo; *videoclipe*, composto por vídeos de música *gospel*; *oração e reportagem jornalística* (para mais detalhes, ver CARMO, 2001). Cabe destacar que esses gêneros discursivos fazem parte tanto do específico programa analisado como de toda a série, o que foi constatado ao se fazer um acompanhamento dos outros.

A utilização de gêneros comuns e conhecidos pela *comunidade receptora* (terminologia de SCOLLON, 1998), bem como a utilização da Bíblia como elemento fundador e validador do discurso da Universal evidencia o que explicita Fairclough (1997, p. 80), quando afirma que as concepções discursivas [e genéricas] naturalizadas são um mecanismo extremamente eficaz para perpetuar e reproduzir dimensões culturais e ideológicas da hegemonia. Nas palavras de Borelli “[...] os gêneros constituem um padrão a mais na sólida configuração da indústria cultural” [e religiosa] (BORELLI, 1995, p. 79).

A articulação entre diferentes discursos e gêneros chamados dentro do evento *Pare de Sofrer* evidencia a existência de uma luta por hegemonia entre denominações religiosas diferentes, mas também entre outras facções evangélicas. Essa é a razão para que o pastor elenque inúmeros problemas que podem assolar a vida do telespectador e afirme que *nada* importa, com a condição de que ele busque a Deus, o qual, contextualmente, passa a estar ligado apenas à IURD:

(4) [...] Deus vai acolher você também. Isso independe qual seja sua denominação, isso independe qual seja o seu problema, não importa, não importa se você hoje está nas drogas, se você está na prostituição, não importa se você é uma pessoa, um ex-presidiário, não importa se você tem vivido é, é, é, na prostituição, se você é um viciado de bebida, não importa nada, meu amigo, o que Deus, Ele está esperando é que você busque a ele que você o busque para que você possa ter a sua libertação, para que você possa ter a sua transformação. (PASTOR DOUGLAS).

O trecho abaixo, tirado da letra de uma das músicas do gênero videoclipe, reforça principalmente a idéia de que, se não se buscar a Deus, não pode haver felicidade. Contudo, contextualmente, essa felicidade está também condicionada ao ingresso na IURD: (5) “Vidas carentes de vida/almas carentes de forças/fingem ter felicidade/enquanto a noite durar/até que um dia uma lágrima/faça com que lembrem de Deus/e só então suas noites/serão de paz outra vez”.

Como observa Fairclough (1997, p. 80), a prática hegemônica e a luta hegemônica assumem, em grande medida, a forma de prática discursiva na interação oral e escrita. Nesse caso, o que se pode perceber são variações no grau de aceitabilidade das práticas discursivas com as quais a Universal dialoga.

Por exemplo, o gênero *testemunho*, bem como o discurso co-construído por ele veiculado, principalmente em sua apresentação pelo locutor do programa, mostra sempre um grau de aversão ao discurso espírita, umbandista e candomblecista bastante grande, o que também foi apontado por Fernandes et al. (1998). Segundo a pesquisa realizada por esses autores (p. 81), a rejeição à Umbanda e ao Candomblé é unânime nas denominações evangélicas, sendo geral, também, com relação ao Espiritismo Kardecista, pois são consideradas religiões demoníacas. O Catolicismo é menos rejeitado pelas denominações evangélicas de um modo geral, mas a Universal destaca-se pela rejeição radical ao Catolicismo num nível superior à média (p. 82). Apesar de ser citada a religião messiânica, os pastores não tecem nenhum comentário sobre ela, talvez por ser uma religião menos conhecida.

Vejam, então, o trecho em que um locutor introduz um testemunho que será dado por Iraídes Boese, principalmente com relação à adjetivação que constrói e atribui uma atmosfera macabra à idéia de entidades, sem que haja uma explicitação sobre as religiões que se orientam por crenças dessa natureza (e sem necessariamente terem aspecto macabro):

(6) Manaus foi a cidade que Iraídes Boese, esta paranaense de 37 anos escolheu para viver e foi aqui durante muitos anos que protagonizou uma história repleta de derrotas. Iraídes por quase 20 anos viveu subjugada aos caprichos de entidades malignas. Dominada pelos demônios, fazia oferendas, despachos, trabalhos de magia negra e bruxaria. Ignorando o poder devastador dos espíritos malignos, esteve muito próxima de destruir a própria vida e a vida de toda a família.(Locutor).

