UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS E LINGÜÍSTICA

ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DE PERSUASÃO EM UM DISCURSO RELIGIOSO NEOPENTECOSTAL

Alex Antonio Peña-Alfaro

RECIFE - 2005

Livros Grátis

http://www.livrosgratis.com.br

Milhares de livros grátis para download.

Alex Antonio Peña-Alfaro

ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DE PERSUASÃO EM UM DISCURSO RELIGIOSONEOPENTECOSTAL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco para obtenção do grau de Doutor em Lingüística.

Orientadora: Prof.ª Dr.ª Nelly Carvalho (UFPE)

Co-orientador: Prof. Dr. Teun van Dijk
(UPF – Barcelona, Espanha)

Recife - 2005

Ficha Catalográfica:

P397e Peña-Alfaro, Alex Antonio
Estratégias discursivas de persuasão em um discurso Religioso neo-pentecostal / Alex Antonio Peña-Alfaro; Orientador Nelly Carvalho; co-orientador Teun van Dijk, 2005.
246 f.

Tese (Doutorado)- Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Letras. Dotorado em Lingüística 2005.

1. Análise do discurso. 2. Persuasão (Retórica). 3. Igreja Universal do Reino deDeus. I. Título.

CDU 801

FOLHA DE APROVAÇÃO

Alex Antonio Peña-Alfaro

Estratégias discursivas de persuasão em um discurso religioso neopentecostal

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco para obtenção do grau de Doutor em Lingüística.

_____

Data: _____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Dedico a:

Célia Maria,
pelo sacrifício e apoio!

Natália e Antonio,
pelas horas roubadas!

Papá Toño e Amandita,
com gratidão pelo estudo!

Carlos,
pelo exemplo!

Carmencita e Cecília (*in memoriam*),
pelo testemunho de coragem!

Muito especialmente à Theotokos Panaghia,
pela inspiração!

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos muitos que colaboraram de alguma forma com este trabalho.

A Dr.ª Nelly Medeiros de Carvalho, orientadora, e
a Dr. Teun Van Dijk, co-orientador.

Aos professores membros da banca examinadora:

Dr. Antonio Paulo Rezende (UFPE-História),
Dr. Francisco Gomes de Matos (UFPE),
Dr. Luiz Antonio Marcuschi (UFPE),
Dr.ª Virginia Collares (Unicap).

Ao Programa de Pós-Graduação em Letras e Lingüística da UFPE.

À Propesq-UFPE; à UNICAP; à Capes; à Universitat Pompeu Fabra – Barcelona, Espanha.

Ao Magnífico Reitor da Unicap Pe. Theodoro P. S. Peters, SJ.

Aos professores:

Dr.ª Marigia Viana (UFPE/Unicap), Dr.ª Doris Cunha (UFPE), Dr. Vicente Masip (UFPE), Dr. Roberto H. Seidel (UFPE), Dr.ª Tania Kaufman (UFPE-Antropologia), Dr. Junot Cornelio Matos (Unicap), Prof.ª Lucia Galindo (Unicap), Prof.ª Dr.ª Helena Casalmiglia Blancafort (UPF-Barcelona), Prof. Dr. André Corten (Quebec), Prof. e Filósofo Olavo de Carvalho (São Paulo).

Às colegas professoras e amigas da Unicap:

Dr.ª Albenise de Oliveira Lima; Dr.ª Edivirges Ruiz; Dr.ª Fátima Villar.

Ao secretário do curso de Lingüística da UFPE, Eraldo.

A Teresa de Faria e Bruno Oliveira e Silva, do NIC-Unicap.

Aos amigos de Barcelona: Patricia, Cristiane, André, Manuel, John.

A Graça Galindo, pela correção ortográfica e revisão final.

[...] Então a serpente disse à mulher: Certamente, não morrereis. Por que Deus sabe que no dia em que dele comerdes se abrirão vossos olhos e sereis como deuses, sabendo o bem e o mal. E vendo a mulher que aquela árvore era boa para se comer, e agradável aos olhos, e árvore desejável para dar entendimento, tomou de seu fruto, e comeu, e deu também ao seu marido, e ele comeu com ela. Então foram abertos os olhos de ambos, e conheceram que estavam nus; e coseram folhas de figueira e fizeram para si aventais.

Gênesis, 3:1

(Seria este o primeiro comercial da história da humanidade?...)

Enquanto isso no Paraíso iurdiano:

"E a igreja administra a sua doação: A árvore proibida, no paraíso, representava o dízimo, isto é, a parte de Deus na qual o homem não podia sequer tocar, embora pudesse regá-la e fazê-la crescer."

Crivella, *501 Pensamentos do Bispo Macedo*

Faltavam-lhe poucas letras à Adão para ladrão e ao fruto para furto não lhe faltava nenhuma."

Padre Antônio Vieira, *Sermão do Bom Ladrão*

Si Dios no existe todo está permitido.

Dostoyevski, *Hermanos Karamazov*

RESUMO

PEÑA-ALFARO, Alex Antonio. *Estratégias discursivas de persuasão em um discurso religioso neopentecostal*. 2005. 234 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Programa de Pós-Graduação em Letras e Lingüística, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

Este trabalho tem como objeto de estudo o discurso religioso do grupo neopentecostal chamado Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), fundado em 1978 no Rio de Janeiro, Brasil, por um grupo de dissidentes da Igreja Nova Vida. O objetivo deste estudo é realizar uma análise discursiva das estratégias de persuasão utilizadas pela IURD nas suas práticas sociodiscursivas: pregações, comunicações, propaganda e escritos, conjunto denominado aqui de discurso iurdiano. A escolha deste tema se deve à relevância social do fenômeno da IURD enquanto instituição religiosa de grande projeção no Brasil e no exterior, onde também atua. A IURD alcança hoje milhões de pessoas com sua mensagem religiosa. Utiliza para isto um complexo de meios de comunicação de massa, o que lhe proporciona uma capacidade imensa de atingir ideologicamente a população. O estudo utiliza a perspectiva da Análise Crítica do Discurso, que considera o discurso como uma prática social dentro de um contexto sociocultural, analisa níveis e estratégias discursivas usadas para descrever e explicitar suas funções tanto nos textos como sociais, que são os propósitos e metas comunicativos e sociais dos participantes na interação discursiva. Complementam o marco teórico: a Ideologia, a Retórica, a Propaganda, Publicidade e *Marketing*. A hipótese básica é de que ocorre uma colonização na ordem do discurso iurdiano pelos sistemas da economia e mercado.O *corpus* principal é composto de textos do jornal eletrônico *Folha Universal* — especificamente da coluna de opinião, do bispo Macedo; e de outra de interpretação, de reportagem — coletados no período de agosto de 2003 a outubro de 2004, num total de 53 edições. Complementam este *corpus* citações de outras publicações da IURD. Os textos selecionados são analisados nos níveis pragmático, argumentativo, retórico e ideológico, buscando identificar as estratégias discursivas de persuasão. Os resultados são a identificação dos argumentos, metáforas, falácias e hipérboles mais usados e a análise das funções discursivas textuais e sociais desempenhadas no discurso religioso iurdiano.

Palavras-chave: Discurso religioso. Persuasão. Publicidade. Propaganda.

ABSTRACT

This Dissertation focused on the religious discourse used by a new-Pentecostal group called Igreja Universal do Reino de Deus (Universal Church of the Kingdom of God), Hereafter IURD, founded in Rio de Janeiro ,Brazil in 1978 by a group- of dissidents from the New Life Church. The aim of this study is to conduct a discourse analysis of the persuasion strategies used by IURD in its socio-discoursal practices : communications, advertising, and written texts. This subject was chosen because of the social relevance of IURD as a religious organization of great visibility in Brazil and also abroad, where it also operates. IURD reaches millions of people today with its religious communication. It uses a complex of mass media which enhances its ability to impact audiences ideologically. In this research, use is made of Critical Discourse Analysis, an approach that takes language as a social practice embedded in cultural Contexts. An analysis is made of levels and discourse strategies used by IURD and a description-and-explanation is provided for the social and textual functions characterizing that organization´s Discourse, especially in terms of the purposes and communicative goals of its participants in discourse interaction. The underlying theoretical framework benefits from insights inspired by Rhetoric, Advertising, and Marketing. The fundamental hypothesis in this study is that there is colonization in the order of IURDian discourse, by the Economy and Market systems. The main corpus consists of texts from the electronic newspaper Folha Universal (Universal Leaf),specifically, the Opinion Column written by Bishop Macedo. Also included are samples of interpretive reports, published from August 2003 to October 2002, taken from 53 issues . Such corpus is enlarged with other IURD publications. The selected texts are analyzed on pragmatic, argumentative, rhetorical and ideological levels, so as to identify discourse strategies of persuasion. The research results are the identification of more frequently used arguments, metaphors, fallacies, and hyperboles and an analysis of the textual and social discoursal functions carried out in IURDian religious communication.

Keywords : Religious Discourse/Language. Persuasion ..Publicity. Propaganda.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 10

1.1 Apresentação do tema 10

1.2 Problema estudado e justificativa 11

1.3 Hipóteses 13

1.4 Objetivos 15

1.5 Descrição dos capítulos 15

2 MARCO TEÓRICO 17

2.1 Análise Crítica do Discurso 17

2.2 Ideologia 21

2.3 Retórica e persuasão 25

2.4 Publicidade, propaganda e *marketing* 32

3 RELIGIOSIDADE E DISCURSO RELIGIOSO 44

3.1 Contexto histórico da religiosidade no Brasil 46

3.1.1 A hegemonia católica no período colonial: o monopólio do discurso religioso 46

3.1.2 Abertura do campo religioso brasileiro 50

3.1.3 Pós-modernidade religiosa 52

3.2 Discurso religioso 55

3.2.1 Análise do discurso religioso 56

3.2.2 Características do discurso religioso 56

3.3 A Igreja Universal do Reino de Deus 62

3.3.1 Origem 62

3.3.2 Expansão e crescimento 64

3.3.3 A IURD no contexto cultural exterior 66

3.4 Discursos iurdianos: interdiscursividade em ação 73

3.4.1 Discurso religioso 74

3.4.1.1 Discursos da Guerra Santa 74

3.4.1.2 Discursos sobre o poder sobrenatural da fé 81

3.4.2 Discurso econômico 84
3.4.3 Discurso político 88
3.4.4 Discurso maniqueísta 92
3.4.5 Discurso pós-modernista 95

4 METODOLOGIA 99

4.1 Seleção do *corpus* 99
4.2 Procedimento da coleta dos dados 101
4.3 Os níveis de análise, estratégias e funções 102

5 ANÁLISE DO *CORPUS* 104

5.1 Os Atos de Fala 104
5.1.1 A Teoria dos Atos de Fala e a publicidade 106
5.1.2 Atos de fala e discurso iurdiano 108

5.2 Argumentação 116
5.2.1 Argumentação formal hipotético-dedutiva, segundo os *Modus Ponens* e *Modus Tollens* 117
5.2.2 Argumentação por analogia 119
5.2.3 Argumentação por exemplos 121
5.2.4 Falácias 122

5.3 Retórica 135
5.3.1 A metáfora: alguns aspectos teóricos 135
5.3.2 Metáforas básicas iurdianas 143
5.3.3 Hipérboles 153

5.4 Valores ideológicos iurdianos 160

5.5 Estratégias discursivas de persuasão 164

5.6 Funções desempenhadas nos textos 177
5.6.1 Função retórica 177
5.6.2 Função propagandístico-publicitária 180

5.7 Funções sociais do discurso iurdiano 186
5.7.1 Legitimação 186
5.7.2 Controle social 190
5.7.3 Manipulação discursiva 192

6 CONCLUSÃO 196

REFERÊNCIAS 200

ANEXOS 212

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho[1] pretende analisar o discurso religioso da Igreja Universal do Reino de Deus[2]. A questão central reside em identificar as estratégias discursivas de persuasão usadas neste discurso e compreender como estas estratégias produzem a construção de sentidos. Busca-se explicar que funções discursivas e sociais essas estratégias desempenham e que efeitos produzem.

Para isto, é necessário compreender o contexto de produção discursiva, explicitar os aspectos históricos e culturais do neopentecostalismo brasileiro e entender quais as características específicas que permitiram à IURD um lugar de destaque no cenário social e religioso brasileiro, pois esta se transformou num fenômeno social. Sem a descrição deste contexto mais amplo, é muito difícil compreender a sua formação discursiva e as produções de sentido do discurso *iurdiano*.

1.1 Apresentação do tema

A IURD é hoje um fenômeno social com um discurso de grande visibilidade religiosa, social, econômica e também política. O contexto histórico e social onde surge a IURD pode ser enquadrado dentro das grandes mudanças sociais das sociedades modernas contemporâneas, sobretudo das grandes cidades, onde repercutem as mudanças estruturais que afetam as identidades pessoais, causando o que Hall (2000) denomina de duplo deslocamento, a descentração dos indivíduos e de seus mundos sociais e culturais.

---

[1] Este trabalho foi desenvolvido dentro do Programa de Pós-graduação em Letras e Lingüística da UFPE, com um período de Doutorado sanduíche, patrocinado pela Capes e realizado na Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, Espanha (set. 2003 a ago. 2004).

[2] Utilizaremos aqui também as denominações IURD, Universal e discurso iurdiano. Estes termos serão usados indistintamente porque os próprios membros os empregam para referir-se à instituição. (Cf. Edir Macedo, *O Globo*, 29 abr. 1990).

O fenômeno da IURD, considerado por alguns autores como "empreendimento religioso" (CAMPOS, 1997) ou "máquina narrativa" (CORTEN, 2002), dado o seu crescimento institucional e sua visibilidade econômica, social e política, é um tema de investigação de relevância social, na medida em que esse discurso atinge milhões de pessoas no Brasil, particularmente de grandes segmentos das pessoas mais pobres e sem instrução, e levanta discussões sobre as implicações éticas de manipulação religiosa e, em conseqüência disto, de arrecadação de dinheiro dos seus fiéis e de transformação do empreendimento religioso em empreendimento econômico-político.

1.2 O problema estudado e justificativa

As grandes transformações socioculturais das sociedades modernas contemporâneas têm acarretado também mudanças na ordem do discurso. Segundo Habermas (1984), estas mudanças discursivas refletem a colonização do mundo da vida pelos sistemas do Estado e da economia. Assim, ocorre um movimento de extensão do mercado, reconceituando suas atividades como produção e marketing de bens para consumidores (URRY, 1987).

Isto significa que também o discurso religioso se vê afetado por estas transformações, e seus conteúdos ideológicos não apenas refletem valores e crenças do que se denomina 'religioso', ou da esfera da 'espiritualidade', mas expressam também outros interesses e outros significados e sentidos. Por outro lado, o campo religioso apresenta uma diversidade discursiva, o que configura um tipo de concorrência entre os grupos religiosos, e uma espécie de 'mercado'. Não é por acaso que a utilização dos meios de comunicação de massa tem alavancado o surgimento de grandes movimentos religiosos tipo pentecostal no mundo inteiro, alterando os antigos parâmetros de difusão religiosa conhecidos.

O problema de fundo que se pretende estudar aqui é em que consiste a eficácia persuasiva do discurso religioso da IURD. Do ponto de vista lingüístico, trata-se de analisar se podemos encontrar as marcas textuais que permitam confirmar o processamento de estratégias discursivas que conferem eficácia e efetividade a esse discurso religioso.

A Universal recorre até à lingüística para explicar a hermenêutica que utiliza no seu discurso, como se verificou durante a polêmica envolvendo a divulgação de um vídeo transmitido pela

televisão que mostrava o bispo Macedo numa reunião com seus pastores ensinando como pregar e arrecadar dinheiro.[3]

Do ponto de vista da teoria lingüística o tema do discurso religioso permite duas observações importantes: a primeira de Bakthin (1997), que recrimina o pouco interesse dos lingüistas pelo estudo dos usos da linguagem; a outra de Maingueneau (2005, p. 13), que afirma ser o discurso religioso "o parente pobre da análise do discurso". Considera-se com isto que este tema é relevante sob o duplo aspecto teórico e empírico e ainda porque, concordando com Maingueneau (2005), o discurso religioso faz parte dos "discursos constituintes", juntamente como o científico e o filosófico.

Portanto, resulta que o discurso religioso encontra-se na raiz da nossa constituição sociocultural e por isto está sempre presente no mundo contemporâneo, e particularmente no atual quadro brasileiro, onde o discurso iurdiano apresenta-se como emergente, inovador e polêmico; este é um discurso público, por isto pode ser justificada a sua relevância científica e social.

1.3 Hipóteses

A principal hipótese é de que a ordem do discurso iurdiano é invadida pela economia e o mercado. Outras hipóteses são que a IURD usa estratégias retóricas e utiliza mecanismos de publicidade de persuasão no seu discurso religioso; e ocorre manipulação retórico-discursiva através de persuasão pelo uso de estratégias discursivas: pragmáticas, argumentativas, retóricas e ideológicas.

Pressupostos básicos

O presente trabalho realiza-se sobre os seguintes pressupostos básicos:

---

[3]Na ocasião, durante o programa 25ª Hora, transmitido pela TV Record, cuja proprietária é a Universal, a professora e Doutora em Lingüística Josênia Vieira da Silva foi convocada para explicar o contexto da seguinte frase de Macedo: "[...] Você tem que chegar e se impor. Tem que mostrar [ao fiel] que se quiser ajudar amém, se não quiser ajudar Deus vai arrumar outra pessoa a ajudar. Entendeu como é que é? Se não quiser que se dane. Ou dá ou desce." Este enunciado foi analisado por membros da Universal durante o programa, e a explicação dada pela professora de lingüística para o enunciado foi a seguinte: "O Estado cobra em impostos 26,16% do que a gente ganha. O PT fica com 30% do salário dos políticos eleitos. Por que não posso dar 10% para a Universal?" "Ou dá a contribuição ou desce para o inferno" foi a interpretação encontrada pela professora.(Luiz Caversan, *Folha de São Paulo*, 29 dez. 1995).

1) O discurso religioso da Teologia da Prosperidade tal como praticado pela IURD está inserido num amplo e complexo contexto discursivo dentro do qual a IURD aparece como "um grande fenômeno social e religioso".

2) O fenômeno iurdiano, complexo como é, exige considerar múltiplos aspectos:
   a) religiosos: teológicos e doutrinais;
   b) antropológicos: cultura, usos e costumes;
   c) psicológico-sociais: atitudes e comportamentos sociais;
   d) cognitivos: sistemas de crenças, ideologias;
   e) econômicos: mercado, negócios e dinheiro;
   f) políticos: participação na política partidária, criação de partido político próprio;
   g) comunicacionais: usos dos meios, marketing, propaganda e publicidade;
   h) éticos: relações sociais e valores;
   i) jurídicos: os fiéis com seus direitos cidadãos, limites jurídicos;
   j) histórico: o contexto atual, sociocultural pós-moderno;
   k) lingüísticos: aspectos discursivos, usos da linguagem, retórica e persuasão.

3) O fio condutor deste trabalho são os aspectos lingüísticos: O que diz? Como diz? Para que diz? As análises são fundamentadas na abordagem teórica e metodológica da Análise Crítica do Discurso (ACD). Esta abordagem não fica restrita aos limites dos textos como produções discursivas, mas aos usos sociais do discurso, à interação social, às funções sociais que este discurso desempenha. Esta abordagem teórica e metodológica corresponde à perspectiva do interacionismo social, realizado discursivamente, com uma perspectiva sociolingüística. Implica também em considerar os aspectos históricos, sociais e antropológicos, psicológicos. Considera-se que esta abordagem é adequada à complexidade discursiva do objeto estudado.

4) A posição teórica e metodológica adotada corresponde a uma visão crítica e pretende a desmistificação do discurso iurdiano. O estudo não trata sobre o valor ou conteúdo religioso em si desse discurso, nem pretende discutir sua veracidade ou falsidade religiosa, mas, sim, realizar uma avaliação da estrutura discursiva e lingüística, das estratégias de persuasão, dos diversos recursos e figuras de linguagem empregados em função dos propósitos discursivos, dos objetivos e finalidades quando dirigido ao

público receptor. Portanto, pretende-se efetuar uma análise lingüística do discurso iurdiano.

5) O discurso iurdiano, realizado comunicativamente através do uso da televisão, rádio, jornal, internet e publicações, torna-se um discurso público, em conseqüência disto pode e deve ser analisado criticamente nas suas implicações religiosas, sociais e políticas, e por isto tem necessariamente conseqüências sociais e éticas, tem responsabilidades, pois implica direitos dos cidadãos, as relações com a sociedade e com o Estado de direito em que vivemos. Todo discurso público está sujeito a avaliação crítica dentro dos seus limites. Com isto, este trabalho torna-se relevante e necessário do ponto de vista social.[4]

Justificativa

Num país como o Brasil, onde a população é com freqüência alvo de manipulação por parte de grupos de poder, especialmente do poder econômico, conhecer as aplicações da Teoria Crítica do Discurso, tal como defendida por autores como Fairclough, Van Dijk e outros, é mais do que uma necessidade.

A IURD se transformou numa instituição que dispõe de grandes recursos financeiros e materiais e é mais do que um grupo de poder, pois hoje ela tem influência ideológica, não apenas sobre a população mais carente e fragilizada, mas sobre grandes contingentes sociais, graças a um discurso ideológico-religioso particular que se aproveita da liberdade religiosa de expressão para atingir uma população cada vez maior.

Dessa forma, é importante uma análise crítica que permita obter uma compreensão maior das estruturas discursivas usadas e avaliar tanto a eficácia retórica quanto as condições de produção discursiva, e também o contexto no qual os sentidos e significados são produzidos e partilhados, bem como a ideologia transmitida. Do ponto de vista da teoria lingüística, convém lembrar mais uma vez a crítica de Bakhtin (1997) aos lingüistas sobre a omissão relativa quanto às funções comunicativas da linguagem pelos principais ramos da lingüística e mais especificamente a omissão do modo como os textos e os enunciados são moldados por textos anteriores aos quais eles estão respondendo e por textos subseqüentes que eles antecipam. (p. 89)

[4] Sobre a interpretação do discurso como prática social ver Fairclough & Wodak (2000).

1.4 Objetivos

Geral

Analisar as principais estratégias discursivas de persuasão usadas no discurso religioso da IURD inscritas como marcas lingüísticas, utilizadas na construção, produção e compreensão de sentidos e significados discursivos.

Específicos

a) Identificar os diversos discursos inscritos no discurso iurdiano como recursos de interdiscursividade.

b) Descrever as estratégias retóricas que visam desenvolver argumentos persuasivos que buscam produzir efeitos particulares.

c) Explicitar as funções textuais e sociais do discurso religioso da IURD.

1.5 Descrição dos capítulos

No segundo capítulo, descrevem-se as várias perspectivas teóricas utilizadas na investigação: Análise Crítica do Discurso; ideologia; retórica e persuasão; propaganda, publicidade e *marketing*.

O terceiro capítulo aborda a religiosidade e discurso religioso, tratando da especificidade discursiva religiosa, suas características, do contexto histórico da religiosidade no Brasil, da origem e desenvolvimento da instituição IURD e dos diversos discursos por esta produzidos.

A metodologia empregada é descrita no quarto capítulo, onde é apresentada a seleção e critérios da escolha do *corpus*, como também dos níveis de análise utilizados.

No quinto capítulo, realizam-se as análises do *corpus* nos níveis pragmático, argumentativo, retórico e ideológico, através do estudo dos atos de fala, dos tipos de argumentos e das figuras

de linguagem; a seguir se descrevem as funções desempenhadas no texto, assim como as funções sociais do discurso iurdiano.

No último capítulo são apresentadas as conclusões da investigação e as considerações finais, e também as prováveis perspectivas que não foram desenvolvidas e que se oferecem para outras futuras investigações.

Finalmente, são relacionadas as referências utilizadas na investigação e reproduzidos os textos selecionados, particularmente aqueles analisados nesta investigação.

2 MARCO TEÓRICO

Neste capítulo serão abordados os elementos teóricos que darão suporte para as análises do *corpus* selecionado.O discurso iurdiano, como objeto de estudo, é bastante complexo, o que obriga a adotar uma perspectiva teórica e metodológica multidisciplinar, que dê conta da sua complexidade. Com isto foram selecionados os seguintes marcos teóricos: a Análise do Discurso, como abordagem central; a retórica e persuasão; a publicidade, propaganda e marketing; e a ideologia.

2.1 Análise Crítica do Discurso

A perspectiva teórico-metodológica adotada será a da Análise Crítica do Discurso numa abordagem multidisciplinar, tal como defendem dois dos seus principais teóricos, Fairclough e Van Dijk. Esta abordagem incluirá vários aspectos lingüísticos: análises lexicais, o uso de figuras retóricas, como metáforas e hipérboles, os tipos de argumentos utilizados, as falácias como argumentação e a retórica publicitária.

Com esses elementos pretende-se verificar como são construídas as estratégias discursivas retóricas, as identidades do emissor, do destinatário (o auditório) e do próprio discurso religioso enquanto ideologia, no sentido usado por Van Dijk (2003b), como sistema de crenças transmitido, e como este discurso religioso se legitima e busca demonstrar sua eficácia.

A questão central do trabalho é focalizar o discurso religioso da IURD como prática social, desenvolvido como estratégias discursivas de persuasão e que desempenha, em conseqüência, funções sociais através de valores ideológicos transmitidos, legitimados e validados discursivamente. Estas estratégias discursivas serão investigadas em vários níveis: pragmático, retórico, ideológico e argumentativo. Todos estes níveis interpenetram-se para alcançar as finalidades discursivas as quais a instituição se propõe.

Em que consiste a eficácia persuasiva deste discurso religioso dentro do contexto das transformações sociais? O papel da linguagem tem um valor central no sentido de ajudar a esclarecer as mudanças discursivas ocorridas na ordem do discurso atual. Sabemos que as profundas e rápidas transformações sociais ocorridas a partir do último quarto do século XX, conhecidas como processo de globalização, têm ocasionado um impacto muito grande sobre os indivíduos, as instituições, a cultura e, especialmente, sobre a linguagem como prática social.

A respeito deste quadro de transformações sociais, do ponto de vista lingüístico, Fairclough (2001, p. 24), inspirado em Habermas, afirma:

> Atualmente ocorre uma colonização do mundo da vida pelos sistemas da economia e do Estado, considerada em termos de deslocamento de usos comunicativos da linguagem — orientados para produzir a compreensão — por usos estratégicos da linguagem e orientados para o sucesso, para conseguir que as pessoas realizem coisas.

Ainda segundo esse autor, muito destas mudanças sociais não envolve apenas a linguagem, mas é constituído de forma significativa por modificações nas práticas da linguagem; e tais mudanças nas organizações e na cultura são de modo expressivo alterações nas práticas discursivas onde o uso lingüístico está assumindo maior importância como meio de produção e controle social e enfatiza o destaque cada vez maior do discurso nas transformações sociais.

Desta forma relaciona-se com a preocupação para controlar o discurso: causar mudanças nas práticas discursivas como parte da engenharia da mudança social e cultural. Fairclough (1990) define este processo como "tecnologização do discurso", em que tecnologias discursivas são aplicadas em uma variedade de organizações por tecnólogos profissionais.

Outro conceito teórico de Fairclough (2001) fundamental para nosso estudo é o de "comodificação", que é o processo pelo qual os domínios e as instituições sociais, cujo propósito não seja produzir mercadorias no sentido econômico restrito de artigos para venda, vêm não obstante a ser organizados e definidos em termos de produção, distribuição e consumo de mercadorias.

Em termos de ordens de discurso, podemos entender a comodificação como a colonização de ordens do discurso institucionais e mais largamente da ordem do discurso societária por tipos de discurso associados à produção de mercadorias (FAIRCLOUGH, 2001).

O autor nos oferece um exemplo de comodificação: o discurso educacional que oferece cursos e programas de estudo vendidos pela publicidade. Os "produtos religiosos", tal como a educação, neste caso citado por Fairclough, seriam apenas um de uma série de domínios cujas ordens de discurso são colonizadas pelo gênero publicitário. E como resultado, há uma proliferação de tipos de textos que conjugam aspectos de publicidade com aspectos de outros gêneros de discursos. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 258).

A IURD no campo religioso é também um grande empreendimento econômico, pelo volume de recursos financeiros gerados e, principalmente, porque se transformou numa grande produtora de serviços que são distribuídos e consumidos como bens; esta transformação foi operada através de novas práticas de linguagem, pois a referida "colonização econômica" obrigou-a a reestruturar e reconceituar suas atividades como produção e *marketing* destes bens religiosos para um público não apenas de fiéis, mas de consumidores e de clientes.

Dentro deste quadro de mudanças sociais, ocorre também no campo religioso, em particular, a definição de novas atividades por meio de novas práticas discursivas para práticas anteriores existentes, o que inclui relexicalização de atividades e relações sociais e religiosas: por exemplo, a relexicalização dos fiéis como clientes e consumidores, definidos como dizimistas; a nomeação dos pastores como conferencistas ou palestrantes; a denominação dos cultos como reuniões, terapias, campanhas e correntes que se marcam por dias da semana e conforme os objetivos desejados — segunda-feira, prosperidade; terça-feira, saúde; quarta-feira, família ou casamento; etc.

O discurso religioso tradicional foi modificado e novas práticas sociais são desenvolvidas, o que acarreta modificações nas relações sociais. Nossa tarefa será identificar estas transformações através das suas práticas discursivas.

Como parte destas transformações das sociedades modernas contemporâneas destaca-se o papel da publicidade. Esta ocupa um lugar importante na vida social e sua onipresença em todos os âmbitos da vida cotidiana permite constatar que é um meio que veicula, transmite e modifica nossas interpretações da realidade e do mundo social, pois seus discursos transmitem valores e formas de interagir que contribuem decisivamente para as transformações socioculturais.

Segundo Fairclough (2001), a publicidade seria um discurso estratégico por excelência, em termos da distinção feita por Habermas (1984) entre linguagem estratégica e comunicativa. É uma questão de construir imagens num outro sentido — modos de apresentar publicamente as

pessoas, as organizações e as mercadorias, e a construção de identidades ou personalidades para elas.

As condições de mercado contemporâneas requerem que as empresas tenham suas identidades construídas discursivamente. Ao mesmo tempo, as categorias de potenciais compradores também têm que ser construídas no discurso. E da mesma forma ocorre com os produtores e vendedores do produto, cuja imagem tem de se harmonizar com as imagens do produto e de seus consumidores potenciais.

Chama atenção Fairclough (2001) para o fato de que a publicidade combina informação com persuasão e, sob a influência da publicidade como um modelo de prestigio, esta combinação está se tornando naturalizada; as distinções entre informação e persuasão em ordens de discurso estão desaparecendo e, como conseqüência, a natureza da informação está mudando radicalmente.

A Análise do Discurso pretende fazer uma descrição dos níveis e subníveis que integram o ato lingüístico da comunicação, da forma lingüística ou estrutura superficial de expressão até os níveis mais profundos da forma: o significado e posteriormente a ação, o que se pretende com a emissão lingüística ou as conseqüências socioafetivas das mensagens. "Há que estudar as estratégias discursivas que mostram a presença do falante, suas intenções, objetivos na interação e quais as implicações sociais deste processo, objetivo dos analistas do discurso crítico." (CORTEZ; CAMACHO, 2003, p. 65).

O pressuposto básico deste trabalho consiste em que o discurso religioso da IURD utiliza a publicidade como estratégia de divulgação ideológica e que sua eficácia persuasiva repousa neste fato. Isto decorre de haver uma colonização da ordem do discurso iurdiano pela economia e o mercado. Nosso objetivo será o de identificar as marcas textuais do discurso publicitário da IURD e como ela usa estas práticas discursivas como estratégias retóricas para persuadir o seu público alvo.

2.2 Ideologia

Na perspectiva da Análise do Discurso proposta por Van Dijk (2003b, p. 25) dentro dos estudos sobre o discurso, o autor defende que este não pode ficar restrito apenas ao uso da

língua ou à interação comunicativa, mas deve abranger, também, as idéias e ideologias transmitidas através das estruturas textuais e as funções desempenhadas nos textos. Por isto, o estudo da ideologia será importante nesta investigação.

O conceito de ideologia

Existem dificuldades relativas ao uso do conceito de ideologia,[5] pois ele teve ao longo da sua história um caráter difuso e polêmico. Tem sido utilizado de forma generalizada pelas ciências sociais, os meios de comunicação e principalmente o campo da política. Van Dijk (2003b) relata que o filósofo francês Destutt de Tracy, nos finais do século XVIII, dirigindo-se aos jovens, diz que a mente dos estudiosos estabelecidos está cheia de "idéias fixas" e que são difíceis de modificar. Van Dijk deduz que a ideologia, para Desttut de Tracy, não é mais do que uma "ciência geral das idéias", o estudo de como pensamos, falamos e argumentamos, quer dizer, a psicologia cognitiva de hoje (2003b, p. 14).

Do escrito de Desttut de Tracy resulta que as ideologias estão relacionadas com os sistemas de idéias e especialmente com as idéias sociais, políticas ou religiosas partilhadas por um grupo social. Van Dijk propõe, em lugar do termo difuso "idéias", o uso do termo da psicologia "crenças". Assim, a definição básica usada por Van Dijk (2003b) e adotada neste estudo é: "As ideologias são as crenças fundamentais de um grupo e seus membros." Esta definição conceitual de ideologia supõe que uma teoria geral permita estudar tanto as ideologias positivas quanto as negativas, não forçosamente dominantes, e tenha uma aplicação mais ampla e flexível do conceito, o que também não exclui uma consideração crítica das ideologias negativas ou dominantes.

Pelo fato de serem sistemas de idéias de grupos sociais, do ponto de vista do grupo as ideologias não somente dão sentido ao mundo, como também fundamentam as práticas sociais dos seus membros, e uma das mais importantes práticas sociais condicionadas pela ideologia é o uso da linguagem e do discurso. Assim, alguns gêneros de discurso, como catecismos, os comícios, o doutrinamento e a propaganda (comercial e política), têm como objetivo explícito ensinar as ideologias aos membros do grupo e aos novos adeptos. (VAN DIJK, 2003b).

---

[5] Van Dijk (2000, 2003b) lembra que o conceito de ideologia tem um caráter bastante negativo, sobretudo na perspectiva de análise marxista, com a idéia de "falsa consciência" e sua ênfase no caráter exclusivamente "político", daí as ciências sociais usarem este conceito exclusivamente nesta perspectiva. Ricoeur (1977) trabalha com a noção de ideologia na perspectiva de Weber e atribuindo-lhe a idéia de "função", muito próxima da que Van Dijk defende aqui. De certa forma Van Dijk amplia esta noção, retirando-a de sua função apenas política para um uso mais amplo como sistema de crenças em geral, fundamento das práticas sociais.

Ideologia como prática social

Estes modelos mentais, segundo Van Dijk (2003b), são representações que determinam as práticas sociais de controle, incluídas a produção e composição do discurso. Reconhece esse autor que uma teoria da ideologia é especulativa e necessariamente multidisciplinar. Pretende examinar como se expressam os discursos, como se confirmam e como são influenciados pelas ideologias.

Para o autor, as ideologias operam indiretamente, primeiro através das atitudes e do conhecimento do grupo diante de domínios sociais específicos — neste caso o religioso —, e depois através de discursos individuais dos membros do grupo por meio de modelos mentais dos acontecimentos e situações sociais. A seguir estas representações interagem com os modelos contextuais construídos nas situações comunicativas, e então ambos os modelos dão lugar à produção da linguagem ideológica.

Finalmente estas representações são compartilhadas socialmente junto aos modelos pessoais, modificando as estruturas do discurso. Parecem relacionar-se aos níveis do conteúdo e do significado do discurso, o que as pessoas dizem, os temas que são escolhidos ou evitados, os tópicos da argumentação, a coerência da linguagem, as informações expressas explicita ou implicitamente, os significados e outras propriedades semânticas do discurso.

Mas a questão central deste conceito de ideologia apresentado por Van Dijk (2003b) está relacionada com o que seria o principio geral do elemento ideológico, que é a informação favorável referente ao próprio grupo que opera o discurso e desfavorável aos que dele não participam, a qual tende a ser tópica, importante e explícita. Por outro lado, a informação que descreve o grupo negativamente ou ao grupo de fora positivamente tende a ficar implícita, não topicalizada, escondida, difusa e pouco detalhada. Noutras palavras, esquematicamente:

- Nós somos bons — Eles são maus.
- Nossos pontos negativos são escondidos.
- Os aspectos positivos deles são escondidos.

Isto significa que uma das funções básicas do discurso ideológico seria a de enfatizar o grupo de referência — que por coincidência é o mesmo grupo operador deste discurso — como positivo ou carregado dos valores significados como bons. Esta operação se faz às custas de diminuir os outros grupos diferentes conferindo-lhes significados negativos, não por

coincidência também atribuídos pelo grupo operador do discurso ideológico em jogo. Um exemplo clássico de discurso ideológico operativo é o que foi usado pelos nazistas:

- Nós, arianos, somos superiores.
- Eles, judeus (ou outros grupos) são inferiores.

Para Van Dijk, este princípio básico geral da ideologia explicaria que nos vários níveis do discurso marcar-se-iam os diferentes processos de pôr ou retirar ênfases de significados ideológicos, entoação e acentuação de palavras e frases; as estruturas sintáticas marcariam a ordem e hierarquia de palavras e, finalmente, no nível que define o discurso a partir das estruturas dos atos de fala locais e globais, a explicação de histórias, a argumentação. Em resumo, a ação e a interação, e, ao nível da significação, aquilo que se faz e como se faz, dependerão da pertinência ao grupo e da ideologia professada.

Alerta o autor que devemos considerar os nexos mútuos entre discurso e ideologia e que estes influenciam o que dizemos e como o dizemos; e que adquirimos e modificamos ideologias ao ler e escutar informações orais e escritas. As ideologias não são inatas, se aprendem. Nos discursos específicos aprendemos de forma mais direta certas proposições ideológicas fundamentais, e a função social das ideologias é controlar as práticas sociais de um grupo ou as que se estabelecem entre grupos. Para Van Dijk, o discurso é a prática social mais importante, a única que se expressa diretamente e, portanto, tem a capacidade de divulgar ideologias. (VAN DIJK, 2003b).

Estruturas textuais que expressam valores ideológicos

Como podemos identificar uma ideologia na estrutura discursiva? Este é um dos desafios teóricos e metodológicos para uma análise do discurso. Van Dijk (2003b) defende que as ideologias se expressam através do discurso; portanto, o discurso possui vários níveis de estruturas, e as ideologias se expressam através destas de formas explícitas, mas também de formas indiretas e implícitas. Provavelmente a ideologia modifica mais o significado semântico e o estilo do que a morfologia, por exemplo.

O autor propõe uma estratégia prática e geral para uma análise ideológica, que seria a representação de um esquema básico próprio de um grupo que caracteriza a informação

fundamental com a qual se identifica e categoriza seus membros, menos geral e válido para outras estruturas na expressão das ideologias:

- Enfatizar aspectos positivos nossos.
- Enfatizar aspectos negativos deles (dos outros).
- Diminuir a ênfase de aspectos negativos nossos.
- Diminuir a ênfase dos aspectos positivos deles (dos outros).

Estas estruturas seriam aplicáveis à análise de todas as estruturas do discurso, isto é, este esquema dispõe de múltiplos procedimentos para colocar ou retirar ênfase aos significados na medida que tem uma base ideológica. Segundo Van Dijk, seria possível analisar a expressão da ideologia nos diferentes níveis do discurso, tais como: o significado, as estruturas proposicionais, as estruturas formais, a sintaxe da oração, as formas do discurso, a argumentação, a retórica e a ação e interação.

Dentre estes, o conteúdo ideológico do discurso se expressa de forma mais direta através do significado do discurso, que não se limita ao significado de palavras e frases. O discurso conta também com significados mais globais, como os temas, que representam a informação mais importante do discurso e explicam de que ele trata. Ainda dentro do aspecto do nível do significado, a análise das negações combinaria os aspectos positivos do nosso grupo com os negativos dos outros, questionando diretamente a contradição das atitudes fundamentais referentes à ideologia.

Seguindo a perspectiva da Análise Crítica do Discurso, a negação de certos temas tem um significado relevante para os usos ideológicos do discurso Neste caso a negação de um tema deverá corresponder necessariamente a determinados valores ideológicos que desempenham funções discursivas específicas, positivas ou negativas, dentro de um determinado discurso ideológico.

Estudaremos aqui a ideologia do discurso da IURD através dos tipos de argumentação usados no seu discurso religioso, especificamente as falácias e as figuras retóricas da metáfora e da hipérbole, pois constatamos que estas estruturas, numa análise preliminar do *corpus* selecionado, aparecem com muita freqüência como estratégias ideológicas utilizadas para enfatizar os aspectos positivos que reforçam a auto-representação ou identidade que a IURD

pretende transmitir na sua propaganda religiosa, conforme os fins que se propõe realizar na sua prática discursiva.

Com a fundamentação teórica do conceito de ideologia, tal como foi descrito, pretendemos identificar os principais conteúdos ideológicos apresentados no discurso iurdiano, ou seja, o sistema básico de crenças e valores que a IURD desenvolve na sua retórica e na produção de significados e de sentidos como procedimentos retóricos de persuasão.

2.3 Retórica e persuasão

Nos estudos do discurso encontramos a dimensão retórica como elemento fundamental para compreender os aspectos persuasivos da linguagem. A origem do termo retórica remonta à Antiguidade grega (*rhetorikê*), seu interesse pela arte do discurso público persuasivo, entendido essencialmente como discurso político, daí o interesse para os gregos do domínio dessa arte do uso adequado do discurso para conseguir a adesão do público receptor.[6]

Segundo Van Dijk (2003a), podemos considerar a retórica como precursora do que hoje denominamos estudos do discurso. Na retórica clássica se estudavam os meios de tornar um discurso mais persuasivo: as figuras retóricas. Mas a retórica não depende apenas destas figuras. As análises retóricas tratam dos recursos de persuasão, isto é, as estruturas específicas do discurso que chamam a atenção em função do seu uso. Por outro lado, se as estruturas retóricas têm relação com o grau de persuasão do texto, a função persuasiva não está limitada à retórica, pois outros aspectos podem ser usados com essa finalidade: estilo, sentido ou coerência e outros.

Encontram-se também referências sobre a retórica na literatura:

> **Wagner**
> ¿Como se puede aspirar a conducir un día el mundo por medio de la persuasión?
>
> **Fausto**
> No lo conseguireis sin sentir con fuerza; sin que la inspiración se desborde de vuestra alma; y sin que, por medio de la emoción más violenta, logreis arrastrar los corazones de cuantos os escuchan. (GOETHE, 2003, p.365).

[6] Sobre a retórica na Antiguidade ver: Aristóteles (1999); Jaeguer (1995); Pujante 2003.

Na teologia, campo vastíssimo da arte retórica em todos os tempos, como ilustração podemos ver Santo Isidoro de Sevilla (1990) com seu famoso livro dos sinônimos e o P.e Vieira (1974) com seus sermões. Ambos os autores demonstram um domínio completo desta arte da persuasão.

De certa forma, podemos entender que todo discurso é persuasivo no sentido de buscar a adesão do seu auditório, e para isto concorrem as estruturas retóricas — meios de tirar ou colocar ênfase nos significados em função de opiniões ideológicas. A retórica está voltada para a comunicação persuasiva.

Elementos teóricos sobre a retórica e argumentação

Existe hoje uma retomada dos estudos retóricos, depois de mais de vinte e três séculos de prestígio do legado aristotélico do modo analítico de raciocinar, graças a Perelman, que reabilitou a retórica através das suas pesquisas iniciadas em 1947 e da publicação, em 1958, do Tratado da Argumentação. Suas reflexões sobre o discurso argumentativo e a introdução dos conceitos de auditório interno e universal ampliaram de modo significativo o conhecimento acerca desse processo de comunicação.

A publicação de um tratado da argumentação e sua vinculação à velha tradição, a da retórica e da dialética grega, constituem uma ruptura com a concepção da razão e do raciocínio, oriunda de Descartes. O campo da argumentação é o do verossímil, do plausível, do provável, na medida em que este último escapa às certezas do cálculo. Descartes considerava "quase como falso, tudo quanto apenas era verossímil".[7]

Segundo Perelman (2002), foi Descartes que, fazendo da evidência a marca da razão, não quis considerar racionais senão as demonstrações que, a partir de idéias claras e distintas, estendiam, mercê das provas apodícticas, a evidência dos axiomas a todos os teoremas . Embora a evidência por ele reconhecida não seja a da intuição racional, mas da intuição sensível, e o método preconizado por ele não seja o dedutivo, e sim o experimental, ainda assim Descartes estava convencido de que as únicas provas válidas são as provas reconhecidas pelas ciências naturais.

---

[7] COELHO, F. U. Prefácio à edição brasileira. In: PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da argumentação*: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

Essa tendência acentuou-se sob a influência dos lógico-matemáticos. A lógica foi limitada à lógica formal, ou seja, ao estudo dos meios de prova utilizados nas ciências matemáticas. Daí resulta que os raciocínios alheios ao campo formal escapam à lógica e com isso também à razão. (PERELMAN, 2002).

Diante do impasse suscitado pela redução dos meios de prova à mera lógica formal, Perelman coloca o problema da seguinte maneira:

> Deveríamos tirar a conclusão de que a razão é totalmente incompetente nos casos que escapam ao cálculo e de que, onde nem a experiência, nem a dedução lógica podem fornecer a solução de um problema, só nos resta abandonarmos às forças irracionais, aos nossos instintos, à sugestão ou à violência? (PERELMAN, 2002, p. 3).

O autor critica a idéia de evidência como característica da razão, se quisermos abrir espaço para uma teoria da argumentação que admita o uso da razão para dirigir nossa ação e para influenciar a dos outros. Daí pode-se concluir que esta teoria argumentativa não se sustenta se toda prova é concebida como redução a uma evidência. Ele propõe que uma teoria da argumentação tem por objeto o estudo das técnicas discursivas que permitam provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes oferecem para aceitação.

Uma contribuição significativa da teoria argumentativa que Perelman desenvolve, e de grande relevância para este estudo, é a distinção que efetua em relação ao sentido do raciocínio dialético, considerado como paralelo ao analítico, mas que trata do verossímil ao invés de proposições necessárias, pois a idéia de que a dialética concerne a opiniões não teria sido aproveitada, por não serem as opiniões relativas aos espíritos que a elas aderem.

Pelo contrário, Perelman (2002) insiste que a idéia de adesão e de espíritos aos quais se dirige um discurso é essencial em todas as teorias retóricas antigas, e por isso esta posição enfatiza o fato de que é em função de um auditório que qualquer argumentação se desenvolve, e ainda considera que a Teoria da Argumentação poderia ser tratada como um ramo da Psicologia. Consideramos este um elemento central na retórica iurdiana, pois sua argumentação se desenvolve a partir do seu auditório, é construída em função dele, o que deverá ser demonstrado ao longo deste trabalho.

Perelman (2002) considera ainda que, na argumentação, devem ser levadas em conta as condições psíquicas e sociais dos receptores, o auditório, o conjunto dos que se pretende influenciar e ainda que o auditório seria uma construção do orador, pois este presume sempre

para quem está falando e necessita ter um conhecimento prévio daqueles que pretende conquistar, recomendação por sinal freqüente entre os antigos estudiosos da antiga Arte Retórica: Aristóteles, Cícero e Quintiliano e outros.

Persuadir ou convencer?[8]

Perelman (2002) faz uma distinção capital entre persuadir e convencer que é bastante pertinente a este estudo. Isto lembra a queixa do escritor francês Julien Benda, em 1927, que acusava aos clérigos de traição quando abandonam o cuidado com o eterno e com o universal para defenderem valores temporais e locais (BENDA, 1980). É a propósito desta diferenciação entre verdade e opinião, entre filósofos e retores envolvidos na ação, que se desenvolve a distinção entre persuadir e convencer.

Para quem se preocupa com resultados, persuadir é mais do que convencer, mas para quem está preocupado com o caráter racional da adesão, convencer é mais do que persuadir. Na persuasão o indivíduo se contenta com razões afetivas e pessoais, sendo em geral a persuasão "sofística". Perelman (2002) chama de persuasiva uma argumentação que pretende valer para um auditório particular, e de convincente aquela que deveria obter a adesão de todo ser racional.

Esta distinção teórica proposta por Perelman foi desenvolvida a propósito da mesma diferenciação formulada por Kant em sua *Crítica da Razão Pura*. Embora bastante próxima, difere dela por fazer da oposição subjetivo-objetivo o critério da distinção entre persuasão e convicção. Esta última se fundaria na verdade do seu objeto e por isso é válida para qualquer ser racional; apenas ela pode ser provada, pois a persuasão tem um alcance individual (e portanto particular). Para o autor, Kant só admite prova puramente lógica, estando a argumentação não-coerciva excluída da filosofia, o que excluiria qualquer argumentação dos auditórios particulares, campo preferido da persuasão. A distinção que o autor se propõe estabelecer entre persuasão e convicção explicaria indiretamente o vínculo entre persuasão e ação e, por outro, entre convicção e inteligência.

Perelman (2002) também admite que a distinção entre persuadir e convencer seja sempre imprecisa, mas a distinção entre diferentes auditórios é ainda mais incerta, porque o modo como o orador imagina os auditórios é o resultado de um esforço sempre suscetível de ser

[8] A distinção entre persuadir e convencer será capital neste trabalho. Nisto repousa toda a diferença conceitual da função persuasiva da retórica. Perelman reintroduz esta discussão teórica.

retomado; é portanto a natureza do auditório ao qual alguns argumentos podem ser submetidos com sucesso que determina, em ampla medida, tanto o aspecto que assumirão as argumentações quanto o caráter, o alcance que lhes serão atribuídos. A distinção entre persuadir e convencer será capital para o desenvolvimento deste estudo.

Sobre o discurso retórico

Já o filósofo Olavo de Carvalho, no seu instigante ensaio sobre os quatro discursos em Aristóteles, defende e retoma a idéia[9] de que o discurso humano é uma potência única que se atualiza de quatro maneiras: a poética, a retórica, a dialética e a lógica ou analítica (CARVALHO, 1996, p. 29).

Estas quatro ciências tratam de quatro formas pelas quais o homem pode, pela palavra, influenciar outro homem. Estas quatro modalidades de discurso se caracterizam por seus respectivos níveis de credibilidade. Desta forma, o poético visa o possível, dirigindo-se à imaginação; já o retórico visa produzir uma decisão; o discurso dialético submete as crenças às provas, medindo a probabilidade de uma crença ou tese; o discurso lógico ou analítico, partindo de premissas admitidas como indiscutivelmente certas, chega pelo encadeamento silogístico à demonstração certa. Existe aqui uma escala de credibilidade. (CARVALHO, 1996, p. 40-41).

Assim, segundo Carvalho (1996, p. 44), um discurso é lógico, dialético, retórico ou poético não em si mesmo e por sua estrutura interna, mas pelo objetivo a que tende o conjunto. Por isto as disposições do ouvinte em cada discurso são diferentes. Na retórica, por exemplo, o ouvinte é chamado de juiz, porque dele se espera uma decisão, um voto ou sentença. Nos três casos o ouvinte é chamado a decidir.

Tipologia universal dos discursos

O propósito de todo discurso é suscitar uma modificação no ouvinte, neste caso, mudar de opinião, receber uma informação ou sentir uma emoção é ser modificado, segundo Carvalho,

---

[9] Esta observação da unidade destas quatro ciências fora feita antes apenas por Avicena e Santo Tomás de Aquino, passando despercebida nos estudos no Ocidente. Ver nota histórica explicativa em Carvalho (1996, p 27).

e a esta modificação denomina de credibilidade final; disto resulta que a credibilidade inicial consiste na exigência de haver ao menos a aceitação provisória das premissas, até a aceitação da modificação proposta.

O autor define discurso como "o trânsito do acreditado ao acreditável, por meio de um encadeamento de nexos", e afirma que o discurso eficaz é aquele que alcança a credibilidade final; malogrado é aquele que não chega à credibilidade final. Esses conceitos e princípios aplicam-se a todos os discursos de todos os gêneros possíveis. (CARVALHO, 1996, p. 87-88).

Carvalho (1996, p. 89) sustenta ainda que esta escala de credibilidade, quer das premissas quer das conclusões, "é uma condição de possibilidade da existência do discurso e que a credibilidade depende das premissas, porque delas depende a credibilidade das conclusões".

Escala das premissas

Se a credibilidade do discurso depende das premissas, é necessário definir o critério do que é crível, em que grau é ou pode ser crível. O autor defende que o grau máximo de credibilidade "é aquele que se atribui ao absolutamente certo"; fala aqui do ponto de vista formal e funcional, pouco importando que a premissa maximamente acreditada seja realmente verdadeira ou certa em seu conteúdo, "o que interessa é que, no discurso, seja tomada como verdadeira". Assim, "dizer que algo seja falso equivale a rejeitá-lo como premissa, e portanto a rejeitar suas conseqüências, isto é rejeitar o discurso". (CARVALHO, 1996, p. 90-91).

Os quatro discursos

Os quatro níveis de veracidade segundo Aristóteles são: o certo, o provável, o verossímil e o possível. Estes são, portanto, os quatro tipos de premissas que os discursos podem tomar como pontos de partida, e também "os graus de probabilidade a que podem aspirar em suas conclusões, onde cada discurso só demanda a ser crido no grau de credibilidade que a elas correspondem". (CARVALHO, 1996, p. 95).

O fundamento universal dos quatro discursos no *Organum* de Aristóteles, segundo Carvalho:

1) Discurso analítico: parte de premissas tidas como universalmente aceitas, procede segundo a lógica silogística para alcançar conclusões universalmente obrigantes.
2) Discurso dialético: parte de premissas prováveis, admitindo várias linhas de desenvolvimento segundo as regras da coerência lógica.
3) Discurso retórico: parte das convicções atuais do público, sejam verdadeiras ou falsas, para levar a platéia a uma conclusão verossímil.
4) Discurso poético: parte do gosto ou hábitos mentais e imaginativos do público, levando-o a aceitar como verdadeiro o que se admitiu de antemão ser apenas uma ficção ou convenção.

Motivos de credibilidade do discurso retórico

Para nosso estudo será necessário analisar especialmente o discurso retórico, pois este pretende basicamente persuadir alguém a fazer ou deixar de fazer algo, por isso todo discurso retórico contém explícito ou implícito um apelo ou comando, e seu objetivo retórico é de que seja atendido ou obedecido nesse objetivo particular.

A credibilidade do discurso retórico tem como função fazer o receptor querer alguma coisa. Este efeito se obtém por uma identificação. Trata-se de fazer o receptor sentir que a proposta discursiva corresponde à vontade ou desejo do próprio receptor. Trata-se de uma identidade de vontades e, em conseqüência, de decisões.

O discurso retórico apela no fundo ao sentimento de liberdade do receptor, seu impulso de decidir, agir por conta própria, de afirmar sua vontade. Por isto a retórica clássica, lembra Carvalho (1997, p 106-110), "considerava importante que o orador capte primeiro as inclinações do auditório para fazer a ponte entre essas inclinações e o objetivo desejado."

Disto decorre que o discurso persuasivo iurdiano está baseado no propósito de modificar as opiniões dos receptores partindo de premissas verossímeis e captar as inclinações do auditório, e tem no seu bojo um apelo e um pedido que corresponde aos desejos do auditório.

2.4 Publicidade, propaganda e *marketing*

Um dos aspectos mais notáveis das sociedades contemporâneas são as profundas transformações socioculturais em curso, graças principalmente à contribuição dos meios de comunicação de massa e especialmente ao papel da propaganda e da publicidade, que fazem parte do cotidiano das pessoas. Esta onipresença em todos os âmbitos da vida demonstra a influência exercida nas relações sociais, sobretudo pela capacidade de criar, de modificar visões sobre a realidade social e cultural.

A publicidade, a propaganda e o *marketing* funcionam como discursos sociais, são práticas sociais e, lingüisticamente falando, são gêneros discursivos. Possuem, além disso, elementos comunicacionais, ideológicos, cognitivos, comerciais e comportamentais. Neste tópico serão tratados dentro da perspectiva discursiva.

Como qualquer gênero discursivo a publicidade está inscrita na história, na vida social e na vida econômica. O apelo publicitário é muito antigo. Na Babilônia encontraram-se registros que elogiavam os méritos de um artesão. No século VIII a.C., sob a dinastia Zhou, na China, floresceu nos mercados um anúncio publicitário tocado por flautistas. Mais tarde em Pompéia encontrou-se entre os comerciantes um *slogan* elogiando o vinho de Falerna. (ADAM; BONHOMME 1997).

Os primeiros esboços publicitários apareceram nas culturas caldéias e assírias, segundo Puig (1986) e Vázquez Moltalvan (1985). Os soberanos comemoravam seus faustos e vitórias nos frontispícios dos monumentos. No foro romano expunham-se tábuas que anunciavam vendas e espetáculos teatrais. A publicidade exterior servia para identificar lugares, pessoas, como também para dar a conhecer as informações oficiais. As primeiras pedras gravadas (*axones*) e tábuas de madeira (*cyrbes*) dos gregos antecederam os álbuns romanos, muros brancos retangulares colocados nas praças públicas.[10]

Durante a Idade Média circulava com freqüência informação oral transmitida por mensageiros especiais, restritos ao alto clero e aos governantes seculares, o que não impedia que nos mercados circulassem tipos que transmitiam as últimas notícias do reino e que as pessoas buscassem este tipo de informação. Estes eram chamados de pregoeiros ou *strillioni*, cuja atividade foi regulamentada, permanecendo durante toda a Idade Média.

---

[10] Sobre as origens da publicidade ver Adam (1997) e Vazquez & Aldea (1991).

Origem da propaganda

A origem da propaganda tem raízes religiosas. Com a Bula *Inscrutabili Divinae*, de 22 de junho de 1622, promulgada pelo Papa Gregório XV, teve início o período constitutivo da Congregação, com o nome de Propaganda Fide, com a finalidade de difundir a fé católica. A palavra propaganda provém do latim *propagare*, "técnica do jardineiro de cravar no solo os rebentos novos das plantas a fim de reproduzir novas plantas" (BROWN, 1991, p 10).

A Congregação da Propaganda nasceu quando a Igreja Católica enfrentava contestação por parte da Reforma Protestante e acontecia a descoberta de novas terras, transformadas em novos campos de conversão. Portanto, a definição de propaganda é a disseminação de idéias dentro de um plano deliberado, o que na prática significa influir nas atitudes emotivas dos outros no sentido de aderirem ao conteúdo propagado.

O propagandista está a favor de certas idéias e necessariamente em contra de outras consideradas falsas em oposição à verdade propagada e implícita nas ações que suscita. Segundo Brown (1991, p. 15), "a propaganda mediante a censura adota duas formas: o controle seletivo da informação para favorecer um determinado ponto de vista e a manipulação deliberada da informação para criar uma impressão diferente da que se quis dar originalmente."

Para outros autores, como K. Young, a definição de propaganda é:

> O uso sistemático e mais ou menos deliberadamente planejado de símbolos, mediante sugestão e técnicas psicológicas, com a intenção de modificar, alterar e controlar opiniões, idéias e valores [...] a propaganda pode ser aberta e ter um propósito declarado ou ocultar suas intenções. Sempre discorre numa estrutura sociocultural determinada, sem a qual não podemos compreender seus aspectos psicológicos e culturais. (BROWN, 1991, p. 19, tradução nossa).

Doob, cuja obra *Public opinion and persuasion* é um dos mais importantes livros sobre o tema, define assim a propaganda: "O intento sistemático de um individuo, ou de vários, interessado em controlar as atitudes e, por conseqüência, as ações de grupos de pessoas mediante o uso da sugestão." (Apud BROWN, 1991, p. 19).

Brown aponta uma característica comum a todos os tipos de propaganda: a de tentar limitar nossa eleição. Seja com argumentos, com crítica emocional e não objetiva da outra parte e de suas opiniões, mediante o uso de caricaturas, estereótipos e outros meios, quase sempre o

propagandista oculta algo, e o ocultado pode ser a verdadeira intenção da campanha, o fato de existirem alternativas ao que se propõe. Enfim, disto tudo se depreende que o que constitui a propaganda é tanto a forma de apresentar o material como seu conteúdo, e principalmente as intenções do propagandista em relação ao seu público alvo.

O grande impulso para o desenvolvimento da propaganda ocorreu com a criação da imprensa em 1454 — que permitiu uma grande difusão de livros e idéias — e com o movimento de Reforma protestante, no século seguinte. Estes dois fatores propiciaram grandes mudanças na Europa. Além de dividir a Igreja Católica, a Reforma facilitou o acesso à Bíblia e conseqüentemente promoveu a alfabetização; os reformadores foram responsáveis pela introdução de sistemas educativos em consonância com as perspectivas modernas. (BROWN, 1991).

Distinção entre propaganda e publicidade

Em geral, estes termos são considerados como sinônimos, não se faz nenhuma distinção entre ambos, sendo utilizados tanto pelo público leigo quanto pelos próprios especialistas de comunicação. Porém, existem diferenças fundamentais entre ambos os conceitos, e isto é importante para nosso estudo. Autores como Charaudeau (1983) consideram o termo propaganda mais abrangente que publicidade.

O primeiro está relacionado com a mensagem política, religiosa, institucional, comercial, enquanto o segundo se restringe apenas a mensagens comerciais. A propaganda estaria voltada para a esfera dos valores éticos e sociais, e tem como finalidade promover o bem comum. Dirigida para uma sociedade ou comunidade em geral, esta pretende ser válida para "nós" e é sempre mais ampla sua mensagem.

Já a publicidade comercial explora o universo particular do indivíduo, dos desejos, suas necessidades pessoais, por isso usa a estratégia de falar para "você", dirigindo-se ao indivíduo de forma particular e intimista, principalmente por que seleciona seus públicos alvos, e esta é uma das capitais distinções do discurso publicitário.

A comunicação da publicidade não tem autoridade para ordenar nada, mas usa estratégias e recursos de sedução para manipular o público. Embora a idéia de manipular seja considerada de forma pejorativa, deve ser lembrado que na comunicação existe sempre a argumentação no

sentido de obter a adesão do receptor e se pretende conseguir algo deste, por exemplo: fazer-crer ou fazer-fazer.

Do ponto de vista teórico, discute-se também que no atual desenvolvimento da propaganda e publicidade ambas estão bastante implicadas e é difícil às vezes separar uma da outra, por isso alguns autores utilizam a expressão discurso publi-propagandístico (VAZQUEZ; ALDEA, 1991).

O discurso religioso hoje é apresentado na sociedade de consumo, num contexto sociocultural de diversidade, dentro de uma perspectiva de entretenimento e com uma forte tendência de ser mostrado como "um espetáculo", graças ao uso dos meios de comunicação de massas; disto decorre a necessidade da busca de diferenciar-se dentre outros discursos e especialmente dos concorrentes. Neste contexto residem os riscos de manipulação e instrumentalização da propaganda e da publicidade para outros objetivos e fins distintos daqueles que uma instituição religiosa se propõe alcançar no plano doutrinal e espiritual, que lhe é reservado historicamente.

A linguagem da propaganda e publicidade

A mensagem publicitária é forte aliada da tecnologia, seus conteúdos veiculam a busca do prazer, da abundância, do progresso, do lazer, da juventude, da renovação da vida e, pelo contrário, afastam toda negatividade, contrariando o noticiário não muito positivo dos jornais: doença, morte, guerra e corrupção; a mensagem publicitária cria um paraíso onde tudo é perfeito e ideal. Mas não se limita aos sonhos, concilia o principio do prazer com o da realidade, quando normativa, indicando o que deve ser usado ou comprado.[11]

Para Ferraz Martinez (1993) a publicidade é uma forma de propaganda capitalista e pode ser informativa e denotativa, ou persuasiva e conotativa. Mas, acima de tudo, a publicidade e a propaganda são discursivas, utilizam a linguagem e através desta manipulam símbolos fazendo mediação entre as pessoas e objetos, utilizando mais a linguagem do mercado que a dos objetos. (CARVALHO, 2002).

Segundo Fairclough (1990), os vários discursos refletem algumas importantes características da sociedade capitalista moderna em que transitam e, portanto, podemos fazer uma análise

[11] Sobre a linguagem publicitária ver Carvalho (2002); Quesnel (1974); Ferraz Martinez (1993); Carrascoza (2002).

crítica do discurso publicitário, pois a propaganda e a publicidade assumem aqui um papel e uma função: incentivam e legitimam o papel de consumidor para a população. Neste sentido: "O discurso [da propaganda] e da publicidade é um dos instrumentos de controle social e, para realizar esta função, simula igualitarismo, remove da estrutura de superfície os indicadores de autoridade e poder, substituindo-os pela linguagem da sedução." (CARVALHO, 2002, p. 17).

A palavra tem poder de criar e destruir, prometer e negar. Este é um recurso usado pela propaganda e publicidade como sua principal arma. A função persuasiva da linguagem publicitária consistiria, segundo Carvalho (2002), em tentar mudar a atitude do receptor, por isto para ele é elaborada a mensagem, o vocabulário é escolhido no registro referente a seus usos. Toma como base o que falta ao ser humano para ser completo como pessoa: prestígio, amor, sucesso, lazer, vitória. Para alcançar isto, usa palavras adequadas que despertam o desejo natural de felicidade das pessoas.

Os recursos lingüísticos têm o poder de influenciar e orientar as percepções e pensamentos, ou seja, o modo de estar no mundo e de vivê-lo, o que seria a função persuasiva do discurso publi-propagandistico: a de "criar mundos". A linguagem publicitária é conotação pura e o discurso é sempre alegórico (BAUDRILLARD, 1968.)

Enquanto a denotação transmite a informação, a conotação permite uma abertura do significado. A mensagem publicitária, pelo visto, pode se apoiar tanto no sentido denotativo quanto no sentido conotativo. No primeiro caso, concentra-se no referencial, dando ênfase ao nome, à analogia e à informação; no segundo, se sustentará no implicativo, dando ênfase ao caráter, à analogia, à conivência, mais do que à informação propriamente dita. (PÉNINOU, 1972).

Se a linguagem publicitária se apóia nos usos da língua, esta funciona produzindo sentidos, e para isto usa como mecanismo básico os pólos denotação e conotação:

> Passar do pólo denotativo de uma palavra para seu pólo conotativo é, pois, passar de uma retórica lógica, apoiada no referente, com argumentação baseada no conjunto de provas intrínsecas ao objeto, para uma retórica implicativa, apoiada no receptor e com argumentação baseada nos processos de persuasão, extrínsecos ao objeto. (CARVALHO, 2002, p. 20-21).

A retórica publicitária

A publicidade coincide com a retórica a partir da capacidade da linguagem de criar discursos persuasivos. A publicidade elabora mensagens comerciais com a intenção de vender determinados produtos. Estão tão próximas, retórica e publicidade, que há quem considere a mensagem publicitária como a moderna mensagem retórica. Ambas coincidem no fato de considerar a linguagem como uma força destinada à interação social.

Pujante (2003) considera a Pragmática de alguma forma herdeira da última operação retórica, e nos ensina que a linguagem serve principalmente para realizar atos carregados de intenção. Lembra a Teoria dos Atos de fala de Austin (1990), que distingue o ato locutório, ilocutório e perlocutório. Retórica e publicidade coincidem no esquema seguinte:

A disse a B: "Tal coisa é boa." / A recomenda a B / A persuade a B.

Tanto em certos discursos retóricos quanto na publicidade, existe um ato locutório (A diz a B x), com o qual se diz que algo é bom: lutar contra os persas, comer iogurte Danone, visitar a IURD. Diz-se este discurso com uma intenção (A recomenda a B x): recomenda-se que se inicie a guerra, que se coma iogurte Danone, que se visite a IURD. O discurso retórico ou mensagem publicitária será eficaz se conseguir que os gregos façam guerra contra os persas, que o público compre iogurte Danone, que o público visite a IURD.

A publicidade, como a antiga retórica, só tem sentido inserida numa sociedade determinada. A publicidade é uma instituição social que somente tem sentido num contexto sociopolítico determinado: a sociedade de consumo, dotada de uma grande maquinaria de produção alinhada para consumir o que essa máquina produz.

O discurso publicitário assemelha-se ao discurso laudatório retórico e o *status* é conjetural. Neste discurso, nunca há provas concludentes. A conjetura vai dirigida à prova, por meio do elogio do produto, que se considera melhor do que o dos outros no mercado, por meio da lisonja do público e através dos aspectos agradáveis da mensagem (o que sabe, sabe).

Pela sua eficácia persuasiva podemos dizer que efetivamente a mensagem publicitária é o discurso retórico da nossa sociedade de consumo. A grande diferença reside nas suas diferentes finalidades. A retórica tem por fim construir discursos retóricos para convencer um auditório em questões de tipo civil e político.

Os discursos pronunciados nos tribunais de justiça, no parlamento, em solenidades culturais e políticas são diferentes das mensagens destinadas para promover objetos materiais para o consumo na sociedade de massas. Quanto às técnicas persuasivas, são mais sofisticadas e modernas, incluem os estudos sobre o inconsciente na psicanálise (Freud e outros), os reflexos condicionados e lavagem cerebral (Pavlov), a teoria psicossocial (Lasswell), teorias da motivação humana (Maslow), teorias da comunicação de massa (De Fleur e Balla-Rokeach) e outros.[12]

Existem muitos elementos reconhecidos como retóricos na perspectiva da antiga arte no atual discurso publicitário. A alta eficácia comunicativa da mensagem publicitária faz com que se considere sua linguagem como retorizada, justamente a retoricidade lingüística caracteriza sua elevada capacidade e eficácia comunicativa.

Um dos grandes princípios utilizados pelo discurso retórico publicitário é a amplificação, o engrandecimento da realidade para que esta seja mais bem aceita pelo público receptor.

Comparando ambos os discursos, o retórico clássico e o publicitário, encontramos algumas diferenças: seus fins, a linguagem múltipla, no caráter unilateral da sua comunicação, a orientação para um público massivo consumidor de produtos; mas coincidem ambos na busca da eficácia persuasiva, esta sua dimensão pragmática. (PUJANTE, 2003).

Marketing e discurso religioso

Neste tópico pretende-se estabelecer a relação entre a utilização do *marketing* e práticas discursivas como estratégias de persuasão. *A priori* se dá esta vinculação tendo em vista que ocorre uma invasão do discurso econômico no discurso iurdiano, dada a importância que os aspectos financeiros ocupam nas atividades religiosas da IURD. Retomamos a observação de Fairclough (2001), de que as mudanças sociais são basicamente mudanças nas práticas discursivas e que ocorre um movimento de extensão do mercado a novas áreas da vida social [o que inclui necessariamente o campo religioso] reconceituando suas atividades como produção e marketing de bens para consumidores, isto inclui relexicalização de atividades e relações sociais.

---

[12] Estas diferentes abordagens teóricas estudam aspectos psicológicos como os desejos, na psicanálise; teorias psicossociais de interação de grupos; aspectos neurológicos, fisiológicos e comportamentais das teorias behavioristas; as teorias de motivação psicológica; até as teorias da comunicação de massas implicam fatores que influenciam a produção e interpretação discursiva.

Isto nos permite aplicar ao campo religioso relexicalização dos fiéis como "consumidores ou clientes" e dos serviços como "produtos" Estas novas práticas discursivas são estratégias de *marketing* adotadas na atividade religiosa.

O paradigma de *marketing* pode ser útil para compreender os novos sentidos discursivos proferidos nestes novos cenários socioculturais e produzidos em função de novas demandas sociais dos receptores discursivos. Daí por que a abordagem sociointerativa da Análise Crítica do Discurso é bastante adequada para compreender esta dinâmica discursiva.

Há que considerar que neste novo cenário religioso o papel dos receptores no contexto discursivo é bastante ativo como co-produtores de sentidos e significados, pois a compreensão destes orienta os temas e significados escolhidos na produção discursiva iurdiana.

Marketing e mercado

Se o fenômeno do neopentecostalismo iurdiano ocorre dentro do desenvolvimento histórico do protestantismo, é necessário remontar às origens da Reforma protestante no século XVI para entender o aparecimento da mercantilização, pois o fenômeno religioso é muito anterior ao aparecimento do mercado historicamente falando. Somente no século XVI dar-se-ão as condições históricas para o surgimento de uma economia mercantilista.