As escolhas lexicais demonstram claramente um ataque às religiões afro-brasileiras, que são muitas, de orientações diferenciadas, mas todas postas como magia negra, como detentoras de rituais e práticas macabras. Em outras palavras, de acordo com o construto discursivo da IURD, não há separação entre elas, nem a possibilidade de se encontrar algo de bom nelas. Um possível impacto desse discurso na sociedade seria a criação de uma aversão às religiões afro-brasileiras sem que o telespectador pudesse, por conta própria, averiguar a veracidade das afirmações ou conhecer e analisar diferentes posições acerca do assunto. Numa hipótese mais positiva, a instituição poderia recrutar novos fiéis, mas, negativamente, se poderia alimentar um preconceito histórico descabido numa época em que se busca e se prega o que é extremamente importante: o respeito às diferenças.

Nos outros gêneros, pudemos ver que, apesar das contradições, “aceita-se” bem mais o discurso católico e das outras denominações evangélicas, mas apenas como um procedimento de atenuação, como nos exemplos (2) e (4) anteriormente expostos.

Nestes, apesar de não haver um ataque explícito como no (6), por exclusão e pela forma como se constrói o discurso, a IURD passa a ser a única a veicular a palavra de Deus.

Nessa conversa ao telefone, o pastor conversa com a telefonadora Dorotéia que lhe conta uma história ligada a espiritismo. O pastor então frisa tanto o lado da possessão, como algo que considera negativo na ligação com espíritos, quanto o fato de a telefonadora não querer ser usada pelos espíritos, inclusive com muitas repetições de advérbios de negação, até que a conversa culmina com a solução para o problema: a ida à igreja:

(7) Dorotéia: Então essas coisas sempre acontecem comigo.

Pastor Douglas: Não, por aí, por aí a senhora pode ver que não são coisas, não, não são coisas boas, né?

Pastor Douglas: Porque senão tava iluminando a vida da senhora, né?

Pastor Douglas: A senhora, tem, é, a senhora, a senhora, eu acredito que a senhora tem sentido uma opressão muito grande.

Pastor Douglas: A senhora não quer é... isso [...] [isso = ser tomada por espíritos]

Pastor Douglas: a senhora não quer, é, que os espíritos venham tomar conta do corpo da senhora.

Pastor Douglas: A senhora não quer ser usada por eles?

Dorotéia: Não.

Pastor Douglas: Bom, então, nesse caso, na Igreja, na Igreja Universal, nós temos na sexta-feira um processo, uma corrente de libertação, é uma terapia espiritual, é pras pessoas que estão enfrentando esse tipo de problema [...].

Seja de uma forma mais agressiva ou mais tênue, as articulações discursivas e a organização dos gêneros em termos de conteúdos que possam corroborar o ponto de vista da instituição sob um arranjo coordenado pelo seu representante – o pastor – no programa podem ser vistas como uma estratégia de promoção da IURD. Por isso, o ponto de vista construído no evento e materializado no texto constitutivo do programa *Pare de Sofrer* sempre sobrepõe o discurso da Igreja Universal do Reino de Deus aos outros com os quais ela dialoga:

(8) Pastor Douglas: [...] você [=qualquer pessoa=telespectador] vai se colocar ali [=IURD] pra buscar a Deus, você vai buscá-lo, você vai ali pra buscar a solução para os seus problemas, você vai buscar e Deus vai acolher você. Não é isso que você tanto tem pedido a Deus? Não é isso que você tanto precisa? De alguém [=Deus=IURD] que venha acolher você?.

Deve-se ressaltar ainda, dentro do que nos explica Fairclough (1997), que um objetivo importante da luta hegemônica é a desnaturalização de convenções existentes,

no caso em análise, das convenções pertencentes às outras denominações religiosas, e a sua substituição por outras, no caso, pelas convenções da Igreja Universal do Reino de Deus. Esse é um dos fatores que justificam o *marketing da fé* no evento discursivo: é preciso vender as idéias, concepções, ideologias e os bens de consumo/salvação da instituição.

Oliveira (2000, p. 125-127), do ponto de vista neurolingüístico, destaca que os seres humanos são produtos do meio ambiente e que a cultura é constituída por universais – hábitos e comportamentos partilhados por todos; por alternativas – hábitos e comportamentos partilhados ora por uns ora por outros; e por especialidades que são hábitos ou comportamentos partilhados por pequenos contingentes da população.