O desenvolvimento posterior do capitalismo está vinculado ao crescimento do protestantismo na Europa e foi este que deu sustentação ideológica e sua melhor justificativa moral para todo o processo de ampliação do comércio e logo da industrialização que transformaria o mundo num grande mercado a ser conquistado (WEBER, 1981, 1989, 1991).[13]

O paradoxo é que a Reforma protestante surgiu, entre outras causas, como reação à mercantilização das indulgências e da venda das relíquias dos santos por parte da Igreja de Roma, e porque esta, sob sua hegemonia ao longo da Idade Média, tinha condenado a usura e o lucro. Os efeitos disso no campo religioso foram a quebra do monopólio religioso católico e as conseqüentes guerras religiosas na Europa; e mesmo depois da paz, inevitavelmente ficaram a luta pelo espaço religioso e a concorrência entre igrejas, principalmente pelo fortalecimento da racionalidade protestante, que buscaria a maior eficiência e produtividade

[13] Weber contribuiu para analisar o nascimento do capitalismo à luz da doutrina calvinista da predestinação e da conseqüente interpretação do êxito material como garantia da graça divina. Antecede a Teologia da Prosperidade no sentido de enfatizar certos valores que tornam-se operacionais através do discurso.

no seu desenvolvimento social. Estavam dadas as condições para o apoio religioso para o próximo desenvolvimento da expansão comercial que se dirigia para os novos mercados e campos de evangelização: Ásia, África e América Latina.

A noção de mercado será uma categoria fundamental para a compreensão do novo contexto social onde o discurso neopentecostal se desenvolve atualmente, como um elemento central das mudanças no campo religioso, visto que o elemento econômico está envolvido nas novas práticas sociais e discursivas, onde os conteúdos religiosos passaram a ser veiculados vinculados a este discurso e como um objetivo ligado ao próprio crescimento religioso.

> O sistema de mercado atingiu seu ápice quando conseguiu penetrar no âmago da religião e se transformou cada vez mais numa mercadoria. Aqui não se pode falar mais que a religião usa as leis de mercado para vender a sua mercadoria, mas ela mesma se submeteu e transformou numa mercadoria também vendável no mercado. (CAMPOS, 1997, p. 175)

Marketing religioso na IURD

A noção consagrada do conceito de *marketing* é dada por Kotler (1980, p. 20,31,37,38):

> Marketing é a atividade humana dirigida para satisfação de necessidades e desejos através dos processos de troca. Toda organização é uma aglutinação proposital de pessoas, materiais e instalações, procurando alcançar algum propósito no mundo exterior. O marketing é este conjunto de conhecimentos e ferramentas que tem por tarefa coordenar, planejar e controlar o processo de concretização desses objetivos. Para sobreviver e ser bem sucedida a organização deve atrair recursos suficientes e converter esses recursos em produtos, serviços e idéias e distribuir esses produtos a vários públicos consumidores. Por isso o mercado, do ponto de vista da organização, é uma arena em potencial para troca de recursos.

A troca é um conceito caracteristicamente humano, dirigido para valorização de objetos serviços e bens. Mauss (1974) considera as trocas com um "fato social total" que coloca as sociedades em movimento, porque seus membros sempre possuem coisas desejadas e valorizadas. Para Weber (1991, p. 43-44) a troca é "um compromisso de interesses entre os participantes pelo qual se entregam bens ou possibilidades como retribuição recíproca".

A pesquisa de Campos (1997) sobre *marketing* religioso aponta diversos trabalhos e autores. A primeira ligação entre *marketing* e religião foi feita por Kotler, que em 1971 publicou *Strategic marketing for non-profit institutions*, onde pioneiramente reuniu implicações do *marketing* para organizações que não buscam lucro.

Como desdobramento dessa obra Shawchuck et al. (1992) publicam *Marketing for congregations*, onde relacionam alguns dos aspectos negativos contrários ao uso do *marketing* religioso, como "a mentalidade dessacralizadora da religião" que estaria ligada à venda, publicidade, relações públicas, e com conceitos que não teriam nada em comum com religião, como "produto", "troca", "mercado", "público", "macro-ambiente", "metas", "segmentação" e outros (SHAWCHUCK et al., 1992, p. 212).

Já Barna (1994) sublinha no seu livro *Marketing in the Church* que o *marketing* seria um instrumento muito importante para o crescimento da Igreja, embora a adoção do *marketing* esbarre naqueles que acreditam que este não parece uma prática bíblica e seja uma atividade mundana.

Berger (1963) afirma que o aspecto competitivo do campo religioso provocaria o surgimento de uma racionalização de estruturas e procedimentos, que não se justifica na situação de monopólio religioso (o que confirma o contexto histórico brasileiro da hegemonia católica e posterior fragmentação das opções religiosas contemporâneas). Importante na contribuição de Berger é a idéia de transformação das instituições religiosas "em agências de mercado" e das tradições religiosas em "mercadorias para o consumidor".

Campos (1997) insiste em afirmar que a Universal utiliza sim o *marketing*, na medida em que soube diferenciar seu "produto" daqueles congêneres que surgiram no final dos anos 1970, justamente porque conseguiu organizar e padronizar os bens religiosos e capitalizar-se para novos investimentos. Graças à propaganda e ao uso dos meios de comunicação, rádio e televisão, conseguiu o sucesso atual. Trata-se de oferecer ao consumidor, através de uma mensagem religiosa na sua forma, um conteúdo repleto de objetos essenciais para o individuo, naturalizando o milagre e oferecendo-o aos consumidores, a IURD se encarrega de levá-lo até ele:

No campo religioso, onde alguns aplicam as leis da publicidade e do *marketing*, ocorre de se sobrepor às leis da oferta e da demanda a lei do milagre,como se fosse algo natural e sempre ao alcance da mão (ver SPITZER, 1978).

3 RELIGIOSIDADE E DISCURSO RELIGIOSO

Neste capítulo trata-se sobre a religiosidade e o contexto histórico no Brasil para situar o desenvolvimento do campo religioso e descrever alguns aspectos da formação discursiva desde os tempos da colônia, onde imperou o discurso religioso monopolizado pela Igreja Católica enquanto discurso religioso oficial do Estado, até os tempos atuais, onde este campo discursivo se fragmenta numa grande diversidade de discursos confessionais e onde se destaca a tendência dos grupos neopentecostais com novas modalidades dos conteúdos e significados simbólicos da mensagem cristã.

Segundo o ensaísta e poeta mexicano Octavio Paz, a história do homem poderia se reduzir à história das relações entre as palavras e o pensamento. Todo período de crise se inicia ou coincide com uma crítica da linguagem. Todas as sociedades passaram por estas crises de suas bases, que são sobretudo crises de sentido de certas palavras. O poeta quer nos lembrar que esquecemos com freqüência que, como todas as outras criações humanas, os impérios e os Estados estão feitos de palavras: são feitos verbais (PAZ, 1982). Isto corresponde a afirmar que o mundo é construído pela palavra: "*In principio erat Verbum* [...]" (Jo 1:1).

Na literatura lingüística brasileira, encontramos poucos trabalhos sobre o discurso religioso. Outras áreas de estudos, como a antropologia, sociologia da religião e sociologia política, se ocupam do tema da religião e suas dinâmicas sociais. Por tanto, é pertinente analisar o discurso religioso enquanto atividade social e específicamente às funções comunicativas da linguagem desempenhadas, assim, estará mais do que justicada como campo de investigação lingüística.

Se considerarmos que o texto religioso é um vasto texto comunicativo e que este desempenha diversas e importantes funções sociais, e que atualmente ocupa um papel decisivo nas transformações do campo religioso e da própria sociedade brasileira, a perspectiva de Bakhtin sobre a interdiscursividade dos textos (religiosos) é absolutamente válida para uma análise discursiva do texto religioso.

Este autor insiste na omissão sobre "o modo como os textos e os enunciados são moldados por textos anteriores aos quais estão respondendo e por textos subseqüentes que eles antecipam" (BAKHTIN, 1997, p. 134-135).

Fairclough (2001) enfatiza que o conceito de intertextualidade já foi usado por Foucault (1972, p. 98) quando este afirma que "não pode haver enunciado que de uma maneira ou de outra não reatualize outros". Para Bakhtin cada enunciado se constitui como um elo na cadeia da comunicação humana e portanto todos os enunciados são povoados por outros: "Nossa fala é preenchida com palavras de outros. Essas palavras de outros carregam com elas suas próprias expressões, seu próprio tom avaliativo, o qual nós assimilamos, retrabalhamos e reacentuamos." (BAKHTIN, 1997, p. 89).

O texto discursivo da Universal parece preencher estas características. Seu texto imprime outros tons avaliativos e realça outros aspectos dos textos cristãos tradicionais oferecendo ao público novas funções para estes de acordo com novos cenários construídos também discursivamente; isto é, novos contextos permitirão outras leituras e funções discursivas ao texto cristão convencional.

Fairclough enfatiza as mudanças discursivas em curso nas sociedades modernas, e deve-se considerar particularmente o campo religioso, onde as práticas discursivas estavam consagradas para funções que atendiam a determinadas necessidades, convencionadas, mas "a rápida transformação e reestruturação de tradições textuais e ordens de discurso é um extraordinário fenômeno contemporâneo, o qual sugere que a intertextualidade deve ser um foco principal na análise de discurso" (2001, p. 135).

O conceito de intertextualidade será um dos recursos principais para o desenvolvimento das análises do discurso iurdiano aqui apresentadas, tanto teórica, como metodologicamente falando; embora Maingueneau (2000, p. 87) insista numa distinção entre interdiscursividade, como conjunto de discursos, e intertextualidade — como sendo mais pertinente à literatura, referindo-se aos textos e as obras.

3.1 Contexto histórico da religiosidade no Brasil

Neste tópico apresenta-se um breve desenvolvimento histórico do campo religioso no Brasil, com o objetivo de definir o contexto sociocultural onde o discurso religioso é produzido desde

a chegada dos portugueses até a atualidade, centrado principalmente no cristianismo, forma hegemônica dominante durante todo este período histórico brasileiro.

3.1.1 A hegemonia católica no período colonial: o monopólio do discurso religioso

A chegada dos europeus às Américas está inserida dentro do marco muito especial da ampliação dos mundos conhecidos e, sobretudo, da conquista de novos campos de exploração comercial e difusão da fé cristã. Os próprios descobridores espanhóis escreveram: "Teríamos que converter rapidamente para nossa fé, um grande número de povos e ganhar ao mesmo tempo, grandes quantidades de ouro, este pode conduzir almas ao Paraíso, se o empregarmos para rezar missas." (SEDILLOT, 2004, p. 34)

A fé cristã foi implementada na América Latina também como um empreendimento econômico, e imposta pela força "a ferro e fogo" aos índios nas Américas, onde aportaram espanhóis e portugueses, servindo como suporte para a colonização.

A Igreja Católica foi a religião oficial no Brasil Colônia, o que garantiu a hegemonia católica no campo religioso desde a chegada dos portugueses em 1500 até 1889, quando a República decretou a separação da Igreja do Estado. Isto significa que não havia nenhuma possibilidade de diversidade religiosa. Ao mesmo tempo, houve uma acomodação natural com tal hegemonia religiosa por parte da Igreja Católica durante séculos, pois na prática todos os cidadãos eram católicos. À falta de melhor trabalho de evangelização, a catequese transformou o catolicismo mais numa herança cultural, sociológica, do que numa convicção de vida.

Outras experiências religiosas no Brasil

Na prática religiosa do Brasil, houve poucas oportunidades de conhecer — pelo menos de forma institucionalizada — outras manifestações religiosas que não fosse a católica, embora seja possível registrar a religiosidade indígena e a dos escravos africanos, os quais de certa forma, sempre mantiveram suas crenças e muitas vezes misturaram-na com o culto católico oficial. Na história brasileira registramos, em 1555, a presença de Villegaignon, calvinista francês que conquistou a baía da Guanabara e realizou o primeiro culto calvinista no Brasil.

Entusiasmado, Calvino enviou para o Brasil o pastor Jean de Lery, que realizou cultos e atos religiosos calvinistas durante os cinco anos da ocupação francesa.

Outro momento marcante ocorreu durante a ocupação holandesa em Pernambuco, num período de 24 anos, iniciado a partir de 1630. Este episódio do século XVII resultou numa das mais ricas bibliografias de toda a história do Brasil. Os holandeses instauraram diversas instituições sociais que denotavam a busca de novas referências culturais; entre elas destacamos a tolerância religiosa e a diversidade de cultos, algo inédito nos tempos coloniais portugueses no Brasil. Foram estabelecidos templos para luteranos, anglicanos, calvinistas e judeus, que construíram uma sinagoga, a primeira das Américas, que recebeu o nome de Kahal Kadosh Zur Israel (Santa Comunidade do Rochedo de Israel) (DANTAS SILVA, 2002).

Se o campo religioso brasileiro durante o período colonial foi dominado pelo catolicismo romano, este não foi tão homogêneo como parece, pois existiram simultaneamente as experiências religiosas dos índios e dos negros trazidos da África. Ambos os contingentes mantiveram suas crenças, apesar do esforço da Coroa portuguesa por cristianizar estes grupos.

O empreendimento colonial dos descobrimentos geográficos portugueses resultou em processos sociológicos e antropológicos de miscigenação, de que derivam raças mestiças. Não é de estranhar a manifestação de um sincretismo religioso cultural afro-católico-indígena com influências cristão-nova e judaica (LIPINER, 1977).[14]

Características da religiosidade católica brasileira

Neste tópico pretende-se descrever algumas das principais características da religiosidade brasileira no percurso histórico, desde a colônia até o século XX. Parte-se do pressuposto de que havia no Brasil uma prática religiosa geral mais ou menos homogênea e dominante — a católica — e que este panorama foi-se modificando radicalmente a partir das últimas décadas do século XX.

O que seria então o catolicismo brasileiro? Comblin (1997) afirma que "o catolicismo brasileiro oficial, como definido pela Teologia e o Direito Canônico, nunca existiu. É pura

[14] Este autor desenvolve uma pesquisa ampla obre o tema dos judeus no período colonial, sobretudo na fase da Inquisição, estudando a conversão dos judeus pela força ao catolicismo e de como estes judeus desenvolveram estratégias lingüísticas de sobrevivência pela ocultação e dissimulação da identidade religiosa para sobreviver.

abstração dos teólogos. Há somente catolicismos populares de vários níveis sociais e culturais."

O autor reconhece três fontes constituintes dos vários tipos de catolicismo brasileiro: européias, africanas e ameríndias. Da colonização portuguesa alguns elementos medievais permanecem ainda muito vivos nas camadas populares analfabetas ou semi-alfabetizadas, que constituem a maioria da população brasileira: o fascínio do milagre, o gosto das promessas, procissões e romarias, o penitencialismo e a benção que retira o objeto do domínio do interdito e o recupera para o uso benéfico.

Oliva (1997) focaliza o fenômeno do desenraizamento cultural religioso como "contínuo" que teria iniciado com os portugueses desterrados para a colônia; das populações indígenas, destituídas das suas terras e costumes; dos africanos arrancados das suas terras e vendidos como escravos, tratados como peças; dos emigrantes do meio rural que, vítimas modernas de um processo de colonização interna, buscam meios de sobrevivência nas periferias das grandes cidades.

Este quadro síntese desenha-se sobre o pano de fundo da tentativa portuguesa de implementar uma cultura européia em um ambiente totalmente diverso, às custas do desenraizamento de populações inteiras. Já para Cintra o catolicismo brasileiro apresenta o seguinte quadro:

> O povo brasileiro do campo e das aldeias do interior vive num mundo mítico, povoado de lendas e crenças fatalistas; o povo dos subúrbios e das favelas vive num mundo mágico: conserva muitos mitos e lendas folclóricas, misturadas com crendices e com superstições; a classe média e mesmo alta vive num mundo religioso, emotivo e sentimental em que a fé esclarecida ocupa pouco lugar e está freqüentemente mesclada de superstições e crendices; um cristianismo consciente é vivido por uma ínfima minoria. (CINTRA apud OLIVA, 1997, p. 63).

De certa forma estes comentários vêm ilustrar, em linhas bastante gerais, a qualidade da religiosidade vivenciada no catolicismo durante este período histórico.

A religiosidade mínima brasileira[15]

A religiosidade católica brasileira apresenta características que podem ser identificadas e possui um núcleo central que forma o que pode ser denominado de cultura religiosa brasileira,

[15] O conceito de religiosidade mínima brasileira parece muito útil para compreender o caldo de cultura que viceja na IURD aponta para um estágio fronteiriço ao do pensamento religiosos primitivo, imerso no temor do sagrado, indeciso entre magia e religião. Oliva (1997: 70).

o lastro sobre o qual repousam não apenas a expressão católica, mas outras formas religiosas brasileiras. Assim, encontramos na expressão "Religiosidade Mínima Brasileira" (RMB), cunhada por Droogers (1987), um conceito apropriado a esta idéia.

A RMB seria, portanto, um "mínimo denominador comum" constituindo a identidade religiosa brasileira para consumo de massa, que permite trânsito fácil entre as diversas religiões, seitas e outras expressões de religiosidade.

Características da religiosidade popular

Oliva, no estudo realizado sobre as características da IURD, busca identificar um substrato religioso popular do povo brasileiro e estabelece alguns paralelismos com as práticas *iurdianas*. Distingue-se, entre outros, a necessidade de sinais concretos:

> A fé que sustenta a religiosidade mínima brasileira é depositada em objetos intermediários concretos que, de alguma forma, "encerram" poder sobrenatural: amuletos, talismãs, imagens, palavras, fórmulas de oração, gestos, pessoas... O messianismo político finca suas raízes nesse solo [...] É essa mesma fascinação por símbolos concretos invocadores de poder que sustenta a propaganda comercial, que compartilha assim, de alguma forma, do universo religioso popular. (OLIVA, 1997, p. 72).

Essa necessidade de concretização é atendida na IURD de acordo com a criatividade dos pastores: arco do amor, tapete vermelho, ou com sal, óleo sagrado, água do rio Jordão e outros. Tudo indica que a IURD coloca em cena um discurso religioso que ecoa na experiência que o brasileiro tem e à qual este discurso iurdiano responde.

3.1.2 Abertura do campo religioso brasileiro

Chamamos de abertura do campo religioso ao processo que decorre desde a instauração da República, atravessando todo o século XX e chegando até os dias atuais, onde ocorreram alterações significativas na estrutura social, econômica e política e, em decorrência, nas práticas sociais religiosas, e conseqüentemente na ordem do discurso.

A hegemonia do catolicismo enquanto religião oficial do Estado brasileiro durou até 1889; antes disso, como vimos, a presença protestante no Brasil foi esporádica, tendo começado de forma mais sistemática com a Abertura dos Portos às Nações Amigas em 1808 e com a

imigração européia de anglicanos ingleses, como comerciantes nas grandes cidades, e de luteranos alemães, como pequenos colonos no interior do sul.

Na segunda metade do século XIX, uma segunda onda, denominada de protestantismo missionário, instalou-se no Brasil: a partir de 1858, missionários de origem congregacional, metodista, presbiteriana, batista e episcopal fundaram suas igrejas no Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia e Rio Grande do Sul. Fazendo jus a sua principal característica, que é o espírito proselitista, o protestantismo missionário irradiou-se por todo o território nacional.

A rigor este segundo momento consolidará o que se denomina de protestantismo histórico, chamado também de evangélico, pois estes grupos religiosos têm sua origem no movimento de Reforma protestante européia do século XVI.

Reconhece-se um terceiro movimento protestante, conhecido como pentecostal, movimento este que tem como característica uma forte expansão mundial e origina-se nos Estados Unidos; uma forma de protestantismo popular, com grupos autônomos desvinculados de qualquer grupo histórico tradicional.[16]

Crescimento e visibilidade pentecostal

O rápido crescimento do pentecostalismo ocorrido nas últimas décadas na América Latina, África e Ásia tem obrigado os estudiosos da religião, assim como os cientistas sociais, especialmente sociólogos e antropólogos, a se interessarem novamente pelos fenômenos religiosos. A quantidade de trabalhos acadêmicos nesta área tem aumentado significativamente. (CAMPOS, 1997, p. 32).

Este crescimento pentecostal em termos numéricos no Brasil pode ser avaliado por meio dos dados fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O Censo Demográfico de 2000 revelou a existência de 26.184.941 evangélicos (15,4% da população brasileira), praticamente o dobro do número registrado em 1991 (13.189.282). Os pentecostais representavam 67% desse total, participação ligeiramente superior à de 1991 (65,1%).[17]

---

[16] Este terceiro momento do pentecostalismo é definido como neopentecostalismo por pesquisadores como Mendonça, 1994; Mariano, 1995; Domingues, 1995; Oro, 1996; Campos, 1996; Birman, 1997; entre outros.

[17] Segundo Mariano (1999), este processo representa uma ruptura no campo religioso brasileiro, porque os pentecostais estabelecem novos paradigmas com suas doutrinas baseadas na Teologia da Prosperidade; eles

Ocorre uma mudança significativa no campo religioso brasileiro. Estes grupos protestantes deixam de lado seu tradicional desinteresse pela política partidária e, por sua vez, seus votos passam também a ser valorizados e disputados, pois sua densidade populacional é cada vez mais significativa.

Os meios de comunicação de massa e o crescimento protestante

O desenvolvimento dos grupos pentecostais tanto nos EUA como no Brasil está ligado ao uso dos meios de comunicação de massa; neste caso, a segunda onda pentecostal em São Paulo, nos anos 1950, foi feita através do rádio. A origem das doutrinas da prosperidade manteve íntima conexão com a expansão do televangelismo norte-americano (Hadden; Shupe, 1987,)Em função do aumento da competição entre os televangelistas, o tempo na TV tornou-se muito caro para eles. O custo dos programas subiu mais do que a audiência. Pressionados pelas despesas crescentes de seus projetos, que foram se tornando cada vez mais ambiciosos, os televangelistas refinaram as formas de levantar fundos, integrando os apelos financeiros à teologia.Deste modo, as exigências econômicas do veículo de transmissão da mensagem religiosa acabaram por integrar e em parte moldar seu conteúdo.

Não é à toa que a Teologia da Prosperidade ingressou no Brasil e se espraiou em diversos segmentos evangélicos por meio dos neopentecostais, justamente os mais ativos difusores do televangelismo no Brasil. Podemos então, concluir que os meios de comunicação de massa desempenham um papel muito importante para a propaganda religiosa dos neopentecostais e isto contribuiu para mudanças profundas no campo religioso brasileiro e auxiliou na estratégia de expansão da IURD.

3.1.3 Pós-modernidade religiosa

Dichoso el arbol que es apenas sensitivo,
y mas la piedra dura, porque esa ya no siente,
pues no hay dolor mas grande que el dolor de ser vivo,
ni mayor pesadumbre que la vida consciente!

Lo Fatal, Rubén Dario, poeta nicaragüense[18]

---

querem gozar ao máximo o que há de melhor no mundo aqui e agora, almejam os bens terrenos, o bem-estar pessoal, o consumo.

[18] Poeta nicaragüense e um dos fundadores do movimento modernista na literatura. Quando vivia em El Salvador e dirigia o jornal La Unión, foi iniciado pelo poeta salvadorenho Francisco Gavidia na leitura do alexandrino francês de Vitor Hugo, e foi provavelmente o primeiro a ensaiar em língua espanhola à maneira francesa. Daí

Neste tópico pretende-se situar o contexto histórico atual onde se realiza a formação discursiva iurdiana de sentidos e significados, dentro de um quadro cultural específico da cultura contemporânea onde surge e cresce o discurso iurdiano. Na perspectiva da ACD o papel do contexto sem dúvida é fundamental para suas análises sobre os discursos. Autores como Van Dijk insistem na vinculação entre discurso, as produções discursivas ou textos; as cognições, os processos cognitivos de produção e compreensão dos discursos; e a sociedade, onde se realizam os discursos dentro da interação de produtores e receptores. As transformações sociais em curso refletem a crise do projeto da modernidade, onde as rupturas são interpretadas como um tempo pós-moderno. Este conceito ainda está sujeito a grandes controvérsias e não existe uma definição satisfatória para esta nomenclatura.[19]

Sobre o conceito de pós-modernidade usaremos aqui a noção de que se trata de um tempo histórico de crítica da modernidade e ao mesmo tempo de movimento cultural de cultura híbrida, segundo Canclini (1990, p. 23), que concebe o pós-moderno não como uma etapa que substitui o mundo moderno, mas como uma forma de problematizar "os vínculos equívocos que armou com as tradições que quis excluir ou superar para constituir-se" (1990, p. 28).

De acordo com Hall (2000, p. 7):

> As velhas identidades que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada crise de identidade é vista como um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social.

Segundo esse autor, o problema fundamental das transformações atuais em escala mundial é que afetam sobretudo os indivíduos, provocando nestes "mudanças nas identidades pessoais", abalando a idéia que têm de si próprios como sujeitos integrados. Esta perda do sentido de si estável é chamada de deslocamento ou descentramento do sujeito. Esse duplo deslocamento — descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural, quanto de si mesmos — constitui uma crise de identidade para o indivíduo "As sociedades modernas são

---

surgiu a idéia da renovação métrica desenvolvida e ampliada posteriormente por Dario, consolidando este importante movimento surgido na periferia do mundo hispânico no século XIX.

[19] Segundo Canclini, no que se refere às sociedades latino-americanas a pós-modernidade seria um contra-senso, na medida em que estas sociedades ainda não entraram na modernidade em termos econômicos nem culturais. Existe modernidade como etapa histórica; modernização como processo socioeconômico; modernismo como projeto cultural que renova as práticas simbólicas. Ver Habermas (1987); Berman (1986); Paz (1984); Eagleton (1996).

portanto sociedades de mudança constante, rápida e permanente". (Hall, 2000, p. 9-14).[20] Mas estas transformações não atingem apenas os indivíduos, produzem também impacto sobre a cultura e a sociedade. Este processo em andamento é denominado de "globalização", no entanto, este processo de mudança está presente desde as origens da própria modernidade.

A Igreja Universal na pós-modernidade

O conceito de pós-modernidade é polêmico e ainda não está devidamente aceito; ao mesmo tempo é contraditório, pois envolve elementos da própria modernidade que questiona. Segundo Berman (1986, p. 15), ser moderno significa: "encontrar-se num ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação das coisas ao redor". Isto significa que estes conceitos de modernidade e pós-modernidade, como afirma Canclini, na América latina se sobrepõe e se misturam.

Toda proposta religiosa é em si mesma uma certa crítica do projeto da modernidade na sua busca de uma organização baseada na racionalidade formal e material, um questionamento da razão. A proposta neopentecostal tenta incluir a racionalidade como fim nas suas práticas sociodiscursivas instrumentalizadoras, e daí seu caráter híbrido e contraditório, porque tenta conciliar o arcaico como o moderno, o exorcismo e a tecnologia.

A Universal soube traduzir como ninguém as aspirações e anseios deste período histórico, seu sucesso é na verdade construído por aqueles que demandam seus serviços, sua competência é saber administrar este 'tesouro'. Este é um período histórico marcado por necessidades específicas: saúde, prosperidade, sucesso, etc.; e pode ser traduzido como utilitarismo, pragmatismo, individualismo, imediatismo, secularismo, materialismo.

Para Campos (1997) a Universal ilustraria a sobrevivência da religião no interior de uma cultura pós-moderna; o que poderia explicar as diferenças entre o neopentecostalismo da IURD e o pentecostalismo clássico, e principalmente o protestantismo histórico, seria a necessidade das pessoas de reordenar a vida numa sociedade materialista e secularizada como a atual.

---

[20] Hall cita ainda outros autores como Giddens (1990), Harvey (1989) e Laclau (1990), que oferecem leituras diferentes das mudanças do mundo pós-moderno nas suas ênfases na descontinuidade, na fragmentação, na ruptura e no deslocamento

Alguns dos aspectos ou ênfases desta pós-modernidade como movimento cultural podem ser relacionados: valorização da energia e potencialidade do homem individual; globalização dos sentimentos religiosos; localização do transcendente dentro das pessoas.

Ainda dentro do contexto cultural pós-moderno encontram-se alguns paralelismos com a corrente conhecida como "Nova Era", movimento internacional de conteúdo pseudo-espiritualista, gnóstico, que vincula ensinamentos orientalistas, esotéricos, pensamento positivo, auto-ajuda e outros com o discurso religioso iurdiano, embora este repudie estas convergências. A mesma opinião é apresentada por Campos (1997, p. 48). Segundo ele esta seria "uma hipótese sedutora e polêmica e ressalta os aspectos pós-modernos desta", relacionando-a entre outros com os seguintes aspectos:

- A vida material é manifestação do Espírito eterno.
- Os seres humanos são de dupla natureza, material e espiritual. Os males vêm de um Eu inferior e devem ser exorcizados pela força do Eu superior [Jesus Cristo]. A ascensão social e a prosperidade estão ligadas à espiritualidade.
- O sofrimento é estranho à lógica da vida e deve ser evitado, não há valor pedagógico na doença, no mal-estar, na pobreza e na dor. (CAMPOS, 1997, p. 48).

Em relação à evitação do sofrimento humano, cabe lembrar a Ética de Epicuro ou Tretafármacon como "remédio para todos os males" e técnica para "conquista da felicidade". A IURD recria esta antiga proposta contra os males do homem contemporâneo, oferecendo-lhe prosperidade, cura e felicidade.

Portanto, este cenário pós-moderno é o contexto cultural e social onde se produzem práticas discursivas ou onde se localiza a elaboração da formação discursiva adequada aos desafios históricos atuais, como a perda de sentido e todos os problemas do sujeito desenraizado e descentrado; isto através de uma retórica religiosa de enorme sucesso, que responde e pretende atender a demandas específicas de públicos diversificados e segmentados, que oferece solução para o caos do cotidiano, com a promessa de eliminação de tudo que interfere no bom funcionamento da vida do indivíduo, oferecendo para isto: a cura, a prosperidade, a harmonia familiar, o amor, a libertação de todo tipo de males.

É neste cenário que se elabora um discurso anunciando a solução para os problemas que afligem os humanos. É a vida ideal que Ulisses recusara na ilha de Calipso e, na opinião de Nietzsche, nega a condição humana. (DA ROSA, 1996).

3. 2 Discurso religioso

Historicamente a crença religiosa sempre desempenhou funções sociais fundamentais para a coesão das sociedades, fornecendo uma série de conhecimentos sobre a realidade que possibilitaram visões de mundo, portadoras de sentido e significados que derivaram em criações de códigos morais e éticos, e muitas vezes também legais, para regulamentar o comportamento de indivíduos e de sociedades.

Os sistemas religiosos sempre desempenharam um lugar central na configuração da realidade tanto coletiva como individual, fornecendo explicações sobre as questões essenciais que sempre preocuparam os homens em todas as épocas: a vida, a morte, a doença, a infelicidade, o sofrimento, a vida além da morte, etc.

3.2.1 Análise do discurso religioso

Será possível desenvolver uma análise do discurso religioso? Em principio sim, pois todo texto que tem propósitos comunicacionais é passível de análise. Mas os temas de ordem religiosa têm permanecido à margem dos interesses lingüísticos, e podemos novamente lembrar a crítica bakhtiniana da omissão das diversas áreas da lingüística sobre as funções comunicativas da linguagem e dos modos como os textos são moldados (Bakhtin, 1997) e mesmo de Maingueneau, que afirma que o discurso religioso "é o parente pobre da análise do discurso" (2005, p. 13). Mesmo porque a pouca produção acadêmica brasileira dos estudos da língua sobre esta área confirma esta suspeita, apesar de algum interesse literário pelo P.e Vieira.[21]

Um dos pressupostos deste trabalho é de que ocorreram mudanças sociais profundas que alteraram as ordens do discurso e que o campo religioso também reflete esta mudança discursiva. Daí o interesse de estudar o fenômeno discursivo da IURD.

[21] Para um tipo histórico de discurso religioso com outras características discursivas e temáticas ver a obra do P.e Vieira (1608-1697), considerado um dos maiores oradores sacros e mestre da língua portuguesa.

3.2.2 Características do discurso religioso

O discurso religioso é uma prática sociodiscursiva, pois ocorre aqui uma transmissão de sistemas de crenças sobre as relações do homem com a divindade, mediadas pela organização religiosa, que as institucionaliza e as reproduz através de discursos tanto orais quanto escritos, os quais são aceitos como textos sagrados destinados aos humanos.

Do ponto de vista lingüístico, na perspectiva da análise do discurso, o discurso religioso, enquanto prática social, pode ser caracterizado como uma prática discursiva que expressa e difunde um sistema de crenças e valores éticos, morais e espirituais, como visões de mundo e do homem, que são transmitidos, validados e legitimados através de práticas sociais no interior de uma instituição definida como religiosa pelos membros participantes ou por outros fora dela, nos quais busca adesão.

Neste tópico se descrevem as principais características discursivas do discurso religioso, para desta forma explicitar algumas das suas especificidades discursivas. Do ponto de vista lingüístico, na perspectiva da análise do discurso, o discurso religioso, enquanto prática social, pode ser caracterizado por:

a) Assimetria

O discurso religioso possui uma característica básica: estabelece uma distinção radical entre a dimensão do sagrado e a do profano, os lugares de Deus e o do homem. Segundo Orlandi (1987, p. 253) as relações entre o locutor e o leitor se estabelecem a partir de planos distintos, o de Deus na ordem espiritual e o dos homens no plano temporal, e esta relação contém a reversibilidade pelo próprio dizer único e inquestionável, sustentado desde o início pela desigualdade de papéis e lugares, entre o divino e o humano.

Na prática discursiva religiosa, esta característica reveste-se de capital importância, pois a assimetria é o cerne das práticas sociais no interior das instituições religiosas, pois dela decorre que se existe uma diferença radical, uma assimetria entre emissor e receptor, o lugar de Deus é revestido de autoridade e o do homem de subordinação.

O discurso iurdiano usa o texto bíblico como fonte originária da sua mensagem. No livro *Vida com abundância*, de Macedo lemos a citação do texto do Antigo Testamento Gênesis 12:1-2:

> "Sai da tua terra, da tua parentela e da casa de teu pai e vai para a terra que te mostrarei." "Hoje o Senhor diz para você, amigo leitor:" "Sai da tua religiosidade, abandona os teus pecados, entrega a Mim os teus caminhos, e te mostrarei o reino em que vais habitar; te abençoarei, engrandecerei o teu nome e te farei abundante." (Macedo, 2002, p. 12).

Estes textos são reinterpretados textualmente, garante-se que é o próprio Senhor (Deus) que fala (hoje) estabelecendo com o leitor uma relação claramente assimétrica: Deus diz para você amigo leitor...

Eis outros exemplos extraídos da coluna do bispo Macedo (*Folha Universal*, ed. 594:

> O mesmo tem acontecido nos dias atuais, quando o Senhor Jesus cura as doenças incuráveis [na Universal]". "Esse foi o espírito da campanha, no Monte Carmelo, promovida pelo profeta Elias [Antigo testamento]. E tem que ser o mesmo nestes dias, de forma que o mundo fique convencido.

Discursivamente, a Universal assume o lugar de onde Deus fala para o leitor atual. Este recurso é ampliado com a confirmação da realização de milagres e curas, tal como acontecia no Antigo e Novo testamento, onde ocorre a relação assimétrica: enfermo e sanador ou, ainda, endemoninhado e exorcista; em ambos os casos, a Universal tem o papel de poder curar e expulsar demônios, portanto ocupa um lugar na relação de diferença com o fiel, o que reforça esta assimetria.

O texto iurdiano está situado num contexto onde o leitor encontra-se subordinado ao emissor da mensagem de Deus e com isto o discurso iurdiano imprime um caráter assimétrico a sua mensagem, o que redunda numa estratégia que confere credibilidade e autoridade. Portanto, com isto, reforça a posição de poder da Universal. Este é um recurso discursivo bastante utilizado na sua comunicação, pois impressiona o público que busca encontrar solução para seus problemas nos templos *iurdianos.*

b) Recurso à autoridade

Identificada a fonte do discurso como proveniente da parte de Deus, este discurso se reveste de uma autoridade divina, e apela à autoridade de Deus, fala sempre em nome de Deus, suas palavras se revestem desta mesma autoridade, de onde provém sua força discursiva e sua capacidade de convencimento.

Este talvez seja o elemento mais importante para dar ao discurso religioso a ênfase retórica da qual é investido para conseguir os efeitos e produção de sentido desejados pelos pregadores religiosos nas suas mensagens dirigidas ao público escolhido. Este apelo à autoridade usa o texto bíblico como suporte, caracterizado como palavra de Deus, sendo a base da pregação religiosa e sua principal fonte de autoridade.