De acordo com esse autor, os hábitos, como a profissão de uma religião, são variáveis culturalmente e um costume pode ser considerado normal ou esquisito, devido a variações temporais ou socioculturais. O autor (p. 128) afirma também que toda cultura é etnocêntrica, porque essa cultura acredita que tudo o que tem e o que faz é certo e normal e que outras culturas são erradas e anormais.

Podemos inferir desse pensamento que a luta hegemônica verificada no discurso analisado é fruto da colocação das ideologias da Igreja Universal do Reino de Deus no centro, o que causa, por conseguinte, o repelimento das demais religiões e facções religiosas que são consideradas “esquisitas” e “anormais”.

Oliveira (2000, p. 133) destaca que, além disso, na socialização e formação da personalidade, todas as pessoas influenciam e são influenciadas por todas as outras, característica que passou a ser muito bem explorada pela mídia, principalmente pela televisão que é audiovisual. Ainda segundo o autor (p. 145), todos os inúmeros elementos pertinentes à cultura humana são introjetados na cabeça de cada um de geração a geração para que todos procedam da mesma forma, sendo que isso ocorre inclusive com as crenças e raciocínios lógicos.

Oliveira (2000) explica que os especialistas em *marketing* descobriram isso desde a sua criação no século XX e, para vender mais produtos, as empresas de *marketing* estimulam as necessidades vegetativas e as emoções humanas, o que, como mostra Sandmann (2000, p. 27), também é uma característica da linguagem da propaganda que precisa vender um bem de consumo – um produto ou um serviço – ou uma idéia; persuadir alguém, levar alguém a uma mudança de comportamento.

Nesse sentido, todo o discurso veiculado no programa funciona como *marketing*, como propaganda da instituição que toma ares de empresa, vendendo seu produto, razão pela qual o discurso veiculado apele tão fortemente às emoções da comunidade receptora e se introduza na mídia.

Esse processo de mercantilização da religião pela mídia é um fenômeno até certo ponto recente, fruto das transformações tecnológicas que se tornaram mais visíveis no final do século passado como resposta à Globalização que já vinha ocorrendo em outros setores como o político e o econômico.

Avaliando os efeitos da Globalização no campo religioso, Beyer (1997, p. 71) observa que está ocorrendo um processo de privatização nas religiões. Segundo o autor, essa privatização refere-se à subida de um tipo de religião pluralista e voluntária entre os indivíduos, encorajada pelas próprias estruturas básicas na sociedade global moderna.

Esse ponto de vista pode ser utilizado para pensar duas situações que favorecem a inserção da instituição religião na mídia no contexto atual. Primeiro, a Igreja Universal do Reino de Deus mostra-se pouco flexível em termos de aceitação da pluralidade cultural e religiosa do Brasil, razão para o ataque a religiões mais plurais como o Espiritismo, Candomblé e, principalmente, a Umbanda, cuja principal característica é a sua capacidade de agregar elementos de culturas e religiões diferentes devido ao sincretismo. Em segundo lugar, a mídia, que já alargava as fronteiras nacionais, simplesmente não possui mais fronteiras, porque o avanço tecnológico, hoje, faz com que a mídia alcance rapidamente diferentes pontos do mundo. Em decorrência disso, a entrada da religião na mídia, inevitavelmente, causa mudanças consideráveis no campo religioso e nas próprias instituições religiosas, como é o caso da IURD.

Calcado em Weber, Beyer (1997, p. 81) esclarece que a comunicação religiosa caracterizava-se por um código de moral responsável por sua estruturação, pois ele permitia uma interpretação ética dos problemas sociais. No entanto, estabelecer um desempenho religioso, por meio de códigos de moral, depende, estritamente, de sua efetivação na estrutura social que favorece a moralidade como uma forma privilegiada de regulação social. Hoje, esse procedimento garante, por sua vez, apenas a manutenção do transcendental nas religiões como as fronteiras intragrupo e as figuras de Deus e Satanás, por exemplo. O que se procura mostrar são mudanças estruturais e de globalização da sociedade moderna como modificadores do pensamento de personificação do mal baseado na dicotomia Deus e Satanás.

O foco parece estar mudando do código de moral e de um mal personificado para as próprias necessidades individuais criadas pela instabilidade da vida moderna. As fronteiras entre os grupos religiosos estão cada vez mais fracas, porque a união em torno de uma ética religiosa em particular está cedendo lugar para as escolhas individuais.