As igrejas pentecostais em geral, e a Universal em particular, utilizam a expressão "Em Nome de Jesus" para suas demonstrações de poder e cura. No livro *Vida com abundância*, Macedo (2002, p. 47) ensina que: "Jesus Cristo mandou seus discípulos curarem os enfermos: 'Tendo chamado os seus doze discípulos deu-lhes autoridade sobre espíritos imundos para os expelir e curar toda sorte de enfermidades." (Mateus 10:1) utilizando também muitas outras citações: Jo 8:31; Atos 3:6; Jo 14:12; 3 Jo 1:2.

Assim, pelo recurso ao texto sagrado o discurso iurdiano se reveste de autoridade, porém esta autoridade não decorre apenas disto, mas também da força ilocutória do emissor, como vemos nestas declarações do próprio Macedo ensinando aos seus pastores (*Folha de São Paulo*, 23 dez. 1995):

> O povo tem que ter confiança. Se mostrar chocho o povo não vai confiar em você.
>
> Você tem que ser um super-herói. Isso chama a atenção e o povo diz: ôpa, esse aí é um líder de Deus mesmo.
>
> Tem que ser no peito e na raça.
>
> O povo quer ver o seu pastor com coragem, quer ver o pastor brigando com demônio.
>
> Nós vamos lá, bota para quebrar, faz cambalhota e o povo fica louco.

c) Não-reversibilidade

O discurso religioso, como vimos, é assimétrico e usa o recurso à autoridade de Deus, isto parece garantir sua validade e eficácia segundo Wilson (2003). Dessa assimetria original, decorrem várias outras, cuja base, sempre dicotômica (imortalidade/mortalidade; onipotência/submissão; criador/criatura), estimula e engendra a carência humana: a necessidade de salvação para a vida eterna. Logo, não resta outra alternativa para a salvação, senão pela fé. E esta é, para Orlandi (1987a, p. 250), um dos parâmetros em que se assenta o princípio da exclusão: para os que crêem, o discurso religioso é uma promessa; para os que

não crêem, é uma ameaça. Para os primeiros, há salvação e conforto; os últimos, conseqüentemente, estão fadados à condenação e ao abandono.

Ora, se a fé funciona, paradoxalmente, como um princípio de exclusão, é ela que fundamenta, institui e legitima a assimetria na troca entre os interlocutores, de onde advém o outro princípio, o da não-reversibilidade. Mas como isso se configura no discurso religioso? Por meio das fórmulas religiosas usadas performativamente, isto é, usadas como ação sobre o outro e por meio da intertextualidade de que lança mão o autor.

O principio da não-reversibilidade aprisiona o sentido do discurso pelo próprio dizer, e este é apresentado como o único e sobretudo como inquestionável. Alguns exemplos de não-reversibilidade no discurso iurdiano:

> Você pode apelar para Ele [Jesus] porque nunca perdeu causa alguma. (ed. 649, SP, reportagem).
>
> A vontade de Deus é de que todos os seus filhos sejam bem-sucedidos. (ed. 629, BA, reportagem).
>
> Para que você possa conquistar a vida abundante que Deus tem para você! (ed. 599, coluna do bispo Macedo).
>
> Não há nada impossível para Deus e nem para aqueles que crêem nEle. (ed. 600, coluna do bispo Macedo).
>
> Quando a absorvemos [a fé] no nosso coração, nos tornamos potentes, fortes, invencíveis e inabaláveis diante de toda e qualquer circunstância. [...] A fé destrói as dúvidas. (ed. 617, coluna do bispo Macedo).
>
> A fé que remove montanhas. (ed. 614, coluna do bispo Macedo).
>
> A fé é um poder. [...] A fé para vencer. (ed. 605, RJ, reportagem)
>
> O Senhor Jesus nos prometeu uma vida abundante. (ed. 635, coluna do bispo Macedo).
>
> Deus quer que sejamos Seus parceiros e aliados na realização dos nossos sonhos. (ed. 633, coluna do bispo Macedo).

d) Intertextualidade

O conceito de intertextualidade usado por Fairclough (2001) provém de Foucault (1972): "não pode haver enunciado que de uma maneira ou outra não reatualize outros".[22] Para Bakhtin, todos os enunciados são reorientados retrospectivamente para enunciados antecipados de outros.

[22] Este termo provém de Foucault (1972) e foi cunhado por Kristeva (1986) no contexto de suas apresentações no Ocidente dos trabalhos de Bakhtin (1997).

Fairclough (2001, p. 134) entende que o conceito de intertextualidade implica “uma inserção da história em um texto”, isto quer dizer que o texto responde, reacentua e retrabalha textos passados, ajuda a fazer história e contribui para processos de mudança mais amplos, antecipando e tentando moldar textos subseqüentes. Por outro lado, sugere que a intertextualidade deve ser um foco principal nas análises do discurso para compreensão da rápida transformação e reestruturação de tradições textuais e ordens de discurso como fenômeno contemporâneo. (FAIRCLOUGH, 2001 p. 135).

Provavelmente a intertextualidade é uma das características lingüísticas mais utilizadas no discurso religioso, pois este remete sempre a um outro texto, do qual provém a sua assimetria e a sua autoridade. Pelo recurso à intertextualidade busca-se garantir a legitimidade e aprovação do discurso religioso, pois em última instância a intertextualidade visa à conformação às palavras de Deus.

Portanto, a intertextualidade é a garantia de legitimidade e com ela busca-se a eficácia discursiva para obter os efeitos de produção de sentidos desejados junto ao público ao qual se destina a mensagem retórica religiosa. Este será, portanto, um conceito capital para este trabalho de análise discursiva.

O discurso iurdiano também oferece uma diversidade de sentidos e significados, além dos já apontados, apresentando uma ruptura com o código hermenêutico conhecido e instituído como discurso cristão tanto católico quanto protestante, e até mesmo o pentecostal, dos quais difere por que deu origem a novos e múltiplos sentidos.

O discurso religioso neopentecostal apresenta novos elementos discursivos com suas ênfases na Teologia da Prosperidade, assim como nas curas e milagres, acrescentando-se ainda a dimensão político-partidária. Ao enfatizar alguns aspectos em detrimento de outros, o discurso iurdiano privilegia certos sentidos do texto, como o valor do presente — o aqui-e-agora —, das promessas bíblicas a serem desfrutadas aqui na terra; a busca da prosperidade enquadra-se nesta perspectiva e as outras dimensões soteriológicas, ascéticas ou apocalípticas, são deixadas de lado, tanto como prática discursiva quanto como prática social.

O discurso religioso em geral e iurdiano em particular caracterizam-se pelos aspectos acima apontados, mas o discurso iurdiano enfatiza particularmente algumas dessas características — a assimetria e a não reversibilidade, por exemplo —, capitalizando-as para sua retórica e

particular maneira de interpretar os textos bíblicos que dão origem a suas práticas discursivas próprias.

3.3 A Igreja Universal do Reino de Deus

3.3.1 Origem

A IURD surgiu dentro do desenvolvimento pentecostal conhecido como da terceira onda ou neopentecostal, seguindo um percurso bastante comum nos meios pentecostais de cisões e separações, onde vão se formando novos grupos, dos quais alguns desaparecem e outros se desenvolvem até institucionalizar-se.

A IURD foi fundada no Rio de Janeiro, em 9 de julho de 1978, numa pequena sala de uma ex-funerária, na rua da Abolição, nº 2792, num subúrbio da zona norte da cidade, por um grupo do qual faziam parte Edir Macedo Bezerra, Romildo Ribeiro Soares, Roberto Augusto Lopes, os irmãos Samuel e Fidelis Coutinho e Carlos Rodrigues (o ex-bispo Rodrigues).

Estes haviam saído da igreja Nova Vida — fundada pelo missionário canadense Walter Robert McAlister, em agosto de 1960, no bairro de Botafogo —, grupo pentecostal do qual surgiram também, além da Universal, a Internacional da Graça (1980) e a Cristo Vive (1986), todas no Rio de Janeiro. O grupo decidira sair da Nova Vida após 12 anos, em 1975, fundando a sua própria igreja: Cruzada do Caminho Eterno. Antes de abri-la, porém, Macedo e Romildo Soares, que nunca antes haviam exercido cargos eclesiásticos, foram consagrados pastores na Casa da Benção, pelo missionário Cecílio Carvalho Fernandes — que posteriormente saiu desta e fundou o Templo da Benção, em 1991. (MARIANO, 1999, p. 55).

Macedo era o tesoureiro da Cruzada, pela sua experiência na Loterj. Dois anos depois, ocorreu nova cisão: em função de desentendimentos com os irmãos Coutinho, Macedo, Soares e Roberto Lopes terminam fundando a Universal, em 1978. A princípio, Soares era o líder da Universal e seu principal pregador, mas Macedo, com seu carisma, dinamismo e pragmatismo, conseguiu afastar Soares da liderança e este se desligou e dois anos depois, fundando sua própria igreja, a Internacional da Graça, nos mesmos moldes da Universal. (MARIANO, 1999, p. 56).

A origem da Universal não difere de outros grupos neopentecostais surgidos no mesmo período, mas graças ao dinamismo daquele que se tornou o seu chefe e líder indiscutível, Edir Macedo, ela se tornou um empreendimento bem sucedido e em franco processo de institucionalização e crescimento.

Edir Macedo, chefe da Universal

"Para os iurdianos Macedo é o pastor modelar, um homem que mantém intimidade com Deus, ágil, empresário de sucesso e perseguido à exemplo de Cristo, foi até preso. [...] Ele é um escolhido de Deus, portanto merece viver bem." (*Folha Universal*, 9 jun. 1996).

Como vimos, do grupo de fundadores originais Edir Macedo se destacou pela sua liderança e tornou-se o chefe da Universal, o bispo Macedo. Nascido em Rio das Flores, estado do Rio de Janeiro, em 18 de fevereiro de 1945, filho de pais de origem nordestina, procedentes de Alagoas — Henrique Francisco Bezerra (comerciante) e Eugênia Macedo Bezerra (dona de casa), Edir é o quarto de uma série de muitos filhos que não sobreviveram. Casou-se com Ester Eunice Rangel Bezerra, em 18 de dezembro de 1971, com quem tem três filhos. Aos 17 anos, em 1962, Edir Macedo começou a trabalhar como servente na Loterj, Secretaria de Finanças do Estado do Rio de Janeiro. Em 1977, quando era agente administrativo, pediu licença do trabalho, vindo a se desligar totalmente da Loterj em 1981.

No início dos anos 1970, freqüentou a Universidade Federal Fluminense, cursando Matemática, e a Escola Nacional de Ciências e Estatística, onde cursou Estatística, não concluindo nenhum dos cursos. Com 18 anos converteu-se ao mundo pentecostal, na Igreja Nova Vida, por intermédio de sua irmã, que fora curada de bronquite asmática nesta igreja. Anteriormente freqüentava a Igreja Católica, os centros de Umbanda e até o espiritismo, segundo declarações do próprio Macedo: "Eu era uma pessoa triste, deprimida e angustiada." (*Folha de São Paulo*, 20 jun. 1991).

Em julho de 1980, por ocasião do terceiro aniversário da Universal, o pastor Roberto Lopes dirigiu o culto de consagração de Macedo ao bispado, momento em que a igreja adotou o sistema eclesiástico episcopal, tal qual o da Nova Vida. Edir Macedo é o principal líder da Universal; é carismático, tem boa capacidade de comunicação e, tudo indica, é excelente administrador de empresa e grande empreendedor, e possui ousadia. Mas é conhecido também

como centralizador e autoritário. Com isso a Universal se transformou numa potência no campo religioso em menos de três décadas.

3.3.2 Expansão e crescimento

Quando Edir Macedo passa a ser o chefe absoluto da Universal, inicia-se para a igreja um processo de crescimento paralelo ao domínio que Macedo exerce sobre ela. Mariano (1999, p. 64-66) faz um histórico deste crescimento na década de 1980: em julho de 1980 a IURD possui 21 templos, em cinco estados; em 1982, dobra de tamanho, com 47 templos em oito estados; em abril de 1983, apresenta 62 templos em nove estados; em 1984, 85 templos em dez estados; em 1985, salta para 195 templos, em 14 estados e no Distrito Federal; em 1986, ano em que Macedo se muda para Nova York, são registrados 240 templos em 16 estados; no final de 1987, conta com 346 templos em 18 estados, dois em Nova York e mais 27 em cinemas alugados — neste ano a igreja lota o Maracanã; em 1988, 437 templos em 21 estados, três nos Estados Unidos e um no Uruguai; em 1989 compra a TV Record e tem 571 templos. Neste período cresceu a Universal 2.600%.

Em 1998 a Universal está presente em pelo menos cinqüenta países e possui mais de três mil templos. Dá início à inauguração de luxuosas e enormes catedrais. Segundo o então bispo Rodrigues, teria 700 templos no exterior. Porém, só obteve relativo sucesso em Portugal, Angola, Moçambique, Argentina e África do Sul.

O crescimento e expansão da Universal no exterior é, sem dúvida, extraordinário, projetando uma imagem de sucesso muito usada nas suas campanhas. Os seus dirigentes afirmam que a Universal estaria presente em mais de 88 países (ed. 639).[23]

Segundo a propaganda iurdiana, "Hoje ela está em quase todos os países da Europa, Ásia e chegamos em Israel e porque não dizer quase todos os países do Mundo levando a palavra de Deus a todos em nome do Senhor Jesus."[24] Em todo caso a expansão da Universal no exterior é extraordinária, mas sua retórica triunfalista maximiza suas conquistas e sucessos, transmitindo uma imagem cultivada nas comunicações que servem para seus propósitos institucionais de expansão.

---

[23] Encontra-se na informação oficial da IURD, na página <www.arcauniversal.com.br>, a seguinte relação de países onde foi instalada: 19 países da América Latina, USA, Canadá, 13 países da Europa, 23 países da África, 04 da Ásia e Israel, o que totaliza 62 países.

[24] Em: <www.arcauniversal.com.br>, link IURD em Israel.

Mas, em que se baseou esta expansão vertiginosa? Deve-se em grande parte às estratégias de comunicação de massa utilizadas desde sua fundação:

> Usava desde os primórdios o rádio como veículo de proselitismo, o primeiro programa tinha 15 minutos, e alugava horários nas emissoras logo após o término de programas de pais e mães de santo, aproveitando a audiência dos cultos afro-brasileiros. Em 1987 já transmitia em 27 programas de rádio. Em 1988 já com 400 templos começou a comprar emissoras de rádio [...] em 1989 ocorre a compra da Tv Record por 45 milhões de dólares e dívida passiva de 300 milhões de dólares. [...] em fins dos anos 90 Macedo, bispos e pastores de confiança eram donos de um império de comunicação. (MARIANO, 1999, p. 66-67).

Patrimônio da IURD

Para se ter uma idéia geral sobre a IURD, é necessário avaliar o seu patrimônio econômico e material. Existem dificuldades em relação a este assunto, pois a Universal não oferece estas informações, mas temos dados levantados pelos meios de comunicação que são indicativos do patrimônio da Universal.[25]

3.3.3 A IURD no contexto cultural exterior

Neste tópico pretende-se discorrer sobre as relações entre o contexto discursivo e a produção de sentido conseguido através da partilha de significados sociocognitivos dos participantes e do emissor. De outra forma a interpretação discursiva fica comprometida.

---

[25] A receita estimada da Universal é de três bilhões de reais por ano. O número de templos é estimado em 10.000, incluindo-se o Brasil e o exterior. Possui mais de 15.000 pastores e em torno de 100.000 auxiliares, denominados obreiros, que realizam serviços não remunerados. É proprietária da Rede Record de Televisão, com 63 retransmissoras e 21 próprias e da Rede Mulher, emissora de TV a cabo e satélite — dois, alugados à Intelsat por R$ 100 mil mensais (*IstoÉ*, n. 1.824) — e alcança 300 municípios. Detém a propriedade da rede de rádio Aleluia, com 56 emissoras; da Arca Universal, portal de Internet, onde é publicado o jornal eletrônico Folha Universal; da Line Record, gravadora evangélica, com mais de cinco milhões de discos vendidos; da Editora Gráfica Universal, que edita livros evangélicos, entre eles 34 títulos de Macedo, diversas revistas como Plenitude, Ester, Mão Amiga, e ainda o jornal Folha Universal, com um milhão e oitocentos mil exemplares (em outubro de 2005); da Ediminas, que publica o jornal Hoje em Dia em Minas Gerais, um dos maiores do estado; do Banco Credito Metropolitano, adquirido em 1991 (*IstoÉ*, n. 1.424); da Cremo Emprendimentos, que administra templos e imóveis; da Credinvest Facility Fomento Comercial, financeira do grupo; da Life Empresarial Saúde Evangélica, empresa do ramo de saúde; da New Tour, agência de viagens; da Uni Line, empresa de processamento de dados; da Uni Corretora, seguradora; da Frame, produtora de vídeos; da Investholding e Cableinvest Limited (Ilhas Cayman); da LM Consultoria Empresarial e Participação, administradora da Rede Record e outras. Possui uma frota de aviões que inclui: Jato Citation X (2005), Superjato Global Express (2004), Helicóptero Robinson 44 (2001), Helicóptero Bell 430 (1999), Helicóptero Esquilo B2 (1998), Jato Hawker 800 (1997). (Fontes consultadas: Portal Arca Universal; Jornal Folha Universal; Revista IstoÉ, n. 1424, 1824, 1858; Mariano, 1999; Rede Record, Programa de Domingo, em 23 jul. 2005).

Não apenas no Brasil a Universal enfrenta inimigos, sua "guerra santa" se estende ao mundo todo. Este é um dos aspectos mais interessantes da IURD, sua expansão no exterior é um sinal claro para seus membros do valor e veracidade da sua mensagem e um elemento importante na sua propaganda institucional, tanto para seu público interno como para o externo aqui no Brasil.

A Universal nos EUA

A expansão iurdiana no exterior começou quando Edir Macedo, em 1986, foi morar nos EUA e decidiu conquistar o mundo:

> Se pretendia difundir a Universal a partir de Nova York, "o centro de todas as nações do mundo como Roma era no tempo de Jesus"(New York Times, 31.12.88) [...] se pretendia criar um núcleo de evangelismo mundial enviando estrangeiros lá convertidos como missionários para seus países de origem. [...] esta estratégia não deu certo, por que continuou sendo feita por pastores brasileiros e a Universal teria desistido de pregar em inglês, depois de quatro anos de insucesso evangelístico [nas altas expectativas de Macedo] se optou pelo portunhol e pregar para os imigrantes hispânicos [...] sem o empecilho da língua (inglesa) e da indiferença dos americanos restava a forte concorrência dos pregadores latinos. (MARIANO, 1999, p. 56-57).

Por outro lado, Campos (1997) confirma estas dificuldades do contexto cultural norte-americano para a implantação da Universal, o enraizamento nas camadas norte-americanas brancas de origem anglo-saxônica de classe média é muito pequeno. Um assessor de Macedo teria confessado, no relato de Inhauer[26] (apud CAMPOS, 1997, p. 433): "Ainda não conseguimos descobrir o que o americano quer, para lhe oferecer."

Entretanto, se a Universal não conseguiu penetrar no universo cultural americano, restou-lhe voltar-se para a população imigrante latino-americana, afinal, as raízes socioculturais e religiosas estão mais próximas dos conteúdos simbólicos do discurso iurdiano. Assim, dirigiu-se para os imigrantes e descontentes da sociedade americana composta pelos excluídos, principalmente os imigrantes clandestinos, para quem a IURD oferece entre outros milagres a obtenção do *Green Card*, o documento de permanência para estrangeiros em território americano.

---

[26] *Contexto Pastoral*, n. 28, p. 4.

Para cada país a IURD desenvolve um discurso adaptado ao sistema de crenças locais. Isto mostra a capacidade de adaptação da IURD às necessidades do público e é um dos fatores da dinâmica discursiva que imprime adequando-se a cada lugar e ambientes particulares.

Na prática isto significa que o discurso iurdiano junto ao público norte-americano anglo-saxão conseguiu poucos resultados. Como seria para os americanos reconhecer os encostos e exus que tanto atormentam os fiéis brasileiros? Quais seriam os nomes americanos para os encostos Zé-Pilintra e Pomba-Gira? algo assim como: Joe-Piliwntra e Pigeon-swing?

A Universal em Portugal

No exterior, Portugal é o país onde a Universal apresenta o maior sucesso e crescimento, dadas as facilidades da língua e os laços históricos com o Brasil, mas também pelas características da cultura religiosa lusitana, muito próxima da realidade brasileira, pois recordemos que aquela contribuiu decisivamente na sua formação histórica, emprestando-lhe o principal arcabouço ideológico; a religião católica romana compõe o elemento religioso e fez do catolicismo brasileiro o pensamento religioso hegemônico durante o período colonial.

Observa-se que a religiosidade popular portuguesa possui um sincretismo do catolicismo com o judaísmo e antigas religiões da bacia do Mediterrâneo; outros autores trabalham ainda com a hipótese das origens orientais desta religião popular portuguesa, o que poderia explicar a receptividade encontrada pelo sincretismo iurdiano em Portugal.

Em Portugal a Universal avisa que chegou para combater os males provocados por "séculos de dominação católica" e os prejuízos do reajuste interno causado no sociedade portuguesa por sua entrada na Comunidade Européia (*Folha Universal*, 19 mar. 1995). Significa que a idéia iurdiana é de salvar Portugal do catolicismo romano, e fazer uma espécie de descolonização?

Esta parece ser a tarefa a que se propõe a Universal em Portugal e, supostamente, isto explicaria o fato de ter fundado um partido político em 1994; sob a alegação de que existe uma ligação entre Igreja Católica e política (o que estaria prejudicando o crescimento da IURD em Portugal), a Universal decidiu entrar na luta político-partidária através da fundação de seu próprio partido político.

No entanto, o discurso iurdiano tenta adaptar-se ao universo cultural e religioso português com certas dificuldades, dada a resistência que encontrou por parte da Igreja Católica portuguesa e de grande parcela da opinião pública. O seu líder em Portugal chega a afirmar que:

> O espiritismo em Portugal não é como no Brasil, que fala em "pomba-gira", "zé-pilintra" e se fazem sacrifícios de animais, etc [...] o povo português é mais idólatra em relação aos santos católicos do que aos espíritos malignos [...] nas pessoas que não tiveram envolvimento com os espíritos, os demônios se manifestam de forma diferente. (*Folha Universal*, 12 abr. 1996).

A Universal encara a Igreja Católica como grande inimiga da nação portuguesa, e portanto sua adversária declarada, pois vê nela o dedo para todas as dificuldades legais que encontra na sua instalação no país. Na fundação do seu partido político, enfrentou as dificuldades criadas pela legislação portuguesa, que proíbe o funcionamento de partidos políticos religiosos, e não permite o uso do símbolo do peixe por ser um símbolo cristão. Tendo sido recusado o nome Partido Social Cristão, o partido da Universal foi finalmente registrado como Partido da Gente, tendo como presidente Luiz Farinha. (Campos, 1997; *Folha de São Paulo*, 23 fev. 1995 e 9 mar. 1995).

Porém, as dificuldades enfrentadas em Portugal não são apenas com as autoridades e a legislação portuguesas, a Igreja Católica e a opinião pública, encontrando resistências também no campo protestante. A Aliança Evangélica Portuguesa em 1992 excluiu a IURD como membro desta associação e deu o seguinte informe para essa decisão em janeiro de 1993:

> A conclusão do estudo realizado sobre a IURD, tomando por base suas publicações, audições de seus programas de rádio e participação em suas reuniões, foi:
>
> O corpo doutrinário, escrito que se evoca, possui grandes aproximações com os princípios da Aliança Evangélica Portuguesa, porém, o que dizem e transmitem pela rádio, assim como algumas de suas práticas, colocam a Igreja Universal fora do universo tradicional, teológico e prático das igrejas Evangélicas. Seus principais pontos de desvio são (selecionados os temas ligados ao tópico saúde) :
>
> - A imunidade de seus bispos, pastores e outros líderes, a apreciação de suas vidas com o fundamento de que são pessoas comandadas diretamente por Deus, a quem Ele fala por intermédio de sonhos, visões e pela Bíblia.
> - A prática de métodos de aparência mágico-sacramentais na relação do "humano" com o "divino" e do "material" com o "espiritual", como por exemplos:
>
> "Rosa rosada": questões de saúde. - "Vasilhames de água" do Jordão (ou não) para fins similares aos das rosas. Beber um copo de água por eles benzido diretamente pelo rádio durante a realização de seus programas. -

> "Pão benzido" para assegurar a prosperidade do corpo, do espírito e do econômico.
>
> Existem algumas heresias tais como:
>
> - Todos os males, de qualquer espécie, são de origem demoníaca.
> - A saúde é um direito adquirido por meio do Senhor Jesus. O pastor tem o dom de curar aqueles que estão incapacitados de crer e atuam independentemente da fé do doente.
> - No batismo, o pecado é sepultado e não tem mais domínio sobre o crente.
> - Pela participação na Santa Ceia, que é o corpo de Cristo, o participante goza da mesma saúde física que Cristo tinha.
> - O Pão, que simboliza o corpo do Senhor, dá saúde física total e o Vinho, que simboliza seu sangue, dá saúde espiritual.
> - O dinheiro é o sangue da igreja, sem o qual nada se pode fazer. O dinheiro é para a igreja o mesmo que o sangue é para o corpo físico.
> - O dízimo, que é uma exigência obrigatória de Deus, é fundamental para a vida física, espiritual e financeira do fiel cristão. (Web)

A Universal na Espanha

O caso da Espanha é uma amostra das dificuldades encontradas pela IURD num contexto sociocultural e religioso diferente do brasileiro. Em primeiro lugar, pelas peculiaridades e exigências da legislação espanhola, não foi possível estabelecer-se legalmente com seu nome original e utiliza outra denominação: Comunidad Cristiana del Espíritu Santo (CCES), sob o lema ¡Pare de Sufrir!. Outras questões legais, que diferenciam o relacionamento com as autoridades espanholas e a legislação local, dizem respeito à obrigatoriedade de advertir nas suas publicações, sobre as promessas de curas e milagres, como no jornal ¡Hola Vida! com tiragem de 50.000 exemplares, onde se lê: "El paciente en NINGÚN CASO deberá paralizar el tratamiento médico, siendo la ayuda espiritual del ¡Pare de Sufrir! de la CCES, totalmente compatible con la medicina tradicional. Recuerda los conocimientos médicos también han sido proporcionados por el Señor." (¡*Hola Vida*!, feb.-mar. 2004).

O mesmo jornal cuida na última página de também alertar os leitores sobre a veracidade dos testemunhos apresentados e publicados:

> El Templo del Espíritu Santo **no asegura la veracidad de los testimonios** aquí publicados, pero lo que si creemos es que Dios puede hacer milagros a través del Poder de la Fe […] los testimonios han sido integralmente transcritos por las personas que aparecen en ellos, y puede que **en algún caso sus textos hayan sido retocados** para facilitar su comprensión. (¡*Hola Vida*!, feb.-mar. 2004, p. 8, grifo nosso).

Quanto aos temas dos cultos, estes seguem a estrutura padrão desenvolvida no Brasil, que dedica cada dia da semana para problemas específicos; a diferença com a grade brasileira ocorre na sexta-feira, que no Brasil é dia do descarrego, dedicado tradicionalmente ao combate aos maus espíritos — os caboclos, exus e outros —, enquanto na Espanha a sexta-feira é dia da purificação espiritual. Modificam-se também substancialmente os conteúdos representados no contexto brasileiro, onde o descarrego provém do espiritismo e cultos afro-brasileiros, os quais não correspondem às representações cognitivas dos espanhóis, mas seus temas se aproximam: mau-olhado, inveja, maldições, curandeirismo e todos os problemas espirituais.

O principal carro-chefe do culto iurdiano, o exorcismo da possessão demoníaca, parece que não é apresentado como no Brasil, pois certamente chocaria a sensibilidade dos espanhóis e principalmente das autoridades; não aparece aqui provavelmente pelas diferenças socioculturais, pela ininteligibilidade e falta de referências culturais dos espanhóis.

A Universal está presente em várias cidades espanholas e tudo indica que iniciou suas atividades religiosas no país no ano de 1994, através do ex-bispo Carlos Rodrigues. A adaptação discursiva na Espanha, à semelhança de outros países europeus, encontra bastante dificuldade para repetir o sucesso alcançado no contexto sociocultural brasileiro, como vimos, em parte pelos obstáculos da legislação, que não dá espaço para uma propaganda tão agressiva como a que desenvolve no Brasil e em outros lugares.

Por outro lado, os aspectos culturais revelam que os sistemas de crenças e valores e o imaginário religioso próprio do ambiente histórico brasileiro enfrentam barreiras quando se tenta a pura transferência discursiva dos conteúdos simbólicos desenvolvidos na prática iurdiana no Brasil para os contextos locais estrangeiros, fruto também da incapacidade dos pastores brasileiros de compreenderem os aspectos culturais e antropológicos locais.

A Universal na cidade de Barcelona, região da Catalunha, Espanha

Evento ocorrido num templo em Barcelona:

> Numa sala com a presença de não mais do que 35 pessoas, a maioria de origem estrangeira, imigrantes latino-americanos, pobres e de alguns espanhóis mais velhos. O culto era realizado em espanhol (ou castelhano, como preferem os catalães) e ao final depois de ouvir os testemunhos de

> milagres alcançados o pastor convidava para na próxima reunião tocar 'o manto sagrado', para trazer a solução para os problemas.[27]

Os problemas da Universal no contexto de Barcelona podem ser resumidos à pouca aceitação por parte dos catalães do culto iurdiano, pela sua tradição histórica fortemente anticlerical, republicana, laica e, sobretudo, pelo problema lingüístico, seu repúdio nacionalista à língua espanhola; daí a dificuldade de aceitar essa mensagem iurdiana em língua espanhola.

Se por acaso o culto fosse proferido em catalão, a maioria dos seus freqüentadores, de fala espanhola, simplesmente não compreenderiam a mensagem, pois os imigrantes na sua grande maioria apenas falam a língua espanhola. De qualquer forma, em Barcelona a Universal ainda está um pouco longe de poder encher com seus fiéis um estádio como o Nou Camp, um dos maiores da Europa, justamente pela razões apontadas.

As dificuldades da IURD noutros países da Europa

A Universal no continente europeu se ressente de dificuldades que não encontra no Brasil. Na Inglaterra, por exemplo, reclama-se dos programas radiofônicos religiosos:

> Não se pode fazer "propaganda" isto é convidar pessoas para conhecer a igreja e nem dizer: "você que está sofrendo, venha, o Senhor Jesus quer mudar a sua vida", isto por que a lei britânica diz que "a pessoa em momento de sofrimento, não tem condições psicológicas de tomar qualquer decisão" ... e que é "facilmente influenciável por qualquer sugestão". Dizem também os pastores iurdianos que tal lei não atinge os bruxos, macumbeiros e todos aqueles que praticam as obras condenadas na Palavra de Deus [...] para a lei [britânica], jogos de búzios, tarô, bruxarias e feitiçarias são consideradas curiosidades e até mesmo passatempo. (*Folha Universal*, 16 jul. 1995).

Existem dificuldades também em países europeus pluralistas e tolerantes como a Suíça, onde as leis, ao mesmo tempo que garantem a liberdade religiosa, também colocam limites ao funcionamento de entidades e principalmente à comunicação religiosa. A IURD reclama:

> Os meios de comunicação se encontram fechados a pregação da Palavra de Deus [...] existindo mesmo uma lei que interdita a mensagem religiosa, mas que não é igual para todos, pois garante a abertura dos microfones para o movimento religioso ecumênico e todas as ideologias religiosas que aceitam os vícios e idéias. (*Folha Universal*, 15 out. 1995).

---

[27] Evento assistido pelo autor: culto realizado no dia 14 de março de 2004, domingo, Rua Paris, nº 141, na cidade de Barcelona, às 16 horas. O manto usado era vermelho. Já em São Paulo, no Brasil, usa-se a cor branca para o mesmo manto. Não se sabe exatamente o motivo desta diferença de cor.

Campos (1997) interpreta estes fatos publicados pela mídia da Universal como dificuldades ocasionadas pelo reducionismo espiritualista dos pastores iurdianos, que não conseguem compreender os problemas sociais (culturais) dos países onde atuam.

Culturas religiosas não-cristãs

Examine-se o confronto cultural religioso em países onde as tradições religiosas são bastante diferentes do paradigma cristão dominante na retórica iurdiana. É o caso de ver o que ocorre no Japão, por exemplo, a partir das declarações de um pastor da filial da IURD nesse país, publicadas na *Folha Universal*.

Na edição de 14 de maio de 1995, comentando as comemorações do *Dia das Meninas,* festa tradicional japonesa em homenagem às meninas, o pastor diz que nessa festa há oferenda de bonecas, balas e bebidas aos espíritos. Ele considera a *hinawatsuri* uma oferenda ao diabo (semelhante ao que se faz no Brasil na umbanda) e que esta festividade seria a responsável pela posterior prática do aborto, conseqüência do ensino budista.

Este mesmo pastor escreve, na edição de 19 de maio de 1995, que o budismo e o homossexualismo têm muita afinidade, pois os monges são proibidos de ter contato físico com as mulheres. Noutra ocasião afirma que

> O Japão foi berço de muitas seitas, todas elas voltadas para a adoração das forças da natureza e o liberalismo das comunidades [...] existem em Tóquio estátuas gigantescas de Buda e como se não bastasse, ainda cultuam os mortos [...] estaremos orando durante 21 dias [...] pela derrubada do trono do diabo aqui no Japão com o propósito de amarrar os espíritos malignos do diabo, causadores dos terremotos, suicídios e a incredulidade dessa nação. (CAMPOS, 1997, p. 431).

Portanto, o sistema de crenças iurdiano se propõe acabar com este problema e, no dizer de Campos (1997: 431):

> Este pastor da IURD encara o budismo e o xintoísmo como religiões demoníacas e os hábitos e costumes japoneses como manifestações do diabo, segundo ele, o "verdadeiro imperador do Japão" e até os problemas sociais e culturais e até mesmo geológicos [recordemos que o Japão é vítima de freqüentes terremotos ao longo da sua história] são causados pelos "demônios soltos" que precisam ser "amarrados" [...] a Universal é a única saída para o povo japonês ou ao menos para os duzentos mil brasileiros [a maioria nissei] que trabalham no Japão.

3.4 Discursos iurdianos: interdiscursividade em ação

Neste tópico apresentam-se os diversos discursos no interior do discurso religioso iurdiano, os quais aparecem classificados em grandes temas: o religioso (este com vários subtemas), o econômico, o político, o maniqueísta, o pós-modernista.

Maingueneau (2005, p. 13-14) defende a existência do primado do interdiscurso sobre o discurso, que para alguns permanece apenas como axioma, mas é a interação entre formações discursivas, como defendido também por outros analistas do discurso. Assim, a noção de interdiscurso refere-se a um conjunto de discursos tal como aparece no discurso iurdiano.

A Universal desenvolveu-se institucionalmente graças a mensagens dirigidas às necessidades e demandas da população. Um novo discurso religioso, diferente do convencional, voltado para o aqui e agora das necessidades materiais imediatas, atraiu rapidamente grandes contingentes de fiéis dispostos a encontrar soluções fáceis para seus variados problemas, principalmente materiais e físicos. Apresenta-se sob dois grandes eixos temáticos: o da Guerra Santa, onde se luta contra o Demônio e as forças malignas; e o do Poder Sobrenatural da Fé, que revela o poder de Deus para fazer milagres e curas. Ambos os discursos enfatizam o fato de que a IURD dispõe da capacidade de realizar ambos os poderes.

Este 'novo' discurso, na verdade, combina aspectos arcaicos (a luta contra as forças demoníacas e obscuras) e modernos (graças às novas tecnologias de comunicação), e tem dois grandes eixos temáticos que nortearão os vários discursos iurdianos: a Guerra Santa contra o Demônio e o Poder da Fé. Estes eixos se aplicam a outros temas que originam outros discursos: econômico, político, etc.

Toda a doutrina e prática religiosa da IURD gira em torno destes temas, que se agrupam em subtemas específicos e com isto ocorre uma segmentação na solução dos problemas, como resposta aos sacrifícios dos fiéis: assim, cada dia da semana trata de tema específico: segunda-feira, da Prosperidade; terça-feira, da Saúde; quarta-feira, dos Filhos de Deus; quinta-feira, da Família; sexta-feira, da Libertação (exorcismos); sábado, da Grandeza de Deus (voltado para a vida financeira); e domingo, do Encontro com Deus, a rigor o único dia de culto. (OLIVA, 1997, p. 37).

3.4.1 Discurso religioso

3.4.1.1 Discursos da Guerra Santa

Desde sua fundação, a Universal se caracterizou pela luta ferrenha contra um inimigo poderoso e pela atribuição a este de todos os males da humanidade. Esta luta empreendida pela IURD apresenta-se sob três aspectos temáticos discursivos:

a) o *beligerante* — com o desenvolvimento de uma retórica de guerra que se expressa num léxico belicoso de luta sem fim contra o demônio (ver as metáforas de guerra no cap. 5);

b) o *persecutório* — a retórica guerreira não é apenas lexical, mas entra em confronto direto e real com os que são nomeados como inimigos: além das forças malignas, a Igreja Católica, os cultos afro-brasileiros, o espiritismo, a Rede Globo, todos estes aos quais ataca sistematicamente;

c) O *vitimizador* — pelo qual apresenta a si própria como perseguida e vítima da Igreja Católica e da sociedade que a discrimina.

Sob estes três temas organiza-se a retórica de guerra que a IURD usa tanto nas suas reuniões como na sua comunicação pelo rádio, TV ou escrita.

O discurso beligerante

O cristianismo primitivo concedia ao Diabo um lugar de destaque no seu corpo doutrinal, fazia parte portanto do seu sistema de crenças, baseado no fato de que os evangelhos são bastante claros quando se referem aos exorcismos que Jesus realizou e ao mandato dado por Ele aos discípulos para expulsar demônios e curar enfermidades do povo.

Segundo Kolakowski (1985, p. 20),

> Desde o século XVIII, a teologia católica tornou-se mais econômica nas questões demonológicas, as quais foram por sua vez apropriadas pelas forças religiosas periféricas: ocultistas, satanistas amadores, grupos sectários marginais, algumas personalidades [...] A teologia liberal, católica e protestante, simplesmente evita o mundo demoníaco, ou menciona-o apenas como uma metáfora, um símbolo tradicional, uma abstração.

A presença do demônio na vida religiosa moderna corresponde a uma visão de mundo, da natureza e das relações humanas dessacralizada, racionalista, erudita, de acordo com esta teologia liberal. Em conseqüência, pode-se deduzir que as camadas mais pobres, periféricas e menos letradas da sociedade não tenham se identificado com esta teologia.

Com isto, no início do século XX nos EUA surge o pentecostalismo, que rompe de certa forma com as práticas religiosas convencionais, criando um campo religioso onde as práticas, mitos e crenças mágicas tenham espaço; estes novos grupos pentecostais reinstalam uma visão fundamentalista da Bíblia e sobretudo do Poder de Deus, que será radicalizada posteriormente pelos neopentecostais e mui especialmente com a Universal, que inaugura um novo discurso religioso, baseado justamente na guerra santa contra o demônio.

Historicamente, o cristianismo primitivo combateu o paganismo grego e romano, e, mais tarde, os cultos pagãos camponeses por toda a Europa. Na história brasileira combateram-se também os cultos afro-brasileiros e, posteriormente, espíritas, e até o pentecostalismo sofreu discriminação e perseguição por parte do catolicismo e do Estado, porém, na metade do século XX, alcançou-se uma relativa tolerância religiosa.

A partir da década de 1980, porém, nota-se uma mudança acentuada nesta questão, graças principalmente à Universal, que faz do combate ao demônio e seus espíritos malignos o ponto central da sua prática e retórica religiosa.

Assim, em plena abertura democrática na década de 1980, o Brasil viu um novo grupo religioso desencadear uma nova guerra santa, renovada graças a uma retórica beligerante e agressiva. A Universal desenvolveu uma teologia específica sobre o demônio que o enxerga nos cultos afro-brasileiros — ver a obra *Orixás, caboclos e guias: deuses ou demônios?*, do bispo Macedo (1988, p. 24, 83, 85):

> Os demônios são responsáveis por todos os males que afligem a humanidade. Doenças, misérias, desastres, e todos os problemas. Os demônios, espíritos destruidores, estão nos germes, bacilos e vírus. São a causa principal das doenças. Eles fazem das pessoas o que bem entendem. Cuidam de todos os aspectos da vida dela, desde a maneira de vestir até os casos amorosos; se intrometem e submetem os seus seguidores através de conselhos e ameaças. Astuciosos, os demônios agem de acordo com a mentalidade da pessoa, de acordo com a sua posição social e de acordo com as suas necessidades.

A guerra santa contra o demônio e as forças do mal é o eixo da prática religiosa iurdiana, de seu sistema de crenças e principalmente de sua retórica. A linguagem bélica impregna o

discurso da IURD sobre todas as atividades humanas e define seu campo semântico expresso através de figuras de linguagem: metáforas, hipérboles, falácias e argumentos (analisados especificamente no 5º capítulo); é a guerra santa que imprime força ilocutória aos seus enunciados e confere a coerência discursiva para conseguir os efeitos de sentido desejados. Pode-se afirmar com bastante certeza que o tema da luta contra o demônio define a semântica global empregada nos discursos iurdianos.

O discurso persecutório

A retórica beligerante é construída pela IURD graças à convicção que desenvolve uma "guerra santa" contra as forças do mal; estabelece uma dialética persecutória contra o mal e este inimigo, está bem definido, é o demônio e seus espíritos malignos, os quais têm que ser combatidos e vencidos. A Universal se incumbe ou acredita que Deus a elegeu para esse combate, e com este pressuposto visa seus inimigos:

> Nas religiões espíritas, afro-brasileiras e orientais, obra e reduto diabólicos; antro de manifestação de estupidez, ignorância e idolatria. Identifica seus ritos e práticas com "lodo" "imundice" "lamaçal". São freqüentadas por pessoas ingênuas e sinceras, mas sobretudo por prostitutas, homossexuais e lésbicas, por ladrões e criminosos, contraventores, pederastas e gente dessa estirpe e por pessoas viciadas em tóxicos, bebidas alcoólicas, cigarro ou jogo. Assim, desenvolver-se no espiritismo significa tornar-se submisso aos demônios. As conseqüências para seus adeptos são nefastas, pois essa religião tão popular no Brasil é uma fabrica de loucos e uma agência onde se tira passaporte para a morte e uma viagem para o inferno. (MACEDO, 1988, p. 16, 56, 57, 85, 86).

Este é o pensamento e doutrina oficial da IURD, não se trata apenas de sistema de crenças, mas seus ritos giram em torno deste pressuposto, trata-se de um comportamento hostil e intolerante para com estas religiões, pois acredita ter recebido um mandato divino e volta-se para perseguir o demônio onde estiver. Veja-se esta declaração: "Não agredimos esses indivíduos. Tiramos o espírito demoníaco deles. Não somos nós que não aceitamos os umbandistas ou candombleístas, mas a Bíblia." (Pastor Miguel Ângelo, *Veja*, 30 nov. 1988).

Esta é uma convicção firme, a de estar numa "guerra santa" e de que esses alvos são os inimigos. Sua ideologia religiosa pretende "libertar" os "endemoninhados" inclusive contra a vontade destes. Mariano (1999, p. 122-123), na sua pesquisa sobre a IURD, relaciona alguns fatos e incidentes noticiados na mídia envolvendo membros da Universal contra esses inimigos nas outras religiões e demonstra que não se trata apenas de retórica discursiva, mas

de efeitos perlocutórios do discurso iurdiano e sua cruzada religiosa contra os demônios. Os diversos incidentes são registrados também pela imprensa e envolvem desde agressões até invasões de terreiros e festas.

Mas não são apenas os cultos afro e espíritas que são hostilizados, existem vários relatos envolvendo atritos com a Igreja Católica:

> O Arcebispo de São Luís (MA) dom Paulo Ponte, pediu à Secretaria de Segurança Pública garantias contra fiéis da IURD, que provocaram tumultos durante a procissão do Senhor Morto na Sexta-feira da Paixão e ameaçaram repetir os atos de protesto na procissão de Corpus Christi em 25 de maio. (O Estado de S. Paulo, 29.03.89).

Mas o fato mais grave e intenso, pela sua repercussão mediática e acirramento dos ânimos entre a IURD e a Igreja Católica, foi sem dúvida o caso chamado pela imprensa de "chute na santa", ocorrido no dia 12 de outubro de 1995, dia da padroeira do Brasil, Nossa Senhora de Aparecida, na transmissão ao vivo pela TV Record de um culto dirigido pelo bispo Von Helde, o qual gerou uma grande indignação nos meios católicos, mas não houve nenhuma resposta oficial por parte da Igreja Católica.

Este episódio levanta questões importantes sobre aspectos lingüísticos que Gomes de Matos denomina de Direitos Lingüísticos Individuais, entre estes os direitos religiosos, pois não se pode ofender discursivamente falando os membros de outras crenças religiosas. Cabe lembrar o pensador Guenón, quando afirma sobre a liberdade de culto religioso:

> Em nome da liberdade se deseja constranger o mundo inteiro a segui-lo, a aceitá-lo; utilizam a liberdade de culto, não para respeitar e tolerar outras crenças, mas para terem a liberdade de agir sem constrangimento, cobertos pela lei e com o sentimento mais pragmático do que verdadeiro de que sua mensagem funciona. (Guenón, 1982, p. 17).

O discurso vitimizador

Um dos episódios que mais tem rendido dividendos à biografia de Edir Macedo, e à construção da história da IURD, é o relato da prisão de Macedo em 24 de maio de 1992, pois este tem fortalecido sua imagem junto ao público como vítima da perseguição da Igreja Católica e dos poderes públicos. Até hoje sua fotografia lendo a Bíblia na prisão circula no jornal *Folha Universal* como exemplo de cristão perseguido, embora não tenha sido preso exatamente por pregar o evangelho, mas, segundo Mariano (1999, p. 75), por sonegação fiscal

e outras acusações. O fato para nosso estudo seria irrelevante em si, o que interessa é a forma como este episódio é narrado no discurso iurdiano; e na verdade outros episódios desta natureza são utilizados como elementos de argumentação na sua propaganda. Neste caso da prisão, Mariano (1999, p. 75) alerta para o detalhe: "Enquanto posava de vítima e se comparava ao próprio Cristo, dizia 'estar orgulhoso de estar preso em nome de Deus' e estar confiante na justiça divina, pagava caríssimos honorários a renomados advogados para defendê-lo."

Através da sua mídia, Macedo soube capitalizar muito bem este episódio a seu favor, além de se livrar mais uma vez das acusações, pelas quais ainda é investigado. O tema da perseguição tem sido ao longo da história da Universal bem aproveitado e capitalizado.

Sobre a perseguição à IURD e aos protestantes

As atividades religiosas iurdianas têm, desde o início em 1977, insistido sistematicamente em ocupar o papel de vítima de perseguição religiosa; em certos momentos assume esta posição isoladamente e em outros abrange o campo evangélico protestante mais geral. Esta é uma estratégia retórica em períodos de eleições, por exemplo, quando busca o apoio eleitoral dos outros grupos. (CAMPOS, 1997).

Analisando o *corpus* escolhido para esta investigação, encontramos muitos exemplos de ênfase no papel de vítima e perseguido. A seguir algumas amostras:

"Por que os protestantes são perseguidos?" (*Folha Universal*, ed. 646). Este é um dos temas mais recorrentes no discurso iurdiano, neste tópico se faz uma análise tomando como base as próprias informações veiculadas no jornal *Folha Universal* e outros órgãos oficiais da IURD. Na referida edição encontramos notícias que contradizem esta manchete.

"Preconceito, discriminação e intolerância religiosa fazem parte da história do cristianismo."

A IURD acusa de forma vaga que sofre discriminação, preconceito e discriminação religiosa, mas também a Universal mantém uma campanha sistemática contra outras religiões, como a Igreja Católica, os cultos afro-brasileiros, que moveram várias ações judiciais contra a IURD.

No entanto, na mesma edição 646, na seção de noticias da IURD na Bahia, encontramos notícias que apontam noutra direção.[28]

"Cresce o comércio de produtos evangélicos."

A comercialização de produtos evangelísticos é um mercado amplo e diversificado. Empresas brasileiras fazem investimentos para atingir um novo grupo de consumidores: os evangélicos. O número de fiéis cresceu expressivamente nos últimos dez anos e hoje chega a 26 milhões de pessoas – 15,4% da população do país, segundo o IBGE. O segmento movimenta anualmente R$ 500 milhões.

"Lei garante liberdade religiosa no País."

O artigo relata que "toda a bancada evangélica do Congresso Nacional se uniu para alterar a lei" e que "a lei foi sancionada com uma cerimônia no Palácio do Planalto, que contou com a presença de mais de 500 líderes religiosos, deputados e ministros. Durante a cerimônia, o presidente Lula declarou que 'é livre o direito de organizar uma igreja e de praticar uma religião no Brasil'." O deputado federal Paulo Gouvea (PL-RS) foi a autor do Projeto de Lei 634/2003, sancionado no dia 22 de dezembro pelo presidente Lula, alterando o Novo Código Civil. (*Folha Universal*, ed. 613, notícia principal com manchete na capa).

Numa análise discursiva, poder-se-ia estudar a elaboração da identidade iurdiana construída através de estratégias argumentativas e retóricas a partir da imagem de vítima, ao mesmo tempo em que o próprio jornal veicula notícias francamente ufanistas e positivas do crescimento iurdiano e sobretudo do prestígio social e político de que goza. Como pode uma entidade tão perseguida e desprestigiada ter tanta visibilidade social, tanto poder econômico e político?

Os fatos provam o contrário, que a IURD recebe homenagens e honrarias que outras entidades não têm, é recebida pelo Presidente da República, tem políticos na Câmara e no Senado, possui cadeias de rádio e TV, durante as eleições é cortejada pelos partidos políticos em busca dos seus votos e apoio [29]

---

[28] O levantamento sobre o século XX do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística revelou que as igrejas evangélicas foram e continuam sendo o segmento religioso que mais arrebanhou fiéis ao longo dos últimos 100 anos no Brasil. Pelo estudo, 15,6% da população brasileira — mais de 30 milhões — são declaradamente evangélicos. (*Folha Universal*, ed. 602)

[29] Ver no capítulo 5 auto-imagem positiva. Portanto, parece ser apenas uma estratégia discursiva de construção social da imagem sustentada numa ideologia que se apóia no conceito de "guerra santa" e ao mesmo tempo no papel de "vítima", e nunca esquecendo o papel de "perseguidor" que serve para seus propósitos estratégicos de crescimento e expansão, tanto quanto o seu discurso ufanista e propagandístico afirma. Assim, a tese

Por outro lado, os dados que o mesmo jornal difunde sobre o crescimento dos evangélicos e a crescente importância econômica conseguida por estes contrariam a idéia de discriminação social, visto que sua visibilidade social é um fato incontestado. Dificilmente uma organização perseguida e tão discriminada, quanto a IURD alega ser, conseguiria ter tanto poder e prestígio social como ela tem e ao mesmo tempo nega ter.

3.4.1.2 Discursos sobre o poder sobrenatural da fé

Curas, milagres, felicidade e prosperidade

A IURD desenvolveu sobre estes temas estratégias comunicativas que encontram grande receptividade entre a população ávida para obter estes "produtos" escassos no mercado atual. Como já vimos no tópico sobre a propaganda, a naturalização do milagre é a principal estratégia de propaganda, assim, são transformados em objetos reificados pelo discurso religioso e investidos de valor (sobre milagres de prosperidade ver discurso econômico).

Uma vez que existem os produtos desejados há que buscá-los na IURD, onde são anunciados. Ela tem o poder para conseguir estes bens e este poder é a fé, usada como um instrumento através do qual se obtém o desejado.

Um dos temas mais importantes e significativos do discurso iurdiano é sem dúvida o tema da saúde, pois os apelos à cura e ao milagre são o grande motivo pelo qual as pessoas procuram a Universal. O *slogan* "Pare de sofrer!" convida as pessoas a buscar alívio para o sofrimento e a dor e a cura das doenças. Esta é uma antiga necessidade humana, eliminar o sofrimento, tarefa na qual a medicina está empenhada desde a Antiguidade, através de seus recursos e conhecimentos sobre as doenças e medicamentos, mas nem sempre consegue ter sucesso.

A Universal faz da cura do sofrimento um diferencial em relação à maioria dos outros grupos religiosos. O trabalho religioso de cura, de modo geral, é oferecido especificamente como ingrediente nas mensagens de alguns grupos pentecostais e da quase maioria dos neopentecostais — que por definição buscam a cura divina —, mas isso ocorre de forma particular na Universal, que afirma curar todas as doenças e define a doença como tendo origem nas forças demoníacas .

---

iurdiana de vitimização não se sustenta à luz dos dados de crescimento que ela própria divulga no seu jornal *Folha Universal*. Na verdade estes papéis são também papéis discursivos.

No *corpus* aqui selecionado verifica-se uma lista de doenças curadas nas reuniões da IURD (entre parênteses aparece o número da edição):

- câncer: três tumores, perda do olfato, perda da visão de um olho (640);
- loucura (637);
- estrabismo (duas crianças) (613);
- depressão (601 e 602);
- hemangioma subglótico (tipo de tumor linfático nas vias respiratórias) (620);
- Aids e Hepatite B (a filha), caroços no seio (a mãe) (599);
- homossexualismo (594);
- dependência de drogas (604);
- coração (614);
- ataque epiléptico, paralisia facial, desmaios (642);
- dores na coluna (602);
- alcoolismo (608);
- resgate da auto-estima (608);
- lúpus (622);
- impulsos suicidas (624);
- síndrome do pânico (627);
- cianose periférica (doença do sangue azul) (630);
- dor de cabeça crônica (652).

Registra-se nesta amostra um total de 24 tipos diferentes de doenças curadas na Universal[30], retiradas apenas da seção de reportagens das atividades da igreja numa coleta das edições 590 até 653. Ao mesmo tempo o jornal *Folha Universal* registra diversas notícias sobre doenças, mas dentro de uma perspectiva científica:

- o excesso de peso pode ser sinal de uma grave doença (651);

[30] Pastores da IURD são atendidos na rede hospitalar particular. Em Recife por exemplo, são tratados no Hospital Hope Esperança, na Ilha do Leite, o maior complexo hospitalar do Recife (ver Informativo do Complexo Hospitalar Hope-Esperança, ano 09, jul. 2004, última página, na lista dos convênios).

- sinusite crônica pode levar à meningite (606).

No jornal *Folha Universal* convivem vários tipos de discursos sobre a saúde-doença: o religioso (aqui as doenças são de origem demoníaca); o científico (com uma abordagem mais racional e explicativa das causas das doenças e tratamentos); o político, onde a doença é social e política nas suas causas.

A visão de mundo praticada na Universal divide-o entre o Bem e o Mal, sendo o homem disputado por forças antagônicas. Existe a crença na ação dos demônios e na necessidade de amarrá-los para que não interfiram no andamento da vida humana — idéia, aliás, que está presente nas antiqüíssimas tradições religiosas, como no hinduísmo, por exemplo.

Nos cultos da IURD, como também de outros grupos neopentecostais, os demônios são expulsos, e de certa forma "amarrados" no sentido de neutralizar seu domínio sobre os homens pelo poder do Senhor Jesus, tal como o demonstra abundantemente o relato dos evangelhos. Por isso, o exorcismo (do grego *exorkismós*, que significa afastar ou afugentar em nome da divindade os maus espíritos) implica aceitar a idéia de que existe possessão demoníaca e daí a necessidade de expulsá-los. O exorcismo ocupa um lugar de destaque na vida espiritual da IURD, sem ele não se poderá gozar de uma vida plena, isto é, saudável e próspera. Isto é chamado também de libertação. Na Universal o culto de exorcismo se divide em três partes: louvor, exorcismo e consagração de ofertas.

A Universal elaborou uma lista de sintomas ou sinais de possessão demoníaca: nervosismo, dores de cabeça constantes, insônia, medo, desmaios, desejos suicidas, doenças sem causas conhecidas, visões de vulto ou audição de vozes, vícios, depressão (MACEDO, 1988, p. 59-60) .

Por outro lado, na história da primitiva igreja cristã sempre existiu o dom de curar, haviam os santos chamados no Oriente de Anargyros,(em grego: sem prata) que tinham como característica "curar sem receber dinheiro" são famosos os santos anárgiros Cosme e Damião; Ciro e João. No entanto este carisma persistiu, apenas sem propaganda.

3.4.2 Discurso econômico

Denominamos "discurso econômico" ao discurso do âmbito religioso que utiliza os conteúdos religiosos para enfatizar aspectos financeiros e oferece aos fiéis promessas de vida econômica próspera dentro de uma interpretação das escrituras onde a saúde, a felicidade e a riqueza seriam promessas de Deus para aqueles que acreditam nele. Parte-se da premissa de que Deus é rico e seus filhos também o são, ou serão.

Esta interpretação bíblica, conhecida como Teologia da Prosperidade, foi desenvolvida nos EUA na década de 1940 e congrega crenças sobre riqueza, cura, felicidade e poder da fé, tendo sido rotulada de várias formas: *Health and Wealth Gospel*, *Faith Prosperity Doctrines*, *Positive Confession*. Segundo McConnell (1988), a Teologia da Prosperidade teria resultado da combinação sincrética de distintas tradições religiosas ocidentais e orientais, práticas esotéricas e paramédicas; e segundo Pierrat (1993), oponente dessa teologia, "foram as seitas metafísicas que forneceram os ensinos distintivos e a cosmovisão geral que deram forma ao evangelho da prosperidade". (MARIANO,1999).

A Teologia da Prosperidade, portanto, não foi criada pela Universal, é anterior a esta, pois ingressou no Brasil por meio dos neopentecostais, os mais ativos difusores do televangelismo. entre nós. Este é um dos meios mais utilizados pelos grupos defensores desta teologia, que não é exclusiva da Igreja Universal. Isto demonstra que o contexto sociocultural pode moldar as expressões religiosas adotadas e ainda como o meio de comunicação utilizado condiciona as práticas discursivas, neste caso, os custos de televisão alteraram seus conteúdos e, em decorrência, suas práticas sociais.

A confissão positiva

Este termo refere-se à crença de que os fiéis detêm poder — adquirido pelo sacrifício de Cristo e interpretando a Escritura como promessa de Deus — de trazer à existência o que o fiel declara, decreta e determina com a palavra, quando o fiel expressa com bastante fé; trata-se de atos ilocutórios visando obter os benefícios desejados. Esta teologia defende que Deus mesmo criou o mundo pela palavra e que Deus concedeu ao homem o mesmo dom, e pela palavra o homem tem o poder de mudar a realidade.

Podemos encontrar semelhanças entre as doutrinas da Confissão Positiva, o Novo Pensamento de Normam Vicent Peale (1952), pastor presbiteriano, e as doutrinas da *New Age*, esotéricas, dos livros de auto-ajuda, da programação neurolingüística de Lair Ribeiro, doutrinas estas que pretendem acabar com a pobreza, a miséria e a doença pelo exercício do poder da palavra. Alguns chegam a radicalizar: "o homem possui a mesma natureza de Deus e, portanto, igualmente a Ele, goza de autoridade ou poder pela palavra, de chamar coisas à existência" (MARIANO,1999, p. 155), cumprindo-se aqui a velha passagem de Gênesis (3: 4), onde a serpente diz: "**sereis como deuses**".

Em todo caso, discursivamente falando, observa-se que esta doutrina da prosperidade exprime o relacionamento do fiel com Deus modificando antigos parâmetros discursivos expressos nos verbos *pedir*, *suplicar*, *esperar* ou *rogar*, que denotam uma relação de passividade diante da ação de Deus. A teologia da Prosperidade modifica esta relação na medida em que é informado ao fiel que este deve tomar posse do que é seu, arrebatando-o ao demônio.

Na prática este já tem um crédito, cabe ao fiel reclamá-lo, e para isto a linguagem expressa esta nova atitude, os verbos usados são: **decretar**, **exigir**, **determinar**; onde a postura do fiel é afirmativa e ativa. Aqui os pastores enfatizam que o fiel deve pronunciar e determinar com fé suas demandas e necessidades e Deus atenderá. Portanto, temos uma mudança significativa na ordem do discurso religioso enquanto prática sociodiscursiva.

O dízimo e as ofertas na IURD

O lugar do dinheiro na Universal se define a partir de três elementos textuais: a metáfora "*o sangue da igreja são as ofertas de sacrifício*" e a de "*aliança com Deus*", através da qual o fiel torna-se sócio ou parceiro de Deus e portanto herdeiro das promessas e bênçãos. O outro elemento é o recurso à intertextualidade, o apelo ao texto bíblico onde os dízimos são declarados obrigatórios por Deus. A partir destes elementos se constrói o discurso sobre a cobrança obrigatória dos fiéis e toda a justificação sobre o dinheiro entregue à Universal.

Toda a argumentação sobre a cobrança dos dízimos é construída sobre a idéia de que, com o pagamento, Deus é obrigado a cumprir o que Ele mesmo prometeu, e somente com esta condição se obtém uma vida com abundância tal como Ele a deseja. Isto relembra o princípio

da reciprocidade de Mauss (1973)[31]ou ainda o popular adágio "é dando que se recebe". Esta mensagem é repetida com bastante freqüência em todos os cultos. É evidente que se estabelece uma relação de troca, o que tem uma lógica bastante compreensível e pragmática para aqueles que buscam obter benefícios através das garantias oferecidas no discurso sobre a prosperidade.

Este é um discurso no qual os fiéis estabelecem uma reorganização semântica sobre o dinheiro, pois quando estes se conscientizam sobre seus direitos como filhos de Deus e os exigem, recebem as bênçãos, descobrem ao mesmo tempo os deveres necessários para obtê-los, o pagamento correspondente. Este processo de ressemantização discursiva produz novos sentidos e significados religiosos, pois quem quer receber tem que dar, e exatamente este 'dar' ganha outros significados dentro dessa lógica.

Se a doutrina dos dízimos está explicitada pela intertextualidade do recurso ao texto bíblico, na prática esta cobrança é mais ampla do que este discurso afirma. Analisando os termos usados para o pagamento das contribuições financeiras dos fiéis iurdianos verificam-se os seguintes tipos de contribuições em *Aliança com Deus* (Macedo, 2003, p. 26):

a) **Dízimos**: são contribuições obrigatórias, pois se supõe que sendo Deus o dono dos 100% entrega-se a Ele apenas 10% do que Lhe pertence. Na IURD, além do sangue, da vida da pessoa, o dinheiro significa também a fidelidade a Deus (Macedo, 2003, p. 77). Na prática é o vínculo com a IURD. Aliás, o dízimo existe em todas as igrejas cristãs e é comum a cobrança, apenas o caráter obrigatório muda conforme a orientação doutrinal. O dízimo na IURD é orientado para os membros como forma de compromisso com Deus.[32]

b) **Ofertas**: são contribuições independentes do dízimo, que expressariam o amor do fiel por Deus e têm um caráter mais voluntário.

c) **Sacrifícios**: representam a vida (o dinheiro) do fiel em função do que deseja.

d) **Desafios**: são tipos de sacrifícios que visam a testar a fé do participante.

---

[31] Sociólogo francês que desenvolveu estudos sobre a dádiva, do qual resulta uma corrente de análises sobre o utilitarismo econômico das sociedades modernas, em contraste com as trocas sociais nas sociedades arcaicas.

[32] Parece que estas duas últimas categorias de contribuições são feitas pelos que se aproximam em busca de mudanças e milagres e apostam num resultado. Por outro lado, a Universal inovou nas formas de cobrança do dízimo: alguns autores relatam a cobrança de mais de 10% de dízimo; Mariano afirma a existência em Salvador, na Bahia, de dízimo de **20%** e "Dízimo do Sinai", que ultrapassa os **30%** ; o mesmo autor observou em São Paulo pedidos de **20%** e em Belo Horizonte cobrança de **30%** , explicada da seguinte forma: **10% pelo Pai, 10% pelo Filho e 10% pelo Espírito Santo** — e este percentual é fixo. (Mariano, 1999, p. 166, grifo nosso).

O discurso sobre o dízimo apóia-se fundamentalmente no texto bíblico, disto decorre sua força de lei e sua justificação retórica. Vários textos bíblicos são usados para exigir a entrega dos dízimos, principalmente várias passagens de Abraão em Gênese e especialmente Malaquias 3:10: "Trazei todos os dízimos à casa do Tesouro, para que haja mantimento na minha casa; provai-me nisto, diz o Senhor dos Exércitos, se eu não vos abrir as janelas do céu e não derramar sobre vós benção sem medida".

As justificativas e pedidos para arrecadação de dízimos, ofertas e desafios podem ser encontrados em muitos textos, pois tendo a entrega de dinheiro à igreja um lugar central na atividade religiosa esta é, na prática, o clímax de todos os cultos e reuniões, campanhas e correntes que a Universal realiza em todos os seus templos, e parece ser a finalidade das suas atividades religiosas e para onde convergem seu culto e reuniões.

O lugar do dinheiro na teologia iurdiana é definido doutrinalmente como: "As ofertas dadas espontaneamente pelo povo de Deus, são o sangue da Igreja do Senhor Jesus e representa parte da vida do ofertante nas mãos de Deus." (MACEDO, 2000, p. 68).

O valor e importância do dízimo na Universal é tanta, que existe um livro especialmente dedicado à entrega do dízimo pelos fiéis: *Como ser um dizimista fiel* (FURUCHO, 2001), onde se explica como pagar o dízimo nos casos de empregados, prestadores de serviços, subempregados, desempregados, empresários, lucros, heranças e todo tipo de rendimento econômico. Este é um verdadeiro manual econômico de investimento e aplicação.

Isto significa que o dinheiro é a vida da Universal e é de suma importância para o crescimento da instituição. O valor dado ao fator econômico decorre da sustentação teológica e doutrinal que a fundamenta, legitima e justifica, isto é, a Teologia da Prosperidade.

Aliança com Deus

Entre os conceitos teológicos que operam discursivamente na reformulação de novos significados sobre o dinheiro está a afirmação da aliança com Deus:

> Ser cristão é ser filho de Deus e co-herdeiro de Jesus; dono por herança, de todas as coisas que existem na face da terra [...] você leitor, é herdeiro de todas as coisas e na sua vida deve resplandecer a glória do seu Pai. Nada de se contentar com a desgraça ou com a pobreza. Levante-se agora e assuma a sua posição. (MACEDO, 2002, p. 13).

Fazer aliança com Deus é um conceito que opera com novos significados sobre a riqueza, colocada à nossa disposição através do conceito de aliança. Com este conceito opera-se a conexão com a idéia de paraíso perdido que pode ser recuperado se aceitarmos esta aliança com Cristo, com o qual podemos ser "parceiros" ou "sócios".

Com isto, realiza-se o traslado de um campo semântico religioso para outro econômico, pois a parceria e sociedade com Deus significam negócios com Deus. Esta idéia de aliança representa um compromisso com deveres e direitos bem delimitados: "As bases da nossa sociedade com Deus são as seguintes: o que nos pertence (nossa vida, nossa força, nosso dinheiro) passa a pertencer a Deus; e o que é dele (as bênçãos, a paz, a felicidade, a alegria e tudo de bom) passa a nos pertencer. (MACEDO, 2002, p. 59).

3.4.3 Discurso político

> Dai a César o que é de César,
> e a Deus o que é de Deus.
>
> (Mc 12:17)

Segundo o antropólogo Pedro Ari Oro (2002), a IURD utiliza sua estrutura mediática trazendo para o campo político e para a construção da sua representação política elementos doutrinários e discursivos da sua cosmovisão religiosa. A IURD aciona o princípio milenarista acerca da corrupção no campo político, quanto mais a mídia divulga casos de escândalos e corrupção, mais a IURD apela para o componente milenarista.

A articulação política da IURD era do ex-bispo Rodrigues, que desempenhava as funções de líder do Partido Liberal na Câmara do Congresso em Brasília e coordenava a bancada de deputados eleitos pela Universal através de vários partidos políticos:

> Faz-se necessário uma grande reforma espiritual na vida do povo brasileiro, da qual pode resultar uma nova moral pública e uma nova ética na política [...] é papel da Igreja do Senhor Jesus Cristo: anunciar a verdade doa em quem doer e cobrar das nossas autoridades a prática dos princípios éticos e morais do nosso povo, de acordo com a própria Carta Constitucional do país. (Bispo Rodrigues, *A Igreja e a política*, 1998).

O recurso discursivo ético-religioso não é privilégio da Universal. Atualmente é uma prática comum em várias igrejas evangélicas, mas a experiência tem demonstrado que na prática política do poder, como é o caso do próprio ex-bispo Rodrigues e de vários parlamentares

evangélicos que protagonizaram escândalos e malversação de recursos públicos, revelaram uma voracidade fisiológica que não difere em nada dos não crentes. (ORO, 2002).

Outro aspecto desta retórica política iurdiana apela para a idéia de construção de outra sociedade e de outra cultura política. Subentende a vitória numa guerra espiritual e a existência de forças diabólicas atuando na política, e conclama os fiéis nos cultos: "Não votem nos políticos que estão a serviço de Satanás e não querem que a obra de Deus prospere." (ORO, 2002, p. 54).

Continua o ex-bispo Rodrigues: "os espíritos que atuam na política, são os espíritos dominadores, os príncipes das trevas" (*Jornal do Brasil*, 29 out. 2001); e "o Diabo está alojado dentro do Congresso Nacional, criando leis injustas e erradas" (*Folha Universal*, ed. 302, 18 jan. 1998).

As conseqüências desse discurso parecem ser que o voto não se constitui apenas em um ato cívico como direito e obrigação de qualquer cidadão e um ato de liberdade de consciência pessoal. Para o fiel iurdiano reveste-se de caráter religioso. Trata-se de exorcizar o próprio demônio que se encontra na política, para que esta seja ocupada por "homens tementes a Deus".

O ex-bispo Rodrigues, num artigo com o sugestivo título de 'Administrando com o Espírito de Deus' e escrito quando ainda era o coordenador político da IURD, comenta o relato de José, filho de Jacó: "Acharíamos, porventura, homem como este, em quem há o Espírito de Deus?" (*Folha Universal*, ed. 566):

> Da mesma maneira que como [Deus] usou José, no passado, deseja usar Seus filhos e filhas hoje também. O mundo está cheio de Faraós que pensam estar governando sem que Deus esteja olhando para o que eles fazem. Os políticos e governantes que não tem Deus oprimem e escravizam o povo, cerceiam sua liberdade [...], mas no Brasil os olhos do povo de Deus se estão sendo abertos [...] A igreja está descobrindo que o servo de Deus é também cidadão deste mundo e tem capacidade de exercer uma cidadania responsável para que a vontade de Deus se cumpra em todas as áreas de atividade humana. Façamos a nós mesmos uma pergunta semelhante [...]: podemos achar alguém melhor para legislar e administrar o povo do que aquele que tem o Espírito de Deus?

Este artigo é bastante ilustrativo sob vários aspectos. Em primeiro lugar, é um texto político sob uma linguagem religiosa; em segundo lugar, sugere que os melhores políticos seriam os religiosos, e indiretamente os da Universal; em terceiro lugar mostra a crença ético-religiosa

segundo a qual os pastores e bispos da Universal estariam imbuídos por Deus de um "mandato político".[33]

Discurso político do bispo Senador Crivella da IURD na Tribuna do Senado

O bispo senador Crivella (sobrinho de Edir Macedo e segundo na hierarquia da IURD), uma semana após as eleições para a Prefeitura do Rio de Janeiro, eleição perdida para o prefeito César Maia, discursando no Senado para os parlamentares, lançou a Frente Parlamentar pelo Pleno Emprego no Congresso Nacional (outubro de 2004), fazendo uma análise política da situação socioeconômica do Brasil, bastante diferente da argumentação usada nos templos e nos textos escritos quando se dirigem aos seus fiéis:

> Esta é a resposta à mais grave crise social da nossa história determinada por índices recordes de desemprego e subemprego e provocada inequivocamente pela aplicação recorrente e sistemática desde o início dos anos 90, de uma política macroeconômica de extremas restrições monetárias e fiscais em especial as altíssimas taxas de juro básicas e o elevadíssimo superávit primário [...] determinados pela política econômica neoliberal em curso [do governo Lula]. (*Tribuna da Imprensa*, Rio de Janeiro, 30 out. 2004).