A religião e, no corrente contexto, os profissionais religiosos estão, portanto, enfrentando um dilema: reinterpretar (*address*) o problema contemporâneo de influência religiosa sem a velha solução ou reafirmá-la (BEYER, 1991, p. 86). Para esse autor (p. 93), esse dilema desfaz-se em uma direção liberal e outra conservadora, pois, no mundo moderno, a religião porta-se com uma face privatizada ou com uma face pública, dependendo do que ele chama de função religiosa ou desempenho religioso, havendo duas possibilidades posteriores: o ecumenismo ou a reapropriação do tradicional.

No caso em análise, o tradicional parece ser a opção feita pela Universal. Ainda baseada em um código de moral, calcado na dicotomia Deus e Satanás, houve uma mudança na personificação do demônio que, devido ao embate com religiões que acreditam na posse de espíritos, deixou de ser totalmente transcendental e passou a ser visto como um espírito passível de identificação e caracterização humana.

E, nessa perspectiva, a Igreja Universal do Reino de Deus mostra duas tendências: manter o tradicional pelo que expusemos acima e, ao mesmo tempo, buscar um pseudoecumenismo, que leve todos ao consumo de seus bens, a partir da hegemonia de seu discurso.

Fairclough (1997, p. 81) chama a atenção para o fato de o próprio discurso ser uma esfera da hegemonia e esclarece que a hegemonia de uma classe ou grupo sobre toda a sociedade ou parcela dela depende, em parte, de sua capacidade de moldar práticas discursivas e ordens de discurso. Por essa razão, todo o evento discursivo é híbrido e mantém o equilíbrio mais ou menos instável entre as práticas discursivas e a ordem do discurso midiático que garante a ele coesão, coerência e abrangência.

Essa coerência discursiva, por sua vez, é dada principalmente pelas tecnologias discursivas que são utilizadas de maneira planejada pelos atores sociais da instituição que são ambivalentes, ou seja, são, ao mesmo tempo, atores religiosos e atores midiáticos. Talvez, da mesma forma apontada por Fairclough (1997, p. 88) sobre o discurso da medicina, a mistura de práticas discursivas no programa possa ser interpretada como ambivalente, uma vez que pode instanciar uma postura democrática e anti-autoritária por parte do pastor, mas pode impor à comunidade receptora uma nova forma de controle, mais adequada às prioridades da instituição religiosa.

Nesse sentido, a eficácia do discurso da Igreja Universal do Reino de Deus deve-se ao fato de a comunidade produtora (terminologia também de SCOLLON, 1998) utilizar-se de tecnologias discursivas as quais podem ser analisadas nos parâmetros de Fairclough (1992, 1997). Como assinala van Dijk:

Se partirmos do princípio de que, nas sociedades, é sobretudo através de enunciados escritos e orais – elaborados por actores sociais enquanto membros de um grupo – que as ideologias são produzidas e reproduzidas, parece aceitável que algumas estruturas do discurso realizem esse processo com maior eficiência que outras (DIJK, 1997, p. 105).

Esse ponto de vista embasa nossa análise de que as microcategorias (escolhas de léxico e gramática) que constituem o texto como um todo convergem para macrocategorias como os diferentes discursos e gêneros discursivos que são mecanismos geradores de interdiscursividade. Essa articulação entre mecanismos de construção discursiva pode ser vista como tecnologias do discurso evangélico da IURD, que, por sua vez, evidenciam que esta estrutura discursiva produz e reproduz suas ideologias com maior eficiência que outras religiões, pois a IURD cresceu e continua crescendo rapidamente no contexto religioso brasileiro. E, como observa Assmann (1986), cresceu em toda América Latina, principalmente por ter-se inserido na ordem do discurso midiático e se utilizado das estratégias de marketing.

De acordo com Pinho (1991, p. 96-97), dentro das estratégias de *marketing*, para gerar ação [e possíveis mudanças de pensamento e comportamento], pode-se usar o texto racional ou o texto emotivo. O primeiro se dirige à inteligência, agindo pela lógica dos fatos, o segundo dirige-se ao conteúdo da pessoa, ao seu lado emocional, pois fala a linguagem dos sentimentos e das emoções. O evento estudado mostra, claramente, nas marcas textuais, que é um texto emotivo. Ao trabalhar com o texto emotivo, a comunidade receptora tende a se emocionar, se identificar com o discurso veiculado e permitir a aproximação, mesmo não pertencendo ao grupo.

Por isso, podemos afirmar ainda que encontramos, na ordem social do discurso religioso, de acordo com os dados analisados, as tendências de mudança discursiva apontadas por Fairclough (1992), quais sejam a *democratização*, a *comodificação* e a *tecnologização*.