Temos aqui um texto com outra retórica política, pois o demônio não seria o causador da miséria como se propaga nos cultos dos templos da IURD (ver tópico sobre o discurso econômico). O bispo senador Crivella não pode, na Tribuna do Senado, discursar atacando o demônio pela miséria, como nos cultos da Universal. Este exemplo mostra que o contexto discursivo desempenha uma função importantíssima para a escolha dos significados, como também o público receptor da mensagem e os fins discursivos. Estes elementos modelam a produção discursiva estabelecendo uma dialética entre eles.

A importância da vida política na IURD pode ser medida não apenas pela quantidade de políticos eleitos em vários partidos ao longo de diversos anos, mas principalmente pela notícia do partido criado pela Universal e que obteve seu registro definitivo no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o Partido Renovador Municipalista (PRM), em 25 de agosto de 2005, e já anunciado que no final de outubro denominar-se-á (PR) Partido Republicano. Isto depois que o principal, mas não o único partido que abrigava seus membros, o PL, se viu envolvido nos

---

[33] Em fevereiro de 2004, o escândalo de Waldomiro Diniz, que abalou o governo do PT, mostrou que o deputado Rodrigues e bispo da IURD estava envolvido com Diniz, motivo pelo qual o líder Macedo o expulsou e demitiu das suas funções de bispo da Universal, e ainda o exonerou das suas funções de líder do partido na Câmara como representante da Universal, logo, derrubando a tese da suposta imunidade espiritual contra a corrupção por ser "um homem de Deus" como dá a entender sua retórica político-religiosa.

recentes escândalos do "Mensalão". Será presidido o PRM pelo pastor Vítor Paulo dos Santos.

Crivella, em discurso, explicou aos presentes que, embora os evangélicos tenham tido "participação fundamental" na formação do PMR, a sigla "não é um partido evangélico". "O partido também é dos espíritas, dos católicos, dos umbandistas, dos que não têm religião, mas têm amor no coração a este país e querem construir conosco uma mudança, uma transformação", afirmou. (*Folha de São Paulo*, Agência FOLHA em Belo Horizonte, 30 set. 2005).

O senador Marcelo Crivella (RJ), também filiado ao PMR, afirmou que a nova legenda "surge sob a orientação" de Alencar e "não é um partido evangélico", pois "não tem um programa evangélico".[34]

O discurso iurdiano apresenta diversos temas e finalidades discursivas, além de fazer crer e buscar fazer. Assim, um efeito perlocutório desejado é o de transformar seus fiéis também em eleitores e alcançar os objetivos políticos que a IURD estabeleceu para si. Para isto usa uma retórica religiosa que busca legitimar seus resultados. Podemos falar em manipulação das consciências e cerceamento da liberdade de escolha eleitoral? Qual é o registro discursivo usado quando se dirige ao público? O registro do fiel da igreja ou do eleitor cidadão?

Tudo indica que existe uma transformação do fiel em eleitor, a quem se exige o voto pela condição de ser fiel e obedecer às diretrizes da igreja. E agora com seu próprio partido político, ao que tudo indica a Universal deverá adaptar-se às novas circunstâncias, e estas sinalizam que os eleitores de todas as religiões são bem-vindos, não importa qual a sua religião. Será que se assiste a um novo tempo na política brasileira tão necessitada de um "exorcismo" que afaste "as forças demoníacas" que atuam no campo da política? E será que o PMR vai realizar esta proeza?

---

[34] A Universal demonstra um pragmatismo político. Já antes, na eleição presidencial de 1989, satanizou Lula e apoiou Collor; em 2002 apoiou Lula, contra Serra. Quem exorcizou quem? Agora com seu novo partido contrasta o discurso beligerante usado contra católicos e principalmente umbandistas, pois estes enquanto praticantes da sua crença religiosa são considerados "demoníacos", mas enquanto cidadãos são bem-vindos com seus valiosos votos. Estamos diante de um duplo registro discursivo, contraditório e conflitante, pois o registro religioso é excludente, já o político pretende ser amplo e geral, contempla todos os segmentos sociais e mesmo religiosos. Como conciliar ambos os discursos: o religioso e o político?

3.4.4 Discurso maniqueísta

"Não agredimos esses indivíduos. Tiramos o espírito demoníaco deles. Não somos nós que não aceitamos os umbandistas ou candombleístas, mas a Bíblia." (Pastor Miguel Ângelo, *Veja*, 30 nov. 1988).

O discurso iurdiano surpreende pelo radicalismo dualista entre o bem e o mal; não que isto seja uma novidade em si, a história religiosa demonstra que este tema do bem e do mal é intrínseco à própria natureza do conteúdo e temática religiosos, o que surpreende é a maneira como esta dualidade opera tanto nas práticas discursivas como sociais da IURD.

O maniqueísmo foi considerado durante muito tempo uma heresia cristã. Possivelmente por sua influência sobre algumas religiões, o maniqueísmo, pela coerência da doutrina e a rigidez das instituições, manteve firme unidade e identidade ao longo de sua história. Denomina-se maniqueísmo a doutrina religiosa pregada por Maniqueu — também chamado Mani ou Manes — na Pérsia, no século III da era cristã, cuja principal característica é a concepção dualista do mundo como fusão de espírito e matéria, que representam respectivamente **o bem e o mal**.[35]

O maniqueísmo combinou elementos do zoroastrismo, antiga religião persa, e de outras religiões orientais, além do próprio Cristianismo. Tem uma visão dualista radical, segundo a qual o mundo está dividido em duas forças sempre antagônicas: o Bem (luz) e o Mal (trevas) em permanente luta. Luz e trevas no sistema maniqueísta não são figuras retóricas, são representações concretas do Bem e do Mal. O Reino da Luz e o Reino das Trevas estão em permanente conflito.

Na prática o maniqueísmo é uma forma de pensar o mundo de forma simplificada, vê o mundo dividido em duas partes: a do Bem e a do Mal. A simplificação é uma forma primária do pensamento que reduz os fenômenos humanos a uma relação de causa e efeito, certo e errado, isso ou aquilo, é ou não é. O maniqueísmo utiliza uma forma de pensar a partir de uma lógica de exclusão. Ele se desenvolveu historicamente não como religião autônoma, mas como uma forma religiosa de pensar. Esta forma de pensamento possui comandos camuflados que influenciam os discursos do cotidiano, inclusive as religiões formais e seitas.

---

[35] O discurso maniqueísta se expressa com freqüência no uso intensivo de falácias do tipo ultimato (falso dilema), onde se colocam duas alternativas opostas, mas também usa hipérboles, metáforas, argumentos e outra figuras retóricas de persuasão. Ver capítulo no 5 as análises das figuras de linguagem.

O maniqueísmo não se sustenta, devido ao seu dogmatismo, isto é, sua incapacidade de colocar à prova da realidade ou da lógica suas verdades simplificadas. Como seu pensamento está reduzido a um par de verdades antagônicas, aceitar o raciocínio do outro, discordante, significa deixar-se arrastar para o domínio do mal e ser por ele dominado.

A vida do maniqueísta se converte em uma atitude de vigilância paranóica constante para não se deixar iludir com os "discursos sedutores". Temos o caso de Santo Agostinho (1996), que foi inicialmente maniqueísta, mas depois ficou desencantado e se afastou, escrevendo no seu livro *Confissões* que nessa doutrina "não tinha encontrado paz e apenas expressava opiniões alheias".

Por isto os grupos fundamentalistas que defendem esta perspectiva convocam seus seguidores a uma guerra santa. Para estes lideres, é dever de cada membro do grupo entregar-se a esse eterno combate para extinguir em si e nos outros a presença das Trevas a fim de poder alcançar o Reino da Luz, que é o Reino de Deus. Este discurso beligerante torna-se na prática uma forma de controle social porque atualiza os opostos, os de fora e os de dentro do grupo: nós–eles, os bons–os maus, o bem–o mal. Ocorre uma assimilação que coloca estes pares em radical dicotomia e oposição, útil ao discurso religioso iurdiano.

As categorias de bem e mal na IURD são aplicadas de forma radical, tanto para o bem quanto para o mal. Todos os problemas humanos são decorrência do mal, e mesmo quando não exista na vida das pessoas um grande mal, a falta de grandes bens é considerada como um mal; é o caso do discurso dirigido aos empresários: estes podem "ter" mais por que Deus prometeu abundância aos "filhos de Deus" e estes não estariam usufruindo "das promessas de Deus". Mas o pensamento maniqueísta vai além, na medida em que considera que um lado deve destruir o outro, porque um é o Bem e o outro é o Mal, um é Luz e o outro Trevas (ZUSMAN, 2001).

Um dos mecanismos psicológicos mais utilizados para se livrar do Mal é a projeção de sentimentos ou figuras inexistentes como operadores simbólicos do psiquismo. A atividade psíquica que sustenta a projeção é de ordem inconsciente, tal como todos os demais mecanismos de defesa. Odiar o vizinho, ou não aceitar uma tendência sexual, ser invejoso, etc. poderia forçar o psiquismo a projetar essas idéias e sentimentos em outras pessoas, personificadas enquanto diabo, satã — enfim, o Mal.

Uma nação inteira pode ser tomada pelo histerismo de projetar numa só figura o Mal que, no fundo, é dela mesma, tal como foi feito na Alemanha nazista. Mas, ela própria não se dá conta disso, visto ser uma ação *made in* inconsciente que demanda purificação do Mal. A propaganda nazista utilizou este mecanismo com bastante eficácia, operado discursivamente e amplificado pela intensa propaganda ideológica: nós–superiores / eles–inferiores; tornando-se posteriormente em nós–o bem / eles–o mal. Daí por que se fez necessário extirpar esse mal de forma radical.

O exorcismo é um dos mecanismos mais úteis da propaganda iurdiana, porque aplica o maniqueísmo com um realismo cenográfico de exibição dos poderes espirituais no domínio das forças do mal. Os exorcismos nos templos da IURD servem como demonstração do poder do bem sobre o mal. A participação dos fiéis nestes espetáculos tem um grande efeito catártico sobre eles pela descarga de energia dispensada, que é tida como evidência do discurso do poder da IURD (do Bem) sobre o mal. A realização dos exorcismos sempre ocorre com grande alarido e na presença de grandes concentrações de fiéis, nunca em sessões solitárias ou mesmo de poucos membros. O exorcismo corresponde também à necessidade de explorar a religião como espetáculo e demonstração de evidência de veracidade.

O pensamento maniqueísta desempenha uma importante função discursiva, na medida em que constrói sua argumentação retórica com as categorias de bem e mal, e a partir destas categorias polariza seu discurso encarnando o pólo positivo do bem, e desta posição dirige-se aos outros como representações negativas, pois encarnam o mal que deve ser excluído, combatido e eliminado do cotidiano dos indivíduos.

A IURD assume o lugar onde se opera o controle de todo mal, suas práticas discursivas informam ao público que existe uma solução para o mal e o convidam a participar de suas práticas sociais, as reuniões e atividades desenvolvidas nos templos.

Esta função ideológica de legitimar-se como portadora do bem implica um aspecto pragmático muito importante, o de atribuir a outros grupos a representação do mal. Assim, uma vez eleitos os opositores estes são atacados como representações do demônio, pelo qual se justificam não apenas a exclusão e discriminação religiosa, mas até ataques, violências e hostilidades.

3. 4. 5 Discurso pós-modernista

O cenário cultural pós-moderno que foi descrito ainda neste capítulo manifesta-se também discursivamente. Um dos fatores do grande sucesso da Universal reside exatamente na sua capacidade, não apenas de captar as necessidades e desejos do público, mas de saber traduzir estas demandas através de um discurso que incorpora seus conteúdos dentro de um marco semântico de elementos religiosos inteligível aos receptores.

A Universal recria os conteúdos usados ao longo do tempo pelo cristianismo e os retextualiza conferindo-lhes novos significados. Trata-se de uma proposta híbrida, onde se misturam elementos contraditórios: o arcaico dos exorcismos e luta contra os demônios com o moderno das tecnologias, os recursos do mercado e de comunicação de massas. Ao mesmo tempo em que é dualista, usa as categorias de bem e mal, no seu templo se misturam Deus e o Diabo.

Realiza síntese de valores e símbolos religiosos diversos: judaicos, católicos tradicionais e populares, do protestantismo, do espiritismo e dos cultos afro-brasileiros; são léxicos e práticas sociais. Faz uma profunda crítica, bastante moderna, de questionamento das tradições religiosas outras, expondo assim a própria crise da fé e da modernidade. Parte de uma proposta regional, nascida no subúrbio carioca da Abolição, e se lança para o mundo e pretende ser universal no alcance, carregando no próprio nome o seu projeto.

Tenta abolir a noção de tempo futuro e de transcendência porque se situa no aqui-e-agora do humano contingente e imanente, nos problemas materiais e desejos humanos aos quais pretende atender aqui mesmo na terra. Seu projeto para o homem não é um projeto solidário nem comunitário, porque voltado para as necessidades e desejos de cada indivíduo; dirige-se como na publicidade a "você em particular". As grandes narrativas não existem mais, nem os grandes projetos coletivos, apenas a micro-história individual. Os grandes projetos são apenas os da instituição Universal, ela quer conquistar o mundo.

Seu discurso reatualiza elementos simbólicos e os valoriza dentro de um processo de retextualização e ressemantização dos seus conteúdos, que não mais atuam no catolicismo, onde perderam força simbólica, e também estão ausentes no protestantismo racionalista. A Universal opera e instrumentaliza estes símbolos, inserindo-os numa lógica de mercado onde se redescobre sua eficácia e pragmatismo nos resultados. A colocação do desejo no centro das suas práticas sociais e discursivas canaliza a vontade de poder das massas e a ambição.

Trabalha elementos puramente psicológicos, como auto-estima, que substituem os elementos doutrinais do cristianismo de outrora.

Um dos aspectos mais importantes relacionados com este tópico é a percepção do tempo histórico neste período. Como a sociedade hoje percebe a realidade histórica onde ocorre o discurso religioso? Na perspectiva da ciência histórica atual não passa despercebida esta problemática de como a cultura percebe o tempo. A proposta da Universal é de um Reino aqui-e-agora no plano do tempo imediato, mas este é também o tempo do efêmero, o tempo das modas e modismos, do consumo e do descartável. É o tempo do mercado:

> A sociedade pós-moderna se institui na sacralização das novidades, não deixando de lado a possibilidade de exercitar o consumo desenfreado das mercadorias, tudo isso que nos faz pensar que o tempo é uma grande fantasia que faz manter a força de gravidade da história. (REZENDE, no prelo).[36]

O discurso pós-moderno iurdiano insere o indivíduo num projeto de mercado, criando novas formas de capitalismo, onde a fé religiosa é transformada em objeto de consumo, através de tecnologias que o introduzem numa indústria cultural onde os serviços, as finanças e a informação triunfaram sobre a produção tradicional. O mercado como realidade na cultura contemporânea relaciona os indivíduos dentro de uma lógica e, segundo Baudrillard: "O desejo e a sedução comandam nossas vidas. Um destino indelével pesa sobre a sedução. Para a religião, ela foi estratégia do diabo, quer tenha sido feiticeira ou amorosa. A sedução é sempre a do mal. Ou a do mundo. É artifício do mundo." (BAUDRILLARD, 1991, p. 5).[37]

As escolhas ideológicas selecionam não apenas o léxico, mas também os temas. O tema da morte, por exemplo, não aparece no discurso iurdiano e do ponto de vista de uma análise discursiva relaciona-se com o conteúdo ideológico ligado ao significado do discurso. Para Van Dijk (2003b, p. 58), a escolha dos temas é a informação mais importante para os significados ideológicos escolhidos. A ausência do tema da morte representa uma opção por valores positivos e uma visão hedonista que nega o sofrimento, a dor e em conseqüência a inaceitável morte. Trata-se de uma opção ideológica bastante significativa.[38]

---

[36] REZENDE, A. P. Trabalha na linha de pesquisa Cultura, Memória e Modernidade no Programa de Pós-Graduação de História da UFPE.

[37] Este autor é um dos principais teóricos atuais sobre o tema da pós-modernidade.

[38] Van Dijk trabalha com a noção de categorias estruturais dos níveis de análise ideológica, onde as negações, por exemplo, são uma estratégia ligada ao significado, em que combina aspectos positivos próprios e negativos dos outros participantes para produzir efeitos retóricos para propósitos ideológicos do emissor.

Outro aspecto significativo deste cenário pós-moderno é a cultura do espetáculo, de onde a importância da informação e dos meios de comunicação na produção de sentidos. O papel da mídia é crucial na formação das configurações da realidade, o Real se define como "verdade" como nos é apresentado pelos meios. Isto significa que os meios são parâmetros de realidade, os meios per se, validam qualquer conteúdo e os receptores conferem-lhe credibilidade..

Neste cenário o tema da fé agora é produzido discursivamente como espetáculo, um "show"; segundo Moreira (2002, p. 48), a mídia ocupa "o lugar do cuidado do outro", e numa sociedade individualista "aquele que cuida do outro só pode ser aquele que informa".

4 METODOLOGIA

O presente capítulo tratará sobre os procedimentos metodológicos utilizados para as análises do discurso religioso iurdiano. Para analisar este tipo de discurso será necessário considerar os meios retóricos usados, o que implica uma definição do fio discursivo, como processo temático empregado (WODAK; MEYER, 2003); este fio é a identificação das estratégias persuasivas que caracterizam o esforço de convencimento pretendido no discurso iurdiano.

4.1 Seleção do *corpus*

O *corpus* de análise é constituído a partir da seleção de textos produzidos pela IURD e seu plano discursivo será caracterizado pelos seguintes elementos:

a) artigos do jornal *Folha Universal* na sua versão web, disponível no endereço eletrônico: <www.folhauniversal.com.br>.

b) outros textos: livros publicados pela IURD, cujos conteúdos são citados com freqüência nos temas discursivos do jornal.

Critérios de seleção dos textos principais e coleta dos dados

Para formação do *corpus* principal da nossa investigação utilizamos como fonte o jornal *Folha Universal*, cuja escolha se baseou nos seguintes motivos:

a) O jornal oferece a coluna de Edir Macedo, conhecido como bispo Macedo, líder e chefe da IURD e um dos seus fundadores, a qual reflete o pensamento religioso oficial da IURD.

b) Este jornal tem alcance nacional no território brasileiro, diferentemente dos cultos nos templos e das emissões de rádio e televisão, de alcance apenas local.

c) A coleta dos dados extraídos do jornal não sofre as interferências observadas nos cultos ao vivo — como os cânticos, a música e outras expressões emotivas dos participantes —, ou no caso da televisão, que acrescenta o elemento visual, pois estas introduzem outros aspectos semióticos nas pregações dos pastores.

d) A coleta dos textos do jornal na versão eletrônica proporciona rapidez e segurança, mesmo com eventuais indisponibilidades de alguma edição durante o período da pesquisa.

Caracterização do jornal

- Informativo oficial da IURD, sua orientação geral é confessional, de conteúdo religioso, embora adote o formato de um jornal convencional. Apresenta seções de política, assuntos internacionais, economia, ciência, etc.; tem um forte apelo publicitário que enfatiza as realizações da IURD como instituição que resolve os problemas das pessoas que a freqüentam.
- Sua tiragem, segundo o último número coletado (edição 653, de 10 a 16 out. 2004), é de 1.887.000 (um milhão e oitocentos e oitenta e sete mil exemplares).
- Período pesquisado: de agosto de 2003 até outubro de 2004 (14 meses), num total de 63 edições coletadas.

Escolha dos textos por categorias

Foram selecionadas duas categorias de gêneros e tipos jornalísticos:

a) **Opinião**: a coluna do bispo Macedo reflete a ideologia religiosa da IURD e define a orientação geral do jornal, que é seu órgão oficial. Esta coluna indica com clareza o sistema de crenças defendido pela IURD. Seu estilo é o sermão; utiliza o tipo de discurso argumentativo.

b) **Interpretação**: a reportagem das atividades dos templos da IURD nas várias regiões do Brasil reflete não apenas a ideologia da IURD, isto é, seu sistema de crenças, como também se dedica a fazer propaganda da eficácia dos resultados nela alcançados. Seu estilo é demonstrativo; o tipo de discurso é retórico-persuasivo.

4.2 Procedimento da coleta dos dados

Foram coletados semanalmente, de cada edição eletrônica do jornal *Folha Universal* disponível, dez artigos variados; posteriormente foi feita uma triagem a partir da definição dos gêneros de notícias analisados: uma coluna de opinião, a do bispo Macedo; e uma interpretativa, de reportagens sobre as atividades da IURD que se realizam nas diversas regiões do país. Da coluna do bispo Macedo foram coletados 63 textos e das reportagens também 63 textos, num total de 126, dos quais serão analisados 15 de cada gênero, totalizando 30 textos escolhidos dos que apresentaram maior conteúdo informativo e relevância para o tema da investigação.

Para atingir os objetivos desta investigação, utiliza-se uma metodologia descritivo-interpretativa, com os seguintes procedimentos:

a) Situar o contexto histórico e sociocultural onde é produzido o discurso iurdiano.

b) Selecionar os textos do *corpus* principal dentro do jornal *Folha Universal* segundo os critérios já apontados no item anterior.

c) Proceder às análises segundo os seguintes princípios básicos da ACD (FAIRCLOUGH; WODAK, 2000) :

- o discurso como ação e prática social;
- ocupa-se com problemas sociais;
- as relações de poder como elementos discursivos;
- o discurso constitui a sociedade e a cultura;
- o discurso realiza uma tarefa ideológica;
- o discurso é histórico;
- o vínculo entre o texto e a sociedade é mediado;
- a análise do discurso é interpretativa e explicativa.

4.3 Os níveis de análise, estratégias e funções

Os analistas do discurso tratam de analisá-lo por meio de vários níveis ou dimensões relacionados entre si. Estes níveis representam distintos tipos de fenômenos, sentidos ou ações, embora os usuários da língua operem vários níveis ao mesmo tempo. Já as funções revelam os sentidos e isto tem implicações funcionais. As estratégias revelam os processo de interação, produção e interpretação das metas comunicativas ou sociais. (VAN DIJK, 2003).

Níveis de análise

a) **Nível pragmático**: este será o plano interativo da ação, tanto micro como macro, que se refere às diversas operações inferenciais que possibilitam aos receptores das mensagens deduzir as informações a partir das fontes intra e intertextuais. Aqui estudaremos a intencionalidade discursiva como os prováveis efeitos perlocutórios buscados.

b) **Nível argumentativo**: explica-se a partir das estratégias persuasivas pelas quais o emissor do discurso inscreve neste a determinação de pontos de vista para os efeitos que se buscam alcançar. Analisam-se os tipos de argumentos usados como as falácias mais comuns utilizadas.

c) **Nível retórico**: são as estratégias discursivas calculadas para influenciar um auditório particular para obter certos fins específicos. Analisa-se como são usados os argumentos como reforço para conseguir a persuasão — é o caso do uso de metáforas e hipérboles.

d) **Nível ideológico**: são as cognições sociais, modelos e estereótipos culturais compartilhados socialmente que determinam a construção de sentido. Estes conhecimentos regulam a eficácia e efetividade verbal do discurso. Analisa o sistema de valores e de crenças que é transmitido como também as formas de manipulação e controle social pelo discurso.

Estratégias retóricas de persuasão

Identificação e análise das estratégias como: a publicidade, a ênfase, a desqualificação, a auto-representação positiva.

Funções sociais

O discurso iurdiano desempenha funções sociais como discurso público institucionalizado transmissor e reprodutor de ideologia e estabelece relações sociais; identificação das práticas sociais que desenvolve com seus membros.

5 ANÁLISE DO CORPUS

Neste capítulo, pretende-se fazer uma análise do *corpus* nos textos selecionados para explicar como funciona o esforço de retórica de persuasão desenvolvido pela IURD, as estratégias discursivas empregadas, as funções retóricas desempenhadas nos textos e finalmente as funções sociais deste discurso. Com este conjunto de elementos poderemos obter uma visão geral do desempenho discursivo-retórico desenvolvido através dos atos de fala, do contexto de produção, e uma compreensão dos efeitos perlocutórios pretendidos pela IURD na sua comunicação com os receptores.

Importa considerar que o esforço comunicacional iurdiano, de acordo com a abordagem teórica utilizada neste trabalho, realiza-se na interação social e discursiva, e que os receptores do discurso iurdiano participam efetivamente não apenas compreendendo os atos locutórios, mas também são responsáveis pela legitimação, pela participação na construção de significados e principalmente nos tipos de ação que acontecem nas formas tipificadas de cultos, pregações, textos, propagandas institucionais e outros eventos sociodiscursivos das práticas sociais iurdianas. O discurso iurdiano é centrado no receptor.

5.1 Os Atos de Fala

No primeiro nível de análise, o pragmático, utiliza-se a Teoria dos Atos de Fala de Austin (1990), que parte da noção de que a linguagem não é exclusivamente descritiva e transmissora de informações, estas não seriam as únicas funções desempenhadas pela língua. Com isto, Austin denuncia o que chamou de "falácia descritiva da linguagem" e abre novas perspectivas para os estudos lingüísticos e particularmente para a filosofia, visto que os filósofos apenas consideravam os enunciados do ponto de vista da sua verdade ou falsidade.

Ao fazer esta distinção Austin aponta para uma concepção da linguagem onde esta desempenha outras funções além daquelas meramente descritivas e, particularmente, realiza

ações. Estabelece a distinção entre oração como estrutura gramatical abstrata, não realizada e o enunciado, que é a realização concreta de uma oração emitida por um falante concreto em circunstâncias determinadas e condições adequadas.

Para Austin os enunciados são ações e com isto distingue entre enunciados constativos, porque dizem algo, e enunciados performativos (*performative utterances*), porque fazem algo. Ao realizar um enunciado performativo um falante não está apenas registrando um estado de coisas ou descrevendo uma ação, ele está realizando uma ação. O seu caráter de ação, e não apenas de descrição, confere aos enunciados performativos propriedades especiais e não podem simplesmente ser considerados como verdadeiros ou falsos. "Os performativos, além de ter propriedades externas diferenciadas, possuem condições especiais de emissão." (ESCANDELL, 2003, p. 49).

A partir da distinção entre enunciados constativos e performativos Austin elabora sua conhecida trilogia dos atos locutórios, ilocutórios e perlocutórios. Assim, os atos locutórios se realizam pelo simples fato de "dizer algo". Austin explica assim os atos locutórios: "Dizer algo é fazer algo, o que inclui o proferir certos ruídos, certas palavras em determinada construção e com um certo 'significado' e com certo sentido e referência determinados." (AUSTIN, 1990, p. 85).

Os atos ilocutórios, por sua vez, são simultaneamente a realização de um ato locutório, sem o qual não poderia existir. O ato ilocutório realiza-se ao dizer algo; há que verificar de que forma se usa o enunciado. Segundo Austin (1990, p. 88), "é muito diferente estarmos aconselhando ou sugerindo ou realmente ordenando ou procurando um sentido estrito ou só enunciando uma vaga intenção." O autor ainda esclarece o significado da realização de um ato ilocutório como sendo "a realização de um ato ao dizer algo em oposição à realização de um ato de dizer algo" (1990, p. 89).

Finalmente, os atos perlocutórios são explicados por Austin da seguinte forma:

> Ao dizer algo freqüentemente se produzirão certos efeitos ou conseqüências sobre os sentimentos, pensamentos ou ações dos ouvintes ou de quem está falando ou de outras pessoas. Isto pode ser feito com o propósito, intenção ou objetivo de produzir tais efeitos. Podemos dizer que o falante realizou um ato que pode ser descrito, fazendo ou não referência à realização do ato ilocutório. (AUSTIN, 1990, p. 89-90).

Convém lembrar que estes dois atos se realizam na prática de forma simultânea. Apenas suas propriedades são diferentes: o ato locutório possui significado; o ato ilocutório possui força; e o ato perlocutório consegue efeitos. As contribuições teóricas de Austin foram desenvolvidas por Searle (1980) na trilha aberta por aquele e desenvolveu a Teoria dos atos de fala.

5.1.1 A Teoria dos Atos de Fala e a publicidade

A estrutura teórica dos Atos de Fala inspirou Adam; Bonhomme (1997) na análise da retórica publicitária, exposta aqui. Adam considera que as três dimensões ou atos de fala aplicam-se à comunicação publicitária: a dimensão locutória seria a produção textual e icônica do discurso publicitário; a dimensão ilocutória seria a força persuasiva inscrita no anúncio; já a dimensão perlocutória se refere ao sucesso ou efeito do ato ilocutório, às reações do leitor persuadido que compra ou não o produto anunciado.

A estrutura pragmática do discurso publicitário pode ser esquematizada assim (ADAM; BONHOMME 1997, p. 33):

Ação verbal	Dimensão pragmática
Produzir uma mensagem.	Ato locucionário.
Que tenha força persuasiva.	Força ilocucionária: constativo explícito, diretivo mais ou menos implícito.
Aponta para compra de produto [ou serviço].	Efeito perlocucionário: Fazer crer, Fazer fazer.

Esses autores explicam que no nível locutório o discurso seria o texto e imagem. Já no nível ilocutório pode-se falar de dois objetivos, que se complementam: um descritivo e informativo, um ato conativo; e um objetivo argumentativo, incitativo. Neste caso, a comunicação seria informativa e persuasiva.

A publicidade, segundo Everaert-Desmedt (1984), considera que o caráter globalmente indireto da comunicação publicitária é dominado por atos ilocutórios diretivos geralmente implícitos. Este ato dissimula-se sob um ato constativo que pode ser descrito como :

> A publicidade faz uma série de constatações a propósito do produto e do consumidor (que o produto existe, que é novo, tem qualidades, o consumidor que o usa se satisfaz e quem não o usa ainda sente falta). O ato ilocutório

> dominante da maioria das publicidades é explicitamente constativo e implicitamente diretivo. (EVERAERT-DESMEDT, 1984, p. 126).

No ato perlocutório, o ato de comprar não é mais do que um efeito último e vem precedido de uma estratégia na qual se concentra toda a persuasão publicitária. Segundo Everaert-Desmendt (1984, p. 158, 184): "o ato ilocutório constativo associa-se a uma intenção perlocutória de tipo Fazer-Crer algo ao destinatário e o ato ilocutório diretivo a uma intenção perlocutória do tipo Fazer-Fazer algo".

A aplicabilidade da Teoria dos Atos de Fala para a publicidade parece bastante pertinente e consistente, mesmo porque as condições de aceitabilidade da mensagem publicitária decorrem da posibilidade de manipulação dos desejos mais profundos dos receptores, pois estes são tanto mais crédulos quanto o que é apresentado corresponde aos seus desejos conscientes ou inconscientes .

Adam; Bonhomme(1997) indagam sobre a forma em que o SABER sobre o produto se transforma em QUERER. Isto é possível porque os enunciados constativos suscitam a valorização do produto transformando-o em objeto de valor e do desejo de obtê-lo, que se acompanha de um desejo de identificação, o qual descansa sobre a valorização do sujeito mesmo, totalmente dependente da adquisição do Objeto.

Assim, podemos concluir que o discurso publicitário opera uma semantização que transforma um simples objeto em Objeto de valor. Passa-se de uma relação objetiva a uma relação simbólica. O objeto é carregado de valores referenciais de status ou prestígio que o esvaziam de substância, tal como explica Baudrillard (1968).

Com esses elementos teóricos pretende-se analisar alguns aspectos pragmáticos do discurso iurdiano, que possam responder a questões como: O que diz a IURD? Como diz? Para que diz? Estas indagações poderão ser respondidas pela Teoria dos Atos de Fala.

5.1.2 Atos de fala e discurso iurdiano

Neste tópico aplica-se a Teoria dos Atos de Fala de Austin aos textos selecionados para identificar os usos da linguagem como ações discursivas que, de acordo com este modelo teórico, correspondem ao discurso da IURD.

Atos locutórios

São os atos proposicionais, o que é efetivamente dito pelo emissor. Neste nível podemos indagar, numa primeira aproximação discursiva, o que diz a IURD? Fala sobre o quê? Num sentido mais geral fala sobre fé e religião, este é o âmbito discursivo. Num sentido mais específico afirma que pela fé podemos resolver nossos problemas de saúde, financeiros, de emprego, de falta de amor, familiares participando das reuniões na IURD. A seguir frases e orações típicas do discurso iurdiano no jornal *Folha Universal*:

> Quando a absorvemos (a fé) no nosso coração, nos tornamos potentes, fortes, invencíveis e inabaláveis diante de toda e qualquer circunstância.
>
> A fé é a certeza e o poder de Deus no nosso interior.
>
> [A fé] Faz com que nós sejamos fortes e poderosos.
>
> A fé destrói as dúvidas.
>
> (Ed. 617, coluna do bispo Macedo).

> Então o Espírito Santo deposita a fé que vai fazê-la vencedora.
>
> O segredo da fé é entregar-se e sacrificar-se.
>
> A fé que remove montanhas.
>
> (Ed. 614, coluna do bispo Macedo).

> A fé é um poder.
>
> A fé para vencer.
>
> (Ed. 605, coluna reportagem RJ).

O tema da fé é o conteúdo proposicional destas frases, mas é introduzida uma qualidade semântica diferente no conceito de fé, esta é também uma atividade, definida pelo uso de verbos, o que permite uma série de tipificações que dará significado e irá direcionar os vários tipos de ações desenvolvidos na instituição:

> Por isso ela [a fé] não pode ser teórica, mas colocada em prática [praticar a fé].
>
> (Ed. 633, coluna do bispo Macedo).

> Resolveu usar a fé [resolver, usar].
>
> Compreender o mecanismo da fé [compreender, funcionar].
>
> (Ed. 640, coluna reportagem BA).

> Não havendo exercício da fé, fica morna [exercitar, desaquecer].
>
> (Ed. 644, coluna do bispo Macedo).

> Ativar a fé, alimentando-a [ativar, alimentar].
>
> (Ed. 617, coluna do bispo Macedo).

> O Senhor Jesus nos prometeu uma vida abundante [prometer, ter].
>
> (Ed. 635, coluna do bispo Macedo).

> Para que as pessoas sejam verdadeiramente felizes [ser feliz].
>
> (Ed. 605, RJ).

> A situação dela e do marido começou a melhorar. Compraram um carro novo cada, um imóvel comercial novo e um apartamento [melhorar, comprar].
>
> O meu faturamento aumentou 20 vezes [faturar, aumentar].
>
> (Ed. 613, RJ).

> Quem almeja ter uma vida completa e receber uma visão de grandeza para seus negócios e sair da miséria precisa conhecer a Vigília dos 318 [almejar, ter, receber, sair da miséria, precisar, conhecer].
>
> [Participe] às 19h, [das palestras] ministradas pelo pr. Antônio Ferreira, durante as quais ele ensina como exercitar a fé para ter uma vida abundante [participar ou assistir, ministrar, ensinar, exercitar, ter].
>
> (Ed. 617, GO).

Atos ilocutórios

Existe uma relação direta entre atos locutórios e ilocutórios, pois estes assinalam um valor de ação intencional àqueles. A força ilocutória de uma proposição revela-se através da intencionalidade: o que pretende o emissor com o enunciado? Existe algo que se pretende seja reconhecido pelo receptor. A produção de sentidos depende, portanto, da interação comunicativa de emissor e receptor, dos conhecimentos prévios e compartilhados, de suas intenções. A força ilocutória dos enunciados repousa no que o emissor diz e na forma como diz; estes dois elementos são determinados pelos propósitos e intenções comunicacionais e se conjugam dinamicamente na enunciação.

Um discurso sempre tem um propósito, e com freqüência mais de um. O termo intenção, segundo Escandell (2003, p. 35), implica: idéias de direção, tendências, esforço de conseguir algo, que coloca de modo manifesto a consecução de determinado fim. E uma maneira mais segura de descobrir atuações para um determinado fim é analisar os usos lingüísticos, porque neles estão inscritos esses planos.[39]

No plano discursivo iurdiano estes elementos se conjugam nos intercâmbios entre a instituição e os participantes. Cada um destes participantes tem suas metas e produtos

[39] Hymes (1972 apud Casalmiglia; Tusón 2002) propõem distinguir entre metas e produtos e, em segundo lugar, entre finalidades globais (sociais e institucionais de um evento) e finalidades particulares.

específicos, cada participante tem um sonho, um desejo, um problema particular, e visto que o discurso iurdiano é produzido e centrado no receptor, é a partir dele que as interações se organizam, de outra forma seria ininteligível, os participantes reconhecem este discurso por que participam indiretamente da sua elaboração discursiva.

Esta característica está presente nas estratégias usadas no gênero publicitário, voltadas também para as necessidades do consumidor a quem se deseja alcançar. Isto poderia explicar a grande demanda por parte do público. Um dos propósitos mais freqüentes neste *corpus* são as muitas promessas; são feitas de forma indireta, mas a intencionalidade é de prometer resultados, para isto convida, aconselha, ordena, determina:

> Quem almeja ter uma vida completa e receber uma visão de grandeza para seus negócios e sair da miséria precisa conhecer a Vigília dos 318 [conheça e sairá da miséria].
>
> Às 19h,[palestras] ministradas pelo pr. Antônio Ferreira, durante as quais ele ensina como exercitar a fé para ter uma vida abundante [assista e terá uma vida abundante].
>
> (Ed. 617, GO, coluna reportagens).

> Então o Espírito Santo deposita a fé que vai fazê-la vencedora [participe e a fé o fará vencedor].
>
> (Ed. 614, coluna do bispo Macedo).

> (A fé) Faz com que nós sejamos fortes e poderosos [participando nos fará fortes e poderosos].
>
> Quando absorvemos (a fé) no nosso coração, nos tornamos potentes, fortes, invencíveis e inabaláveis diante de toda e qualquer circunstância [absorvendo a fé seremos fortes e poderosos...].
>
> (Ed. 617, coluna do bispo Macedo).

> Deus quer que sejamos Seus parceiros e aliados na realização dos nossos sonhos [Deus nos ajudará a realizar nossos sonhos].
>
> (Ed. 633, coluna do bispo Macedo).
>
> Participe do maior Congresso Empresarial do sul do país, todas as segundas-feiras. (Ed. 628, RS, coluna de reportagens).

Podemos fazer uma breve relação de atos ilocutórios e suas intenções nos exemplos aqui relacionados:

Aconselhar ===➔ participe você também.

Ordenar ===➔ visite a IURD.

Recomendar ===➔ faça você também.

Convidar ===➔ venha à IURD.

Prometer ===➔ você terá / irá conquistar / acontecerá.

Informar ===➔ as reuniões ocorrem no endereço... e nos dias...

Propor ===➔ se você tiver um alvo.

Garantir ===➔ Deus quer.

Atos perlocutórios

Sabemos que os atos perlocutórios são considerados os efeitos alcançados pela força ilocutória dos enunciados. Estes são as metas e finalidades, os propósitos que o emissor pretende conseguir através dos enunciados, o que somente ocorre se os receptores têm uma compreensão dos enunciados e os aceitam.

Isto significa que as ações discursivas em jogo configuram-se como interações sociodiscursivas compartilhadas entre emissor e receptores, e a eficácia discursiva iurdiana parece residir na coincidência de propósitos e objetivos entre ambos. Estes atos são realizados nas práticas discursivas tipificadas pela instituição através de ações desenvolvidas tanto nas reuniões nos templos como nos textos e publicações.

Os efeitos perlocutórios decorrem das intenções do emissor serem compreendidas e compartilhadas com os receptores. Estas podem ser identificadas nos textos como ações propostas e realizadas pelos participantes, isto quer dizer que o que está em jogo nas análises não é a veracidade das proposições, mas o uso da linguagem e seus resultados desejados nas ações realizadas pelos participantes, são as intenções inscritas nos textos como finalidade dos atos comunicativos realizados.

Adam; Bonhomme(1997, p. 34) afirmam que a crença se faz possível porque, ao ser manipulado o desejo do sujeito, tanto mais corresponde aos desejos profundos dele. Como se transforma o saber, o crer em querer? Isto ocorre porque os enunciados constativos suscitam uma valorização do produto, transformando assim um objeto de valor em desejo de obtê-lo. Ocorre aqui uma operação semântica que transforma um objeto em objeto de valor, estabelecendo uma relação simbólica.

O esforço perlocutório geral buscado é de alcançar persuadir os receptores, isto se define da seguinte maneira: o primeiro momento é o de Fazer Crer — o receptor deve aderir e aceitar as proposições enunciadas, depende da credibilidade que é assegurada aos enunciados. É evidente que simples enunciados são insuficientes para persuadir alguém sobre milagres. Aqui entra em cena uma diversidade de recursos discursivos retóricos que têm como função auxiliar no momento de adesão ao enunciado: são argumentos, exemplos, hipérboles, metáforas, estratégias de persuasão, detalhadas posteriormente. Este primeiro momento da persuasão depende basicamente da capacidade retórica do emissor.

O segundo momento é o de Fazer-Fazer, quando a força ilocutória dos enunciados é reconhecida e aceita e eles podem assim realizar os propósitos comunicativos dos participantes. Estes propósitos se realizam através de ações específicas reconhecidas por ambos participantes e com as quais estão de acordo. Estes propósitos são variados: levar o receptor a identificar problemas; aceitar resolvê-los na IURD; visitar um templo da IURD; participar das atividades tipificadas; contribuir financeiramente; tornar-se membro dizimista e contribuir regularmente; votar nos candidatos da IURD nas eleições partidárias.

Este segundo momento da persuasão não depende apenas da capacidade retórica do emissor, mas dos objetivos dos participantes, estes desejam e querem alcançar seus próprios objetivos práticos. Segundo Rank (2004) as pessoas desejam obter benefícios e apenas em função destes se dispõem a participar, mesmo sem importar que a outra parte ganhe com isso, desde que garanta a sua própria finalidade particular. Esta é também a lógica usada na propaganda e publicidade, as pessoas têm necessidades e desejos e querem até pagar para consegui-los.

As marcas textuais das intenções comunicativas podem ser conferidas nos atos ilocutórios. Existe um registro onde se podem inferir as intenções ilocutórias do discurso iurdiano, é uma reportagem de jornal onde é apresentada uma transcrição de diálogos do que seria uma reunião do bispo Macedo com os seus pastores, onde supostamente ensina como discursar nos cultos, orienta como conduzi-los e sobre a atitude que os pastores devem ter diante do público.

> Você tem que chegar e se impor. Tem que mostrar [ao fiel] que se quiser ajudar amém, se não quiser ajudar Deus vai arrumar outra pessoa a ajudar. Entendeu como é que é?
>
> Se não quiser que se dane. Ou dá ou desce.
>
> Você nunca pode ter vergonha. Peça, peça, peça. Quem quiser dá, quem não quiser não dá.

(*Folha de São Paulo*, 29 dez. 1995)

A seguir algumas formas discursivas que mostram, na forma de exemplos, alguns efeitos perlocutórios alcançados pelos fiéis e que são propagandeados :

> Lesley garante que a visão que recebeu na Vigília dos 318 ajudou-a a reconquistar tudo que havia perdido.
>
> Hoje estou liberta do orgulho, da insônia.
>
> Não tenho mais desejo de morrer e possuo uma confecção e uma loja.
>
> Quitei todas as dívidas, comprei um terreno para construir uma empresa maior.
>
> Conquistei o carro dos meus sonhos.
>
> Enfim, posso dizer que tenho uma vida abundante.
>
> (Ed. 617, GO, reportagem).

Os efeitos perlocutórios realizados por outros participantes são apresentados na forma de exemplos, particularmente na coluna de reportagens das atividades iurdianas. Esta é uma estratégia muito usada na propaganda publicitária, oferece a oportunidade de estabelecer comparações para que o receptor possa avaliar as possibilidades de obtenção de benefícios semelhantes aos alcançados por outros e que ele mesmo deseja ou é convidado a ter, o propósito é de chamar a atenção sobre algo, despertar interesse:

> [Manchete:] Empresária coleciona vitórias.
>
> A situação dela e do marido começou a melhorar. Compraram um carro novo cada, um imóvel comercial novo e um apartamento.
>
> Hoje coleciono prêmios como o Tesoura de Ouro — que já ganhei três.
>
> O meu faturamento aumentou 20 vezes.
>
> Hoje, meu salão recebe uma média de cem clientes por dia — comemora.
>
> Mas depois que passou a ser fiel, participando dos propósitos, ganhou viagens para o exterior e fez cursos na Europa.
>
> (Ed. 613, RJ, reportagem).
>
> Um carro completo zero quilômetro, um apartamento quitado e o pagamento de todas as suas dívidas: essas são algumas das muitas conquistas de Ricardo Lopes Moraes.
>
> (Ed. 643, AM, reportagem).
>
> Descobriu o segredo da prosperidade.
>
> Teve sua vida financeira totalmente restaurada.
>
> A prosperidade é notória na minha vida.
>
> (Ed. 600, SC, reportagem).

A seção de reportagens no jornal *Folha Universal* está dedicada a mostrar exemplos e ilustrar o que outras pessoas alcançaram na IURD, e a convidar a participar. Na prática quer mostrar que a freqüência aos cultos e reuniões da IURD implica obter benefícios materiais e utiliza isso como argumento persuasivo para obter a adesão dos receptores; esta é a mesma lógica argumentativa dos anúncios publicitários: "veja como fulano conseguiu". Esta é uma forma de apresentar os efeitos perlocutórios desejados pelo emissor. O conteúdo comunicativo dos anúncios publicitários, de informar e persuadir, é o mesmo destas reportagens.

Um aspecto semântico importante na demonstração dos efeitos perlocutórios é mostrar como era a situação antes e depois, tal como ocorre nos anúncios; este é o eixo temporal, mostra como era a situação no passado contrastando-a com a do presente e apresentando-a em conseqüência como vantajosa:

> A vida financeira estava totalmente destruída.
> Minha vida financeira foi transformada. Hoje, minha empresa é próspera.
>
> (Ed. 643, AM, reportagem).

> Jaqueline, 22 anos, viveu dias de angústia ao descobrir que estava com três tumores malignos.
> Foram meses horríveis porque ela gritava de dor.
> Quem passava na rua em frente a nossa casa ouvia os gritos dela.
> Mas hoje estou livre, curada e feliz, para a glória do meu Senhor.
> Digo às pessoas que estão passando pelo que passei que creiam em Jesus de todo coração, pois Ele pode tudo — completou Jaqueline.
>
> (Ed. 640, BA, reportagem).

> Elizabete sofria de depressão.
> Elizabete voltou a ter prazer em viver, dedicou-se com afinco à vida acadêmica, graduou-se em Farmácia Bioquímica pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), fez mestrado e doutorado em Saúde Pública na Universidade de São Paulo (USP), é proprietária de um carro importado, tem um apartamento em um ótimo bairro de Salvador e vive feliz também na vida sentimental.
>
> (Ed. 602, BA, reportagem).

> Lesley sempre teve uma vida abundante e, de repente, perdeu tudo.
> Lesley garante que a visão que recebeu na Vigiília dos 318 ajudou-a a reconquistar tudo que havia perdido.
>
> (Ed. 617, GO, reportagem).

O contraste temporal ontem–hoje é muito usado, pois mostra mudanças e hoje possui os ganhos e benefícios prometidos como recompensas: "[Hoje] A prosperidade é notória na minha vida." (Ed. 600, SC, reportagem).

Um tópico interessante é o referente aos efeitos perlocutórios dos testemunhos dos que conseguem quitar suas dívidas:

> As dívidas de Ricardo Lópes Moraes ultrapassavam R$ 80 mil Reais.
> (Ed. 643, AM, reportagem).

> Carlos Calé Mathias tinha uma dívida de $ 1.500.000,00 (Um milhão e meio de dólares).
> (Ed.633, PR, reportagem).

> Paulo de Oliveira Brito estava com uma dívida de R$ 55 mil Reais.
> (Ed. 633, BA, reportagem).

> A empresária Celina Laurindo Soares, quando começou a participar dos encontros [na IURD] tinha uma dívida de R$ 600 mil reais.
> (Ed.609, TM, reportagem).

> Nélbia Cristina de Oliveira Silva Gomes tinha uma dívida de quase R$ 60 mil Reais.
> (Ed.614, MG, reportagem).

> Cleusa Davi Rodrigues chegou a ter uma dívida de R$ 298 mil Reais.
> (Ed. 614, SC, reportagem).

> Jeferso Fusaro tinha uma dívida de R$ 40 mil Reais e o nome sujo na praça.
> (Ed. 614, PR, reportagem).

> A empresária Lídia Riba de Masi devia nos bancos R$ 60 mil Reais.
> (Ed.618, PR, reportagem).

Em todos esses exemplos se afirma que os participantes resolveram o problema financeiro. Além de ser um ato perlocutório, serve ao mesmo tempo como promessa para outros participantes. O tempo futuro é o tempo de realização das promessas, se o receptor segue hoje os exemplos apresentados nas reportagens. Esta estratégia é muito usada na publicidade.

5.2 Argumentação

Neste tópico se abordam vários tipos de argumentos usados no discurso iurdiano. Pretende-se verificar quais são os tipos mais utilizados e como são usados estes argumentos na sua função retórica persuasiva. São apresentados aqui apenas alguns tipos de argumentos mais usados, no

caso, os hipotético-dedutivos — os *Modus Ponens* e *Modus Tollens*; como também os argumentos informais ou falácias; argumentação por exemplos e por analogia.[40]

Tanto Perelman (2002) quanto Adam; Bonhomme (1997) analisam o gênero publicitário, ambos discutem o problema retórico de convencer e de persuadir. Adam frisa o caráter mais retórico do que argumentativo da publicidade, retomando a distinção capital de Perelman quando este "chama de persuasiva a uma argumentação que não pretende ser válida apenas para um público particular e chama de convincente a que se propõe a adesão de todo e qualquer ser racional".(p.31)

Esta questão reintroduz o problema da veracidade dos enunciados. Na publicidade a preocupação é apenas com o verossímil, posto que dirigida para um público apenas particular, para o qual se dirige e a quem pretende persuadir, usando para isto diversos recursos retóricos, sendo suficiente pensá-los em termos de persuasão e ação, compra e consumo, em lugar de convencimento e inteligência.

Este público ao qual é dirigida de forma particular a mensagem em termos das suas necessidades e desejos, e somente para o qual a veracidade ou não dos argumentos será secundária, é o ponto de encontro entre a estrutura retórica usada na IURD e a utilizada na publicidade. Em ambos os casos, é o público que busca a satisfação de desejos e necessidades que confere veracidade ao texto discursivo.

5.2.1 Argumentação formal hipotético-dedutiva, segundo os *Modus Ponens* e *Modus Tollens*

Os argumentos dedutivos são corretamente válidos apenas quando a veracidade das suas premissas garante a veracidade de suas conclusões. Logo, os argumentos dedutivos oferecem certeza se suas premissas também forem certas. Os exemplos de raciocínio dedutivo desenvolvido nos textos iurdianos mostram que as premissas usadas nem sempre são válidas. Parece que a função discursiva deste tipo de raciocínio é de auxiliar a organizar a expressão de argumentos que reforçam as estratégias de persuasão. Foram encontrados no *corpus* analisado, em todos os textos, exemplos de argumento hipotético-dedutivo, com uma predominância do *Modus Ponens*, em torno de 70%.

---

[40] A argumentação pode ser dividida em formal e informal. Na argumentação formal existem vários tipos de argumentos dedutivos que não foram considerados neste trabalho, entre eles o Silogismo hipotético; o Silogismo disjuntivo; o Dilema; a Redução ao absurdo. Aqui foram usados somente os *Modus Ponens* e *Tollens*, apenas como ilustração de um tipo de argumentação formal. (Ver Weston, 2004)

Argumentos na forma Modus Ponens

(p)	Se uma pessoa se entrega 100% nas mãos de Deus	p → q
(q)	então Ele pode fazer uma pessoa nova.	p
(p)	Na IURD nos entregamos 100% nas mãos d´Ele.	_____
(q)	Na IURD Ele [Deus] pode fazer a pessoa nova.	q

(Ed. 614, coluna bispo Macedo).

(p)	Se seguimos os conselhos de Deus,	p → q
(q)	então, prosperamos, somos felizes, temos família tranqüila, segura, saúde e tudo aquilo que Deus criou.	p
(p)	Na IURD seguimos os conselhos de Deus.	_____
(q)	Na IURD somos prósperos, felizes, temos famílias tranqüilas, seguras, saudáveis e tudo aquilo que Deus criou.	q

(Ed. 629, coluna bispo Macedo).

(p)	Se a formiga trabalha duro	p → q
(q)	por isso ela vence todos os obstáculos.	p
(p)	Na IURD se trabalha duro	_____
(q)	por isso a IURD vence todos os obstáculos.	q

(Ed. 633, coluna bispo Macedo).

(p)	Se você já participa da Fogueira Santa	p → q
(q)	então torne-se dizimista e suas vitórias se multiplicarão.	p
(p)	Elza participou da Fogueira Santa e obteve vitórias.	_____
(q)	Mas depois que se tornou dizimista as vitórias se multiplicaram.	q

(Ed. 613, RJ, reportagem).

(p)	Lesley participou da Vigília dos 318 na IURD	p → q
(q)	pois Lesley tinha perdido seus bens e os recuperou.	p
(p)	Você precisa conhecer a Vigília dos 318 na IURD	_____
(q)	Se você perdeu seus bens e está sofrendo.	q

(Ed. 617 GO reportagem).

(p)	Se você passa por problemas de saúde como eu passei,	p → q
(q)	então creia em Jesus e participe da Fogueira Santa e tenha	p

cura.

(p) Eu estava com câncer e desenganada pelos médicos,	_____
(q) minha mãe participou da Fogueira Santa e hoje eu estou livre, curada e feliz.	q

(Ed. 640, BA, reportagem).

(p) Se o Senhor Jesus é o advogado,	p → q
(q) então você pode apelar para Ele porque nunca perdeu uma causa.	p
(p) Na IURD nosso advogado é o Senhor Jesus.	_____
(q) Por isso nós não perdemos uma causa.	q

(Ed. 649, SP, reportagem).

Argumentos na forma Modus Tollens

(p) Se Deus usou da palavra para criar o mundo	p → q
(q) então essa mesma palavra que a IURD anuncia para dar origem a uma vida abençoada.	¬q
(~q) Se você não tem uma vida abençoada	_____
(~p) então você não está usando a palavra criadora de Deus.	¬p

(Ed. 605, coluna bispo Macedo).

(p) Se muitas pessoas estão cheias de dúvidas	p → q
(q) muitas pessoas estão sofrendo.	¬q
(~q) Na IURD as pessoas não estão sofrendo	_____
(~p) Na IURD as pessoas não têm dúvidas.	¬p

(p) Na IURD somos sócios de Deus e temos compromisso com Ele	p → q
(q) Na IURD ocorre transformação de vidas.	¬q
(~q) Por isso não há uma transformação em suas vidas.	_____
(~p) Muitos convertidos ao Evangelho não são sócios de Deus e nem tem compromisso com Ele.	¬p

(Ed. 649, coluna bispo Macedo).

(p) Se milhares de pessoas, com dificuldades econômicas aspiram à estabilidade econômica,	p → q
(q) então participam das palestras para alcançar sucesso financeiro e profissional na IURD	¬q

(~q) Você que não tem sucesso financeiro e profissional	_____
(~p) Você não está fazendo como milhares de pessoas que aspiram à estabilidade econômica.	¬p

(Ed. 629, BA, reportagem)

(p) Se Ricardo era evangélico (de outra igreja)	p → q
(q) e obtinha resultados negativos.	¬q
(~q) Agora não obtém resultados negativos	_____
(~p) Ricardo não é mais evangélico (agora está na IURD).	¬p

(Ed. 643, AM, reportagem)

5.2.2 Argumentação por analogia

A argumentação por analogia, ao invés de se apoiar numa multiplicidade de exemplos que sustentem uma generalização, discorre de um caso ou exemplo específico para outro, argumentando que devido às semelhanças em alguns aspectos também serão semelhantes noutro mais específico (Weston, 2004, p. 47). Este tipo de argumento é usado com muita freqüência nos textos iurdianos, para tornar exemplos como se fossem relevantes:

> Isso aconteceu com todos os profetas nos momentos de angústias, e deve estar acontecendo com você, conforme aconteceu comigo. (Ed. 592, coluna do bispo Macedo).

Toma exemplos específicos de uma área, a da saúde, e os aplica a problemas das pessoas como se fossem semelhantes:

> A dúvida é como um vírus mortal, e se não houver um remédio forte para combatê-la, ele se alastra e leva a pessoa à morte. (Ed. 617, coluna do bispo Macedo).

Trata como semelhantes duas realidades diferentes:

> Assim como marido e mulher, que no ato sexual se tornam uma só carne, o Senhor quer entrar em você para que se torne uma nova criatura. (Ed. 649, coluna do bispo Macedo).

Deus criou o mundo através da palavra e esta seria a mesma que a IURD usa e anuncia:

> É ela que nós anunciamos nas rádios, nas TVs, no jornal e nas igrejas para trazer à existência as coisas que não existem na sua vida. (Ed. 605, coluna do bispo Macedo).

Toma o exemplo específico de Rosa e sugere que todos os que participam das reuniões da IURD serão bem sucedidos, como se fossem situações semelhantes para trabalhadores, desempregados e empresários. (Ed. 600, SC, coluna reportagem).

Referindo-se a uma personagem do Antigo Testamento, que pediu a Deus para ter um filho e foi atendida, trata diferentes exemplos como semelhantes.

> Da mesma forma, hoje, milhares de pessoas em todo o mundo têm a oportunidade de viverem a mesma experiência de Ana. (Ed. 638, RJ, coluna reportagem).

5.2.3 Argumentação por exemplos

O uso de argumentos por exemplos foi encontrado praticamente em todos os textos analisados. Este tipo de argumento é um dos mais primários que existem no nível retórico. Possibilita exercícios de comparação entre modelos propostos. As operações mais freqüentes deste tipo são, em primeiro lugar, o uso de exemplos Bíblicos e, em seguida, os testemunhos dos fiéis, apresentados como a confirmação dos resultados desejados pelos participantes.

A Universal desenvolveu um certo tipo de comparação entre fatos e personagens do Antigo e Novo Testamento que lhe permite uma riqueza e variedade de usos quase que inesgotável de exemplos. Estes modelos e protótipos bíblicos são estabelecidos discursivamente para que os participantes imitem seus gestos e atos, como promessa de cumprimento para a obtenção de benefícios desejados. Dessa forma, faz-se uma releitura bíblica na perspectiva de curas, milagres, benefícios e prosperidade, num tipo de raciocínio causa e efeito, de sucessão temporal: assim como aconteceu no passado "acontecerá hoje com você".

O segundo tipo de comparações são com os testemunhos, amplamente usados nas reportagens (no caso do *corpus* estudado, mas os testemunhos são também bastante explorados durante os

cultos e principalmente na propaganda de rádio e TV), os quais são espécies de atualizações dos milagres do passado realizados nos dias de hoje na IURD.

> Isso aconteceu com todos os profetas nos momentos de angústias, e deve estar acontecendo com você, conforme aconteceu comigo várias vezes.
>
> (Ed. 592, coluna do bispo Macedo).

> No Novo Testamento apenas cinco pessoas fizeram votos a Deus: Jacó, Jefté, Ana, Absalão e Davi e conquistaram seus desejos. Hoje através da Fogueira santa milhares de pessoas terão a mesma oportunidade [de fazer votos a Deus e assim obter seus desejos].
>
> (Ed. 638, RJ, reportagem).

> Abraão foi obediente ao sacrificar a sua vida e os seus bens, saindo da sua terra em obediência a Deus.
>
> (Ed. 614, coluna do bispo Macedo).

> O empresário Ricardo estava endividado e agora tem um carro completo zero quilômetro, um apartamento quitado e o pagamento de todas as suas dívidas: essas são algumas das muitas conquistas.
>
> (Ed. 643, AM, reportagem).

> A Jaqueline de 22 anos, tinha três tumores e ficou curada de câncer.
>
> (Ed.640, BA, reportagem).

> A empresária Rosa, estava com duas empresas falidas e se recuperou.
>
> (Ed. 600, SC, reportagem).

> Elizabete vivia com depressão e ficou curada, conseguiu fazer mestrado e doutorado em saúde pública, tem carro importado, um apartamento em ótimo bairro, está bem na vida sentimental.
>
> (Ed. 602, BA, reportagem).

> Lesley tinha uma vida abundante e de repente perdeu tudo, depois na IURD: quitei todas as dívidas, comprei um terreno para construir uma empresa maior, conquistei o carro dos meus sonhos, enfim, posso dizer que tenho uma vida abundante.
>
> (Ed. 617, GO, reportagem).

> A empresária [cabeleireira] Elza participando da IURD, a situação dela e do marido começou a melhorar. Compraram um carro novo cada, um imóvel comercial novo e um apartamento. [...] Hoje coleciono prêmios.
>
> (Ed.613, RJ, reportagem).

5.2.4 Falácias

Os argumentos informais são bastante freqüentes no cotidiano, são empregados diversos recursos de persuasão, e entre eles, argumentos do tipo conhecido como falácias. Segundo Copi (1968, p. 73), a palavra falácia é usada de várias maneiras. Um uso corrente e correto é a de qualquer idéia equivocada ou falsa crença. Mas os estudiosos da Lógica usam essa palavra no sentido mais técnico e restrito de erro no raciocínio ou na argumentação.

Copi define a falácia como: "um tipo de raciocínio incorreto" (1968, p. 73). Embora incorretos, estes raciocínios podem ser psicologicamente persuasivos, daí que a importância do estudo das falácias reside na compreensão da sua utilidade persuasiva. E por este motivo será de muita utilidade como instrumento de análise neste trabalho.

O mesmo autor considera útil agrupar o estudo das falácias em formais e não formais. As falácias não formais são falhas de raciocínio; as pessoas em geral caem em erro por falta de atenção ao tema ou pela ilusão de ambigüidade na linguagem usada na elaboração dos argumentos. Podem ser divididas em falácias de relevância e falácias de ambigüidade.

Nos raciocínios usados nas falácias de relevância é comum suas premissas serem logicamente irrelevantes para as conclusões que oferecem e seriam incapazes de estabelecer a verdade dessas conclusões. Explica Copi que "esta irrelevância é lógica e não psicológica", porque se não houvesse nenhuma conexão do tipo lógico, não haveria efeito persuasivo. Por este motivo, "o fato da relevância psicológica poder ser confundida com a relevância lógica se explica pelo fato da linguagem poder ser utilizada tanto expressiva como informativamente para estimular emoções, tais como o medo, a hostilidade, a compaixão, o entusiasmo ou reverência." (COPI, 1968, p. 74).

O raciocínio falacioso apela a considerações não racionais para fundamentar suas conclusões, tais como: "A autoridade, as crenças infundadas, constatações empíricas eventuais, a opinião da maioria, as comparações infundadas, o medo, a pressão, as artimanhas psicológicas, artimanhas lingüísticas, a onipotência dos ídolos e dos líderes, etc." (NARHA; WEBER, 1997, p. 135).

Os argumentos falaciosos são extremamente perniciosos, proliferam nos discursos de muitos políticos e principalmente na publicidade, tanto quanto na vida cotidiana. Segundo Nahar & Weber (1997, p. 137), "quanto mais subliminares forem, os argumentos falaciosos, maior é a força de convencimento e sedutor ele se torna." Em síntese, os argumentos falaciosos possuem estas principais características:

a) possuem premissas falsas ou erradas;

b) estão baseados em crenças não racionais, isto é, no senso comum;

c) têm força persuasiva porque apelam para a subjetividade do receptor.

Na amostra estudada de 30 textos selecionados das colunas do bispo Macedo e reportagens, 15 textos de cada uma, foi encontrado um total de 181 falácias, com uma variedade de 22 tipos diferentes. Considerando-se que estes são pequenos textos, conclui-se que do ponto de vista argumentativo a estrutura do discurso iurdiano é falacioso em termos retóricos, e seu uso intensivo visa obter resultados persuasivos.

Estes foram os tipos de falácias encontrados, com o respectivo número de ocorrências:

1)	Autoridade	25
2)	Falsa causa	23
3)	*Non sequitur*	18
4)	Generalização	14
5)	Ambigüidade	14
6)	Falso dilema	14
7)	Eufemismo	12
8)	Alternativas esquecidas	10
9)	*Dicto simplicer*	09
10)	Linguagem emotiva	08
11)	Prova suprimida	05
12)	Afirmação do conseqüente	05
13)	Divisão	04
14)	Pista falsa	04
15)	*Ad populum*	03
16)	Desqualificação da fonte	03

17)	*Post hoc*	03
18)	Generalização apressada	02
19)	Falsa analogia	02
20)	Composição	01
21)	Petição de princípio	01
22)	Provincianismo	01
	Total de falácias	**181**

Exemplos de falácias usadas por tipos

Apresentam-se exemplos de falácias extraídos dos textos selecionados. Incluem comentários do autor entre parênteses.

1) Autoridade

São falácias que para reforçar sua argumentação recorrem a uma autoridade na qual pretendem basear sua validade e fundamento (Copi, 1968, p. 81). Este é o tipo usado com mais freqüência no discurso iurdiano:

> Amigo leitor, o Senhor [Deus] quer ter compromisso com você! [Usa o nome de Deus como fonte de autoridade, fala em nome de Deus.]
>
> (Ed. 649, coluna bispo Macedo).

> O meu Pai criou toda essa grandeza, toda essa glória, usando apenas a Sua Palavra! Ele não usou as mãos para criar o homem nem os animais, nem a Terra; tudo fez usando apenas a Sua Palavra, e essa mesma Palavra está nos nossos lábios para criar uma vida nova. É ela que nós anunciamos nas rádios, nas TVs, no jornal e nas igrejas para trazer à existência as coisas que não existem na sua vida. [Macedo invoca a mesma palavra de Deus, portanto, tem sua autoridade.]
>
> (Ed. 605, coluna bispo Macedo).

> Não demorou muito para Ricardo receber o sinal de Deus. Um dia, depois de ter clamado a Ele, o empresário ouviu na rádio Você FM que o Centro de Ajuda Coletiva na cidade estava realizando uma reunião especial para todos os líderes de outras denominações evangélicas que estavam passando por dificuldades. [Deus falou diretamente pela rádio da Universa].
>
> (Ed. 643, AM, reportagem).

2) Falsa causa

Expressão genérica para uma falácia questionável sobre causa e efeito, pois não leva em conta que os fatos correlacionados não estão necessariamente relacionados; fatos correlacionados podem ter uma causa comum; qualquer dos dois fatos correlacionados pode causar o outro, ainda que as causas possam ser complexas. Portanto é importante verificar a argumentação causal oferecida aqui. (WESTON, 2004, p. 129)

> Os momentos mais angustiosos, quando nos revoltamos com a situação de injustiça que estamos vivendo, é que Deus Se manifesta e faz justiça. [Explica-se que nossa revolta obriga Deus a nos fazer justiça.]
>
> (Ed. 592, coluna do bispo Macedo).

> Ser abençoado depende de cada um de nós. Se fizermos a nossa parte, Jesus fará a dEle. [A causa da benção depende de nós.]
>
> (Ed. 605, coluna do bispo Macedo).

> A fé é um poder, existe e está dentro de você. É a fé que faz vencer os obstáculos e encontrar a solução para os seus problemas. O resultado da fé é a felicidade! Mas, isso só acontece quando você se despoja de tudo para entrar no Reino de Deus, frisou. [A felicidade e solução dos problemas dependem da fé, mas a fé depende de despojar-se de tudo.]
>
> (Ed. 605, RJ, reportagem).

3) *Non sequitur*

Esta falácia ocorre quando se extrai uma conclusão que "não procede", que não é uma inferência razoável de uma prova. Em geral é um mau argumento (WESTON, 2004, p. 131).

> O cristão é discriminado no trabalho, é motivo de risos entre os seus companheiros, amigos e até vizinhos, que chamam-no de fanático, enfim, por toda a sociedade que não tem nada com Deus. [Ocorre que a grande maioria da população é cristã, não é minoria como dá a entender.]
>
> (Ed. 644, coluna do bispo Macedo).

> Faça a sua parte, e Deus fará a d'Ele. Porém, se você não cumpre a sua parte, Ele fica desobrigado de fazer a d'Ele. [Como provar que Deus se desobriga em relação a alguém?]
>
> (Ed. 633, coluna do bispo Macedo).

> Jesus ensina-nos que a nossa palavra seja sim ou não; o que vier após isto é do maligno. Ora, então, não podemos ter dúvida e tampouco deixá-la crescer e desenvolver-se no nosso coração. [Não tem nada a ver com dizer sim ou não.]
>
> (Ed. 617, coluna do bispo Macedo).

4) Generalização

Esta falácia revela um dos erros mais comuns; consiste em extrair conclusões de uma amostra muito pequena, é a generalização a partir de uma informação incompleta; uma causa, por exemplo, nem sempre é válida para outras causas, pois outras causas também podem ser prováveis (WESTON, 2004, p. 124).

> Isso aconteceu com todos os profetas nos momentos de angústia e deve estar acontecendo com você.
>
> (Ed. 592, coluna do bispo Macedo).

> Muitos se dizem convertidos ao Evangelho, mas não usam a sua capacidade de raciocínio. [...] Não são Seus sócios nem tampouco têm um compromisso com Ele. E por isso não há uma transformação em suas vidas. [Com base em que exemplos representativos afirma isto?]
>
> (Ed. 649, coluna do bispo Macedo).

> E decide fazer um voto. As vitórias de Elza multiplicaram-se a partir do momento em que começou a participar da Fogueira Santa de Israel. [Generaliza-se a partir de um exemplo; que todos os que participarem obterão os mesmos resultados.]
>
> (Ed. 613, RJ, reportagem).

> Ricardo conta que a partir do momento que ele se definiu e teve certeza de que precisava de uma ajuda maior, sua vida foi transformada. Atualmente como dizimista, Ricardo sabe que todo o sacrifício que fez valeu a pena. [Generaliza-se a partir de um exemplo, todos os que se definirem obterão bons resultados.]
>
> (Ed. 643, AM, reportagem).

5) Ambigüidade

Este tipo de falácia utiliza palavras em mais de um sentido (o que provoca a ambigüidade) (WESTON, 2004, p. 129).

> Se nós nos oferecemos para Deus 100%, então Ele vem sobre nós e faz o milagre acontecer" [100% de quê? Que milagre?]
>
> (Ed. 649, coluna do bispo Macedo).

> Ricardo sabe que todo o sacrifício que fez valeu a pena. [A expressão "sacrifício" significa o quê? As ofertas financeiras entregues?]
>
> (Ed. 643, AM, reportagem).

> Palestras pela vida financeira que acontecem no Centro Coletivo de Ajuda de Florianópolis. [Substituição de cultos por palestras.]
>
> (Ed. 600, SC, reportagem).

6) Falso dilema

Redução das alternativas possíveis que se analisam a duas opostas, criando um dilema para a pessoa. Esta falácia é conhecida também por **"falácia do ultimato**", segundo a definição proposta por Nahra & Weber (1997, p. 155-156).

> A fé das pessoas fracassadas tem sido separada da inteligência que dá suporte à fé qualitativa. [Fé fracassada ou fé qualitativa.]
>
> (Ed. 590, coluna do bispo Macedo).

> A vida na terra é guerra: ou você vence ou é vencido.
>
> (Ed.645, coluna bispo Macedo).

> Ser sócio é ter um compromisso com Deus ou não ter transformação da vida. [Sobre ser ou não ser sócio de Deus.]
>
> (Ed. 649, coluna bispo Macedo).

7) Eufemismo

Esta é uma variedade de falácia de ambigüidade. A falácia do eufemismo ocorre quando se expressa de forma diferente o que é igual, ou seja, ocorre troca de palavras na tentativa de descaracterizar seu significado original por outro mais valorizado retoricamente (NAHRA; WEBER, 1997, p. 161).

> Empresária coleciona vitórias [manchete]: Elza, que é cabeleireira, era dona de um salão de beleza. Resolveu então participar das Reuniões dos 318 Pastores, destinadas às pessoas que desejam alcançar a prosperidade. "Hoje, temos três terrenos, quatro apartamentos, dois carros, minha empresa vai muito bem." [Substitui cabeleireira por empresária.]
>
> (Ed. 613, RJ, reportagem).