A primeira tendência, a *democratização*, acontece porque, a seu modo, a Igreja Universal do Reino de Deus está procurando “remover” as desigualdades e assimetrias nos direitos, obrigações e prestígios lingüísticos e discursivos de um grupo de pessoas, principalmente os de baixas renda e escolaridade, no momento em que oscila entre uma linguagem mais cuidada e outra mais coloquial. A partir disso, tenta-se eliminar o excesso de marcadores de poder devido à tendência à informalidade imposta pelo processo de *conversacionalização* amplamente utilizado na mídia; e tenta-se, ainda, atenuar as tensões discursivas mantidas com outras religiões.

Quando o pastor e o bispo se investem do poder e prometem a resolução de problemas de naturezas diferentes, ocorre a segunda tendência: a *comodificação*, processo por meio do qual a instituição transforma tudo em bens de consumo, ou seja, o programa da Igreja Universal do Reino de Deus “vende” suas idéias na mídia não apenas como bens de consumo, mas como *bens de salvação* (BOURDIEU, 1999, p. 32) o que distancia a instituição de uma ordem puramente religiosa e a introduz em uma ordem promocional.

A última é a própria *tecnologização* como processo de utilização de técnicas discursivas para manutenção do poder, da hegemonia do discurso da IURD. A tecnologização do discurso mostra-se, acima de tudo, como um conjunto de estratégias utilizadas para agenciamento, para colonização de fiéis e está ligada às escolhas de vocabulário, gramática, entonação, organização do diálogo, das imagens, dos discursos e dos gêneros.

A partir de uma pré-organização do evento, o texto é dirigido a todas as pessoas com problemas, o que, na atual conjuntura de desajustes climático, social, político e econômico, abarca a maior parte da população. Esse procedimento se evidencia, sobretudo, pelos elementos visuais e verbais que são os signos semióticos constituintes dos gêneros utilizados. Dessa forma, o texto capta a atenção da comunidade receptora, apelando para suas necessidades e emoções.

Um exemplo disso é a presença do imperativo, inclusive no título do programa: *Pare de Sofrer*. De acordo com Koch apud Heberle (2000, p. 307), o uso do imperativo é uma estratégia discursiva comum em muitas propagandas e serve para criar um envolvimento com o receptor, como se houvesse uma comunicação face-a-face. Além disso, a proposta passada pelo título não poderá nem será encarada como uma ordem, um pedido ou um apelo, mas, acima de tudo, como uma necessidade.

No contexto social, cultural, religioso, político e econômico em que o evento se insere, um Brasil caótico, cheio de problemas, pertencente ao rol dos países em desenvolvimento, onde as condições de vida da maioria da população são péssimas, os sistemas de saúde e educação são precários ou ineficazes e o desemprego um grande problema, cria-se um ambiente notadamente propício às práticas religiosas de um modo geral.

A atual situação do país, ligada a uma cultura extremamente híbrida, mística e religiosa, num início de novo século sobre o qual inúmeras profetizações foram feitas, formam um pano de fundo propício, sobretudo, a práticas discursivas da natureza encontrada na Igreja Universal do Reino de Deus, que surge como uma válvula de escape, como uma panacéia do mundo, prometendo a solução para todos os problemas pelos quais a população passa.

A luta hegemônica religiosa é, portanto, fruto desse contexto e da existência de inúmeras seitas, religiões, denominações e facções religiosas que lutam por fiéis, pela imposição de suas visões de mundo e pela legitimação de seu discurso e poder.

É por essa razão que o imbricamento discursivo e genérico, bem como os aspectos lexicogramaticais e inter-semióticos são uma tecnologia do discurso religioso da Igreja Universal do Reino de Deus na ordem do discurso midiático, enquanto um processo de intervenção na esfera das práticas discursivas religiosas, mostrando, sobretudo, a posição dos atores da IURD como tecnólogos do discurso. Estes, por sua vez, formulam e reformulam as técnicas discursivas, visando a otimizar a sua eficácia, modificá-las (FAIRCLOUGH, 1992, p. 89) e tornar funcional sua linguagem, mediando a interação no contexto religioso atual.

3 Considerações finais

Como se pode notar, o discurso evangélico da Igreja Universal do Reino de Deus contrapõe-se ao discurso de outras religiões numa relação de exclusão, em maior ou menor grau e intensidade, refletindo a ideologia evangélica de onde parte.

A interface com a área de marketing possibilita uma possível elucidação do porquê eleger a mídia como espaço difusor das idéias da IURD. O potencial híbrido da mídia facilita a organização e o uso das tecnologias discursivas que auxiliam na tessitura

do discurso midiático mercadológico da Universal, produzindo certo consenso que pode tanto reafirmar como persuadir a comunidade receptora a crer que essa instituição é a única e verdadeira religião capaz de levá-la a Deus e solucionar todos os seus problemas.

As articulações de gêneros e discursos levam a uma fluência que garante uma argumentação bastante consistente e coerente dentro da instituição religiosa. E é essa argumentação, juntamente com o hibridismo inter-semiótico proporcionado pela mídia, que desencadeia um processo persuasivo responsável pela eficácia discursiva da Igreja Universal do Reino de Deus.

Constrói-se a estrutura de um texto híbrido e esse hibridismo ajuda na constituição de um discurso mercadológico religioso na ordem do discurso midiático que visa, sobretudo, à sua própria distribuição e posterior consumo, com vistas ao alcance da hegemonia.

É por essa razão que o programa analisado traz, contundentemente, uma forma positiva de representação da igreja que acentua seu caráter promocional ao servir como meio de divulgação da instituição e de suas concepções.

Com um título apelativo, o programa cumpre com seu objetivo inicial: indicar um caminho para solução dos inúmeros problemas que assolam ou podem assolar a comunidade receptora. No entanto, concomitantemente, as articulações interdiscursivas percebidas no texto indicam mais que a tentativa de solucionar os males da comunidade receptora, já que esta comunidade pode ser levada ao ingresso no grupo. Isso pode ser verificado tanto na articulação de idéias evangelizadoras muitas vezes colocadas de forma opaca como também nas muitas vezes em que esse intuito de evangelização é negado pelo representante da instituição.

Como um discurso só existe ao se contrapor a outro, torna-se legítima a estratégia de trazer à tona discursos ligados a outras religiões. Contudo, isso não fez com que o programa deixasse de eleger as concepções e juízos de valor dentro da visão da IURD. Dessa maneira, a negação, diferentemente do que é literal e textualmente proferido, torna-se uma forma de “ataque” a outras visões de mundo e concepções a elas relacionadas.

Referências

ASSMANN, H. *A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina: convite a um estudo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.

BEYER, P. *Religion and globalization*. London-Thousand Oaks-New Delhi: SAGE Publications, 1997.

- BORELLI, H. S. Gêneros ficcionais: materialidade, cotidiano, imaginário. In: SOUSA, M. W. (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 71-85.
- BOURDIEU, P. Gênese e estrutura do campo religioso. In: _____. *A economia das trocas simbólicas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1999. p. 27-98.
- CAMPOS JÚNIOR., L. C. *Pentecostalismo: sentidos da palavra divina*. São Paulo: Ática, 1995. Coleção As religiões na história.
- CARMO, C. M. *Aspectos híbridos do discurso da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) na mídia televisiva: entre a religião e o marketing*. UFMG, 2001. Dissertação de Mestrado.
- FAIRCLOUGH, N. *Language and Power*. London and New York: Longman, 1989.
- _____. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, 1992.
- _____. *Media discourse*. London: Longman, 1995.
- _____. Discurso, mudança e hegemonia. In: PEDRO, E. R. (Org.). *Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, SA, 1997. p. 77-104.
- FERNANDES, R. C. et al. *Novo nascimento: os evangélicos em casa, na igreja e na política*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.
- HEBERLE, V. M. Análise crítica do discurso e estudos de gênero (gender): subsídios para a leitura e interpretação de textos. In: FORTKAMP, M. B. M.; TOMITCH, L. M. B. (Orgs.). *Aspectos da lingüística aplicada: estudos em homenagem ao professor Hilário Inácio Bohn*. Florianópolis, SC: Insular, 2000. p. 289-316.
- OLIVEIRA, R. *Neurolingüística e o aprendizado da linguagem*. Catanduva, SP: Respel, 2000.
- PINHO, J. B. *Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica*. 2. ed. Campinas, SP: Papirus, 1991.
- SANDMANN, A. J. *A linguagem da propaganda*. São Paulo: Contexto, 2000. Repensando a Língua Portuguesa.
- SCOLLON, R. *Mediated discourse as social interaction: a study of news discourse*. London & New York: Longman, 1998.
- VAN DIJK, T. A. Semântica do discurso e ideologia. In: PEDRO, E. R. (Org.). *Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho SA, 1997. p. 105-168.
- WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 6. ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1989.