> O segredo para alcançar a fé é entregar-se, é sacrificar-se. [Entregar-se como? sacrificar o quê? Uso ambíguo e expressão eufemística que substitui a entrega das ofertas e dízimos, forma mais aceitável.]
>
> (Ed.614, coluna bispo Macedo).

> O palestrante ressaltou ainda que só é possível ter uma vida de qualidade através da fé. [Vida de qualidade não significa só vida material.]
>
> (Ed. 605, RJ, reportagem).

8) Alternativas esquecidas

Quando se dá uma explicação sem examinar outras alternativas, esquecidas em função de provar exclusivamente uma única (WESTON, 1997, p. 125).

> Você só vai ter riqueza e honra com Jesus. [Nem sempre ocorre.]

> A bênção na sua vida só depende de você. [Deus pode dar a quem quer?]
>
> Se fizermos a nossa parte, Jesus fará a dEle. [E se Ele quiser dar sem a pessoa pedir?]
>
> Ser abençoado depende de cada um de nós.
>
> (Ed.605, coluna do bispo Macedo).

> Amigo leitor você que já foi a várias religiões e fez tantas rezas, praticou tantos ritos e obedeceu todas as imposições religiosas, mas ainda continua vivendo à míngua, há uma solução para sua vida: conhecer o Deus vivo e fazer uma aliança com Ele. [Podem existir outras razões para estar a míngua além das religiosas.]
>
> (Ed.599 coluna do bispo Macedo)

> [A fé foi depositada em nós] para que venhamos fazer uso dela como única arma contra o mal. [Existem outras armas contra o mal.]
>
> (Ed.633, coluna do bispo Macedo).

9) *Dicto simpliciter*

Esta falácia ocorre quando se toma um enunciado de regra que possui exceções como se fosse verdadeiro sem exceções. O quantificador que expressa esta regra é o "todos", que pode estar explícito ou oculto na premissa. (NAHRA; WEBER, 1997, p. 148).

> Quando seguimos os conselhos de Deus, prosperamos, nos tornamos felizes, temos uma família tranqüila, segura, com saúde e tudo aquilo que Deus criou. [Todos sem exceção?]
>
> (Ed. 629, coluna bispo Macedo).

> A dúvida é a causadora de todos os problemas do homem.
>
> Ela [a fé] é a responsável por todas as nossas conquistas.
>
> [Não existe exceção ?]
>
> (Ed. 617, coluna do bispo Macedo).

> É a fé que faz vencer [todos] os obstáculos e encontrar a solução para [todos] os seus problemas.
>
> Mas, isso só acontece quando você se despoja de tudo para entrar no Reino de Deus.
>
> (Ed. 605, RJ, reportagem).

> A vontade de Deus é que todos os seus filhos sejam bem-sucedidos.
>
> (Ed. 629, BA, reportagem).

> Só é possível ter uma vida de qualidade através da fé. [Existem pessoas que não têm fé e levam uma vida de qualidade.]
>
> (Ed.605, TF, reportagem).

10) Linguagem emotiva

Usa-se a linguagem emotiva com o objetivo de influenciar as emoções do receptor, seja a favor ou contra as opiniões em discussão (WESTON, 2004, p. 26).

> Jesus tem uma palavra para você, meu amigo e minha amiga, que está angustiado, caído, prostrado, desgraçado; para você, que vive uma vida de miséria.
>
> (Ed. 605, coluna do bispo Macedo).

> Jaqueline, 22 anos, viveu dias de angústia ao descobrir que estava com três tumores malignos. "Foram meses horríveis porque ela gritava de dor. Quem passava na rua em frente a nossa casa ouvia os gritos dela. Foi triste ver minha filha tão magra e com odores ruins. Jaqueline lembra que sentia dores atrozes e muita tristeza. "Toda hora eu molhava o rosto para sentir alívio, mas as dores continuavam. Sentia tanta tristeza, chorava, não conseguia dormir por causa das dores."
>
> (Ed. 640, BA, reportagem).

> É justo crer em Deus e viver triste, amargurado, humilhado, rejeitado, na miséria?
>
> (Ed. 649, SP, reportagem).

11) Prova suprimida

Apresentar apenas uma parte de um conjunto de dados que apóiem uma afirmação, ocultando os que a contradizem (WESTON, 2004, p. 134).

> Onde está essa prosperidade, a vida abundante, os direitos que o Senhor nos dá garantidos na Sua Palavra? Isso aconteceu com todos os profetas nos momentos de angústias, e deve estar acontecendo com você, conforme aconteceu comigo várias vezes. [Os profetas clamavam pedindo justiça.]
>
> (Ed.592, coluna do bispo Macedo).

> Se eu roubei, como dizem os meus acusadores, era para eu estar na cadeia. Eu já fui até preso, me fizeram várias acusações, mas estou livre porque nada puderam provar. [A prova apresentada é o fato de estar livre.]
>
> (Ed.629, coluna do bispo Macedo).

> O bispo Edir Macedo chegou a ser preso por pregar a Palavra de Deus. [Os motivos alegados para a prisão não fora esses.]
>
> (Ed.639, TM, reportagem).

12) Afirmação do conseqüente

Esta é uma falácia de tipo dedutivo cujas premissas podem ser verdadeiras mas as conclusões falsas, pois os motivos apresentados podem ser outros e existir outras alternativas (WESTON, 2004, p. 128).

> A artesã Maria Aparecida é testemunha desta fé (na IURD) em sua vida e conseqüentemente, em seu lar e casamento, hoje, abençoado.
>
> (Ed. 605, RJ, reportagem).

> Suely se tornou próspera por que se tornou dizimista. (
>
> Ed. 613, RJ, reportagem).

> Se você quer ser vitorioso, participe das reuniões da IURD.
>
> (Ed.629, BA, reportagem).

13) Divisão

É um argumento onde se assume que as partes de um todo devem possuir as qualidades desse todo (WESTON, 2004, p. 130).

> As palestras [sobre prosperidade] direcionadas a empresários, trabalhadores em geral e desempregados acontecem todas as segundas-feiras, às 18h, com o palestrante pr. Ricardo Medeiros, e em especial às 20h, com o palestrante estadual pr. Alexandre Mendes. [Um mesmo discurso funciona ao mesmo tempo para empresário, empregado e desempregado.]
>
> (Ed. 600, SC, reportagem).

> Quando é que a pessoa desrespeita Deus? Quando sobe no altar e realiza um sacrifício imperfeito [ofertas insuficientes]. [Considera o desrespeito apenas pelo aspecto das ofertas.]
>
> (Ed. 590, MG, reportagem).

> O Bp. Romualdo Panceiro durante uma de suas palestras, que têm o objetivo de ensinar e manter o uso do poder divino da fé, para que as pessoas sejam verdadeiramente felizes. A artesã Maria Aparecida dos Santos é testemunha desta fé em sua vida e conseqüentemente, em seu lar e casamento, hoje, abençoado. [Cada participante na IURD obterá esta mesma fé.]
>
> (Ed. 605, TF, reportagem).

14) Pista falsa

Introduz uma questão secundária desviando a atenção da questão principal. (WESTON, 2004, p. 133).

> Ter religião não resolve os problemas [manchete]: Os problemas existentes no País têm levado muitas pessoas ao total desespero. Muitos dizem que é a falta de religião, mas como essa teoria pode se justificar se o Brasil é um

> país que tem as suas portas abertas para os mais diversos tipos de manifestações religiosas? E até mesmo aquelas que, *na época da Inquisição*, (Igreja Católica) em nome de Deus, mataram várias pessoas pelo fato de elas professarem uma fé diferente da sua. Em alguns países, os religiosos usam até mesmo o nome de Deus para explicar *os atentados* (Islam) cometidos contra uma nação. [Introduz uma questão histórica, e outra contemporânea para discutir a validade da religião na solução dos problemas da sociedade.]
>
> (Ed. 631, GO, reportagem).

> Não há dúvida: a felicidade é o resultado da fé! [manchete]: A artesã Maria Aparecida dos Santos é testemunha desta fé [encontrada na IURD] em sua vida e conseqüentemente, em seu lar e casamento, hoje, abençoado, porém no *passado,* conturbado pelas amantes que seu marido tinha e pela depressão que sentia antes de ter um encontro com Deus. "*Minha saúde foi afetada*, a família desestruturada e ainda por cima sofremos dificuldades financeiras", relembrou. [Problemas anteriores não explicam como a felicidade é resultado da fé.]
>
> (Ed. 605, TF, reportagem).

15) *Ad populum*

Argumento baseado no apelo emocional dirigido à multidão (COPI, 1968, p. 79).

> Milhares de pessoas em todo o mundo têm a oportunidade de viver a mesma experiência de Ana.
>
> (Ed. 638, RJ, reportagem).

> Milhares de paulistanos realizaram, neste domingo 12, um movimento de fé e clamor em busca da justiça divina.
>
> (Ed. 649, SP, reportagem).

> Milhares de pessoas comparecem aos encontros, desde empresários e profissionais liberais a pessoas com dificuldades e que aspiram à estabilidade econômica.
>
> (Ed. 642, SP, reportagem).

16) Desqualificação da fonte

Usa linguagem emotiva para diminuir um argumento inclusive antes de mencioná-lo (WESTON, 2004, p. 129).

> Amigo leitor, se você é uma dessas pessoas que vêm lutando e não consegue conquistar nada, já foi a várias religiões e fez tantas rezas, praticou tantos ritos e obedeceu todas as imposições religiosas, mas ainda continua vivendo à mingua, há uma solução para sua vida: conhecer o Deus vivo e fazer uma aliança com Ele. [As outras religiões não funcionam como a IURD.]
>
> (Ed. 599, coluna do bispo Macedo).

> Como é possível tantas pessoas crentes no Senhor Jesus Cristo, bem como na Sua Santa Palavra, viverem como se Ele nem existisse? por que a Sua Igreja tem sido tão fracassada diante dos desafios que o mundo se lhe impõe? [Critica as outras denominações cristãs que não têm o sucesso da IURD.]
>
> (Ed. 590, coluna do bispo Macedo).

17) *Post hoc*

Assumir a causalidade rapidamente na base da mera sucessão temporal (WESTON, 2004, p. 133).

> Muitas pessoas estão sofrendo por causa das dúvidas. [Dúvidas todas as pessoas têm.]
>
> (Ed. 617, coluna do bispo Macedo).

> Enquanto você não tiver essa autoridade divina, não conseguirá vencer!
>
> Essa autoridade divina fez de Ubirajara Xavier de Souza um "gigante".
>
> Sim, porque quando aqui cheguei tinha em mente o seguinte propósito: ou Deus mudava ou me matava. [Não considera outras causas.]
>
> (Ed. 621, SP, reportagem)

> Mas depois que passou a ser fiel, participando dos propósitos [correntes e campanhas], ganhou viagens para o exterior e fez cursos na Europa.
>
> (Ed. 613, RJ, reportagem).

18) Generalização apressada

Resulta da tentativa de, a partir das exceções, estabelecer a verdade de uma regra (NAHRA; WEBER, 1997:150).

> A religiosidade e o espírito caridoso criam a ilusão de que se tem fé em Deus porém, ante as adversidades logo se percebe que a pessoa [religiosa que não está na IURD] vive enganada, pois fica insegura e entra em desespero.
>
> (Ed. 605, RJ, reportagem).

> Tenho visto muitos que tiveram fé para conquistar coisas grandes, perderem tudo, porque não estabeleceram um compromisso com Deus.
>
> (Ed. 638, RJ, reportagem).

19) Falsa analogia

Ocorre quando na tentativa de provar uma conclusão recorre-se na premissa a uma comparação entre situações que não apresentam semelhança (NAHRA; WEBER, 1997, p. 141).

> A formiga trabalha duro, incessantemente, reservando-se para o futuro. E por ser trabalhadora, ela vence todos os seus obstáculos. Semelhantemente é a fé que também exige trabalho e atividade constante no seu exercício. Por isso ela não pode ser teórica, mas colocada em prática. [O que tem a ver formiga com fé?]
>
> (Ed. 633, coluna bispo Macedo).

> Quando, porém, a pessoa sepulta a natureza adâmica (por meio do batismo nas águas), passa a ter a natureza do Senhor Jesus, ou seja, a natureza espiritual. [Quando a pessoa é batizada na IURD passa a ter a natureza do Senhor Jesus?]
>
> (Ed. 621, SP, reportagem).

20) Composição

Quando se assume que um todo deve ter as qualidades das partes (WESTON, 2004, p. 129).

> Hoje, posso falar que vivo a plenitude da vida que Deus promete nas Sagradas Escrituras, testemunhou Elizabete, que freqüenta as palestras realizadas no Centro de Ajuda Coletiva do Aquidabã. [Os que participarem das reuniões receberão vitórias.]
>
> (Ed. 602, BA, reportagem).

21) Petição de principio

Usa uma conclusão como premissa (WESTON, 2004, p.132).

> E porque minha vida financeira foi transfigurada estou na IURD.
>
> (Ed. 643, AM, reportagem).

22) Provincianismo

Erra-se por universalizar um fato particular ou pessoal (WESTON, 2004, p.134).

> Aconteceu com todos os profetas nos momentos de angústia, e deve estar acontecendo com você, conforme aconteceu comigo várias vezes.
>
> (Ed. 592, coluna do bispo Macedo).

5.3 Retórica

No nível retórico encontra-se um dos elementos que mais caracterizam o uso de figuras de linguagem dos enunciados, para emprestar maior força ilocutória às proposições com o objetivo de enfatizar aspectos positivos ou negativos, para reforçar argumentos e alcançar os objetivos comunicacionais. Desde a Antiguidade o uso e o estudo da linguagem estavam a serviço de alcançar maior eficácia persuasiva. O domínio dos recursos discursivos da retórica garante a consecução dos objetivos ou intenções dos atos ilocutórios do enunciante.

Aristóteles (1999) relacionou os gêneros retóricos discursivos; Cícero (46 a.C.), em sua obra *O Orador* (2001, p.81-82), afirma que o orador eloqüente "deve sobretudo pôr em prática a sábia habilidade de adaptar-se às circunstâncias e às pessoas [...] será, pois, eloqüente aquele que possa acomodar o seu discurso ao conveniente em cada caso."

Em todo caso, a função mais importante desempenhada pela retórica é a de enfatizar ou intensificar os significados propostos nos enunciados, para modificar o pensamento e comportamento do receptor em relação com os objetivos práticos desejados pelo emissor.

5.3.1 A metáfora: alguns aspectos teóricos

O uso da metáfora é um recurso discursivo bastante usado para os fins de persuasão religiosa. É necessário compreender o papel que a metáfora desempenha discursivamente na retórica religiosa iurdiana. Existe uma implicação da retórica nos diversos tipos de discursos públicos, pois é utilizada, saibam ou não, pelos publicitários e propagandistas, os formadores de opinião pública na comunicação de massa, os assessores de *marketing* dos partidos políticos, etc.

O discurso retórico é atual, pois corresponde às necessidades e circunstâncias de cada época, é o discurso da persuasão de cada momento. Para Pujante (2003, p. 25) ,a retórica reaparece hoje nos estudos da comunicação e da Análise do Discurso; reaparece com um novo sentido ontológico no momento em que o pensamento ocidental está em crise e reconhece a chave na linguagem.

> Este problema foi reconhecido por filósofos como Nietzsche e Heidegger, para quem suas deficiências não são técnicas, ou de composição, ou de incompreensão, mas da linguagem; aqui começaria a virada que conduz à retomada da retórica. Afinal de contas, os retóricos não faziam senão construir formas discursivas de ver o mundo, interpretar discursivamente os assuntos que lhes diziam respeito. Na base, o discurso, tudo era discurso. O conhecimento, ou a ciência é uma construção lingüística que faz a realidade.

> É absurdo pensar num conteúdo discursivo, fundo, alheio à expressão, forma. (PUJANTE, 2003, p. 25, tradução nossa).

Segundo Arduini (2000), na sua reflexão sobre a linguagem figurada, "o mundo referencial somente nos é dado através de lentes retóricas, como estrelas que somente podemos contemplar através de óculos."

Encontra-se no começo do desenvolvimento do pensamento estético de Nietzsche o enfrentamento entre conceito e metáfora; não é por acaso seu interesse demonstrado pela retórica, interesse que herda Burke. A metáfora seria o tropo por excelência, a cor do discurso literário, segundo Pujante (2003, p. 27). Este autor assinala que no *Nascimento da Tragédia* aparecem as opções estéticas apolínea e dionisíaca.[41] Estas moldam ou forjam duas compreensões da linguagem: uma conceitual e outra metafórica. O apolíneo estaria vinculado ao conceitual, a salvação na aparência, representa a ingênua aceitação das verdades conceituais elaboradas pelo consenso no início da vida social. Já a linguagem dionisíaca nos permite, pelo contrário, expressar o que é viver: uma constante mudança das manifestações, o deslumbramento, os fogos de artifício das aparências, "o único acessível aos nossos olhos incapazes de penetrar mais além do que há" (PUJANTE, 2003, p. 28). Este autor acredita que o pensamento ocidental "colocou em quarentena a linguagem metafórica por temer sua cor e sua carnalidade".

De qualquer forma o pensamento dionisíaco e metafórico têm inequívocos paralelismos e resulta evidente a correspondência entre ambos pela riqueza e vivacidade dos elementos que os compõem: se em Dioniso encontramos a ambivalência, o sentido polimorfo, a dimensão religiosa e mítica, a diversidade de nomes e formas em que Dioniso aparece, a festa, a máscara e o carnaval, o êxtase; tudo isto nos remete às características inesgotáveis do pensamento criativo metafórico muito mais do que ao pensamento apolíneo, linear e formal, mais próximo da racionalidade positivista.

---

[41] A respeito do pensamento dionisíaco encontram-se referências sobre a contribuição para a gênese da tragédia grega na tese defendida com entusiasmo por Nietzsche. Na mitologia grega Dioniso é o deus grego da bebida. Este mito se origina numa antiga religião da Índia, o Shivaísmo, que passou para a Grécia e toda a bacia do Mediterrâneo e se transformou num culto religioso e num mito. Entre seus atributos divinos estão: é o deus da fecundidade, da metamorfose, do êxtase (a saída de si e superação da condição humana), da transcendência, do entusiasmo, da orgia, do teatro, da festa, e do carnaval (onde o elemento da máscara para representação). Dioniso era para Nietzsche (1978) o herói trágico; Para Detienne (1988) era "um deus sempre em movimento", de quem Baudelaire (1982) dizia: "o deus misterioso escondido nas fibras da videira". A identidade de Dioniso era reconhecida tanto como "estranha" quanto como "o estrangeiro", alguém vindo de fora. A etimologia de Seu nome indica entre várias definições o "nascido duas vezes". No culto dionisíaco as pessoas tinham um sentimento especial em relação a Dioniso — podia transformá-las em seres semelhantes a ele. Esta era a sensação momentânea do poder do vinho — eles próprios podiam tornar-se divinos. (PEÑA-ALFARO, 1993, p. 71-72, 87).

Sobre a metáfora: uma perspectiva epistemológica

No seu ensaio sobre a metáfora Marcuschi (2000) retoma um anterior trabalho publicado nos anos 1970 e realiza uma breve revisão crítica sobre o tema, alguns autores e propostas teóricas. Apresenta a metáfora como "um modo de conhecer o mundo" e trata-a como um capítulo da epistemologia, mais do que da semântica.

Este trabalho de Marcuschi, questiona a "novidade" em alguns autores modernos como Lakoff & Johnson (1980) pela "falta de perspectiva histórica" sobre o tema, porque deixa de lado toda a pesquisa de autores antigos como Aristóteles e Quintiliano. Em verdade, esta observação procede na medida em que os estudos sobre este tema se desenvolvem quase de maneira ininterrupta desde a Antiguidade, o que demonstra um quase inesgotável tema de investigação desde que Aristóteles definiu a metáfora na sua *Poética*. Por outro lado, o fato desse interesse permanente indica também a falta de uma definição sobre o problema metafórico, visto que se reconhece que este problema ainda está longe de uma solução satisfatória.[42] Isto é aceito e reconhecido pelos estudiosos do tema.

Marcuschi tenta colocar a discussão sobre a metáfora no campo da teoria do conhecimento, alegando que se trata de algo mais do que um fenômeno lingüístico de natureza semântica e tomado como fenômeno situado no limite do dizível dentro da esfera propriamente lingüística.

Considera a necessidade de analisar a metáfora, primeiramente, a partir do problema epistemológico e não funcional, pois este "não auxiliaria na análise", uma vez que o primeiro momento constitutivo seria a atividade cognoscitiva. O autor parte da premissa de que a metáfora não é apenas um simples recurso lingüístico, mas um modo específico de conhecer o mundo. Por isto, tenta demonstrar que é "mais do que transferência de significados e muito mais do que simples comparação abreviada". Disto resulta que a metáfora "não é fruto da comparação e sim, no máximo, base para uma comparação *a posteriori*". O autor explica que a ordem psicológica tem prioridade sobre a ordem lógica. (MARCUSCHI, 2000, p. 3).

Outras posições teóricas

[42] Marcuschi lembra o levantamento realizado por Schibles (1971) e o considera como o mais completo levantamento bibliográfico sobre o asunto. Richards (1950); Bloomenberg (1971); Black (1962); Goodman (1968); Sacks (1992).

Marcuschi faz uma breve revisão teórica de alguns autores, como Fonzi & Sancipriano (1975) que definem: "A metáfora é a um tempo mágica e lógica, subjetiva e objetiva, interior e comunicativa e sua força reside no próprio fato de nela se conciliarem pólos diferenciados". Marcuschi chama a esses pólos fundidos, que constituiriam a base da metáfora, de "fusão de campos semânticos diversos", irredutíveis a relações lógicas. Substitui, assim, a noção de transposição e comparação pelas de "composição e criação". (MARCUSCHI, 2000, p. 4).

Ainda para Fonzi & Sancipriano (1975, p. 3), embora surja no campo da linguagem, a metáfora não permanece presa a ela, ao criar uma realidade nova não puramente lingüística. Disto resulta que não é possível penetrar a metáfora apenas com recursos lingüísticos. Não interessa saber que tipo de realidade a metáfora cria, importa menos que seja religiosa, estética, poética, etc. É sempre uma experiência intersubjetivamente comunicável. Para estas autoras, em síntese, a metáfora seria "um modo de conhecer e comunicar o mundo assim conhecido. Um recurso reestruturador da realidade, criando novas áreas de experiência que fogem ao indivíduo restrito à realidade puramente factual."[43]

Segundo a teoria de Black (1962), "a metáfora constituir-se-ia na interação de dois contextos diversos, um dos quais seria o *focus*. Na interação desses dois sistemas diversos (o metafórico e o literal) situar-se-ia a essência da metáfora." Já para Goodman (1968), "uma metáfora deve ser eficaz".

Nos atuais estudos sobre a metáfora não se trata apenas de sujeitá-la ao campo da poesia e da literatura, mas à vida cotidiana das pessoas em situações normais, como defendem entre outros Lakoff e Johnson (2001). Quanto a isto parece não existir nenhuma dúvida sobre o papel da metáfora na vida diária dos usos da linguagem, pois falamos metaforicamente grande parte de nossas comunicações cotidianas.

Para outros autores relacionados por Marcuschi (2000), como o psicólogo russo Vygostsky (1974), a metáfora seria anterior à razão e serve para aferir a capacidade criativa do homem. Já Mauthner (1923) considera que a língua se desenvolve através de metáforas e que a própria língua é uma metáfora. Para Richards (1950) a metáfora é princípio onipresente da língua e

---

[43] Entre alguns dos estudos a respeito da pesquisa psicológica sobre como as crianças desenvolvem a capacidade de produzir metáforas: Gardner e Winner (1992); Billow (1977). Sobre a competência metafórica: Gluksberg, Hartman e Stack (1977); Verbrugge (1974); Gardner (1978[a], 1978b); Mussen (1960); Bornstein, Kessen e Weiskopf (1976); Piaget (1929); Cohen (1992); Winner e Gardner (1976, 1977a, 1977b); Gardner et al. (1975) Sobre aspectos cerebrais: Bogen (1970); Galin (1974); Ornstein (1972).

pode ser notada na simples observação diária. Para Goodman (1968) "parece não ser exagero afirmar que grande parte de nossa linguagem se baseia em metáforas 'conscientes ou congeladas'". Jean Paul (1963) afirma que "a língua não passa de um dicionário de metáforas empalidecidas. No entanto, Derbolav (1949) observa que ainda inexiste uma teoria filosófica convincente da metáfora.

Marcuschi (2000) propõe uma revisão crítica da posição teórica sobre a metáfora como transposição de significados, lembrando que esta teoria, embora freqüentemente aceita hoje, é com razão posta em dúvida por muitos autores, como Lipps (1958), que questiona a noção de significado aplicada a significados "autênticos" *versus* "transpostos"; já aplicando a teoria do significado de Wittgenstein (1999) poder-se-ia dizer que "o significado de uma palavra é a gramática de seu uso na língua; Bloomenberg (1971) afirma que "o campo de uso da metáfora é o lugar da formação de conceitos de outro modo impossíveis, malogrados ou não concretizados".

Já autores como Black (1962) e Richards (1950) ofereceram sua teoria da interação, mas segundo Marcuschi (2000, p. 10) "esta não escapa de certo modo da comparação", e este seria precisamente o impasse a ser superado, teoricamente falando.

A proposta teórica de Marcuschi como solução ao problema da comparação subjacente ao processo metafórico parte da noção de "eficácia" que se baseia no efeito surpresa que ela causa. Para o autor este seria o elemento não previsto que evidencia um momento de criatividade. A metáfora tem uma finalidade em si e não exige compreensão definida mas sim apenas sugerida.

> O conhecimento novo que ela nos sugere é fornecido por uma intuição e por um pensamento que não se baseia em comparação alguma e foge a explicação lógica. Neste sentido a metáfora como que produz a comparação e não a formula simplesmente: a comparação é resultado da metáfora e não o contrário. A comparação é um fenômeno post-festum. É um sistema cognoscitivo que entra em ação e não uma atividade lógica. A metáfora é síntese a priori, funda-se na capacidade criadora intuitiva e não no pensamento analítico ou lógico. (MARCUSCHI, 2000, p. 13-14).

Por outro lado, Lakoff & Johnson (2001, p. 33) defendem evidências lingüísticas que mostram que a metáfora impregna toda a linguagem e o pensamento e que esta evidência não se encaixa em nenhuma teoria do significado, nem na lingüística, nem na filosofia, e que a metáfora ocupa em ambos os campos não um lugar periférico, mas sim um lugar central. A

metáfora "impregna a vida cotidiana, não apenas a linguagem, mas também o pensamento e a ação e nosso funcionamento cotidiano" (p. 39).

Estes autores oferecem uma classificação de categorias de metáforas que organizam a percepção da realidade cotidiana em três tipos: **estruturais**, é algo que vivemos na nossa cultura e estrutura as ações que executamos — por exemplo, uma discussão é uma guerra; **orientacionais**, organizam um sistema global de conceitos com relação a outro — por exemplo, a felicidade é para cima, a tristeza é para baixo; **ontológicas**, nos permitem eleger partes da nossa experiência e tratá-las como entidades discretas ou substâncias de tipo uniforme — por exemplo, há que combater a inflação (a inflação é uma entidade). (LAKOFF; JOHNSON, 2001, p. 39-41).

Aspectos teóricos sobre a metáfora e religião

Neste tópico pretende-se realizar uma reflexão sobre a possibilidade do uso especificamente religioso e teológico da metáfora. Para isto utilizar-se-ão as contribuições do trabalho de Tracy (1992) sobre o tema da metáfora religiosa.

Sabe-se que todas as grandes religiões estão fundadas em certas metáforas básicas, fato aceito entre os estudiosos modernos da religião. Tracy (1992, p. 95) alerta para o fato da relativa pouca atenção dada à relação entre as funções poética e religiosa do espírito humano e que esta relação é objeto de estudo "de poucos corajosos". Entretanto, temos que reconhecer um papel central da metáfora neste campo, principalmente a partir do moderno uso de análise crítico-literária aplicada ao estudo das parábolas do Novo Testamento, onde se reconhecem a estas seu status de "conjunção de gênero narrativo e um processo metafórico" (TRACY, 1992, p. 96).

As grandes religiões monoteístas — judaica, islâmica e cristã — estão fundadas em certas metáforas básicas, como indicam seus respectivos textos sagrados. As religiões específicas organizam-se a partir de uma rede de metáforas que oferecem descrições sobre a situação humana, e estas encontraram seus parceiros naturais na filosofia, na metafísica e na ética.

O problema aqui reside justamente na dificuldade de definição de uma característica distintiva do que seja "religião". Tracy (1992) ilustra esta dificuldade com a filosofia analítica de Ramsey (1963) sobre "a estranha lógica da linguagem religiosa". Vários filósofos, como

Ricoeur (1975), empregaram a noção de " limite" ao analisar a linguagem religiosa. Segundo Tracy, esta análise se aplicaria a dois tipos distintos de fenômenos. Primeiro, à presença de uma dimensão religiosa em nossa experiência e linguagem cotidiana. Segundo, a presença do chamado "uso religioso-como-limite" de várias formas de linguagem e gêneros (metáfora, narrativa, mito, conceito, analogia, etc.) em religiões específicas.

Tracy (1992, p. 98) reconhece a necessidade de "uma definição substantiva de religião" e se esta incluiria a insistência quanto ao caráter limitador de toda linguagem, inclusive a religiosa. Em segundo lugar, postula uma definição do que seja teologia e a insistência quanto ao caráter de segunda ordem, refletivo e conceitual de toda linguagem teológica para se ter uma definição mais clara do problema.[44]

A respeito da interpretação normativa da metáfora, por exemplo, Tracy (1992, p. 100) lembra que existem diversos modelos metafóricos no texto neo-testamentário. Qual seria o normativo: o de Marcos 13 ou do livro de Apocalipse? o de Lucas, Atos dos Apóstolos ou Tiago? das Epístolas Pastorais? as metáforas Joaninas? ou as de Efésios e Colossenses?

Alguns autores como Bultman e Kaseman (Apud TRACY, 1992) tentaram resolver este problema propondo uma noção de um "cânone dentro do cânone". Eis algumas das propostas:

a) Aceita-se um pluralismo nos modos de estar-no-mundo revelados pelas metáforas.

b) Os estudos dos gêneros literários como produtores de sentido.

c) A busca de um método que esteja além da compreensão pós-romântica hermenêutica, onde o significado esteja não atrás do texto mas à frente do texto. Como em Ricoeur (1975) e Gadamer (1974).

d) Uma maior necessidade de análises semióticas, estruturais, semânticas e crítico-literárias da produção de sentido do texto e a mudança de uma teoria da substituição para uma teoria da tensão ou interação.

---

[44] Existe entre os teólogos cristãos de diversas denominações a necessidade de dar prioridade à Escritura na interpretação das metáforas básicas para o cristianismo como religião específica. O problema da interpretação da metáfora religiosa cristã não é colocado, visto que esta discussão procede do fato de termos vários tipos de teologias, em conseqüência, a metáfora dependeria necessáriamente da abordagem teológica escolhida. Existem formas diferenciadas de cristianismo: o Ortodoxo, o Anglicano, Católico, e os diversos segmentos Protestantes.

e) A eleição das parábolas de Jesus como candidatas para uma análise hermenêutica e crítico-literária.

A título de ilustração Tracy oferece o exemplo da parábola do Reino de Deus, a qual poderia ser interpretada segundo várias perspectivas: uma clássica de alegoria, que busca o sentido espiritual que transparece por trás da metáfora; uma liberal e progressista; até uma redefinição política do moderno evangelho social cristão.

De acordo com a nova linha de estudos das Escrituras, Ricoeur (1978) propôs uma interpretação de sentido das parábolas que atraiu o interesse dos estudiosos e teólogos; de forma resumida: uma parábola pode ser descrita como a conjunção de uma forma narrativa e um processo metafórico e, segundo Tracy, Ricoeur representaria uma espécie de consenso nos estudos atuais do Novo Testamento, onde, independentemente da interpretação adotada, o exegeta emprega uma teoria de tensão ou interação e não de substituição para compreender a parábola 'Como o Reino de Deus é...'. " Quando o intérprete aplica uma teoria de substituição às parábolas, irá inevitavelmente eliminar o caráter limitante do modo de vida revelado por estas ficções heurísticas ou o substituirá por uma alternativa da sua própria escolha teológica ou ética". (TRACY, 1992, p. 104).

Se, como afirma Tracy, [a parábola 'Como o Reino de Deus é...] "se tornou uma ficção heurística redescrevendo a possibilidade humana através de histórias qualificadas pelo contestador radical (o Reino de Deus é como...) As próprias metáforas básicas da religião cristã estão enraizadas nessas metáforas e narrativas das parábolas de Jesus." (1992, p. 104).

5.3.2 Metáforas básicas iurdianas

A noção anterior de "metáfora básica" de Tracy, pode auxiliar a organizar em conjuntos as metáforas iurdianas, por meio de várias metáforas organizadoras.

A primeira metáfora é a idéia do Reino de Deus, é a idéia de **pertença e participação**. Define-se pelos verbos ser, estar e ter certas qualidades. A condição do Reino de Deus é a riqueza. A riqueza é a grande tradução da vida de Deus. É o poder, a fé, a força; participar do Reino é ter saúde, felicidade, amor, prosperidade. Ser Filho de Deus é ser filho de um Pai rico e poderoso. É ser aliado, sócio e parceiro de Deus, é ter as riquezas dele. Tudo que se diz de Deus é traduzido a partir desta idéia. Cada fiel deve usufruir desta prosperidade e riqueza

participando e pertencendo ao Reino de Deus na Universal do Reino de Deus, que pretende ser seu sinônimo aqui na terra. Sugere a idéia de uma entrada no Olimpo, o lugar dos deuses na mitologia grega.[45]

A segunda metáfora é: "a entrada no Reino de Deus **é uma guerra**", a qual se processa por etapas:

a) o reconhecimento da carência dos bens do Reino, caracterizado pela negatividade, a limitação da condição humana: a doença, a pobreza, o desemprego, a desarmonia na família e na casa — são os problemas da vida cotidiana.

b) o momento da 'revolta', quando o participante decide não aceitar mais sua condição de sofrimento e toma uma atitude de ir à Universal e participar e se entregar na fé;

c) a luta contra inimigos para livrar-se desta negatividade: o demônio e tudo que é negativo é fruto do mal; há que ter armas especiais — a fé e todos os instrumentos proporcionados pela IURD; há que combate, participar ativamente nessa guerra, agir e realizar ações para derrotar o inimigo. Aqui entram as ofertas, são meios de alcançar os objetivos desejados.

A terceira metáfora: "A IURD **é amiga que ajuda**", ajuda a entrar no Reino de Deus; para isto os pastores e bispos estão auxiliando e orientando e ensinando como vencer esta guerra; o papel que a IURD desempenha é de auxiliar na guerra contra o inimigo, para entrar no Reino.

A quarta metáfora: "**Entrar** no Reino de Deus [da IURD] **é ganhar**"; obteve os benefícios desejados, então outros poderão alcançar as promessas que Deus fez para todos. Uma boa parte da propaganda iurdiana enfatiza os resultados obtidos pelos participantes, isto é bastante evidente na coluna de reportagens

Estas metáforas básicas se organizam dentro de uma grande narrativa que lembra o esquema conceitual de Greimas (1973) do modelo actancial que organiza os elementos participantes:

- **Objeto desejado**: O Reino de Deus, é definido pela prosperidade e riqueza de bens.

[45] O mito dionisíaco, promete a transcendência e a entrada no Olimpo (o Reino dos deuses olímpicos, os poderosos, fortes e invencíveis); a entrada "noutro espaço", era nisto que acreditavam as bacantes e seguidores de Dioniso ou Baco na tragedia grega de Eurípides. (Peña-Alfaro, 1993.

- **Obstáculo**: o Demônio e os espíritos malignos que se opõem aos homens e colocam os obstáculos que serão superados com ajuda de alguém. Este é o cenário da guerra.
- **Sujeito**: o que aspira a obter um benefício desejado encontrado no Objeto.
- **Ajudador**: a Universal e seus pastores e bispos oferecem os meios e instrumentos para vencer a guerra, os quais o sujeito vai buscar nas reuniões.

O discurso iurdiano se estrutura em torno de metáforas básicas ou se expressa através delas. Este conjunto de metáforas básicas produz um sentido coerente porque se articula produzindo sentido. A Universal desenvolve uma narrativa baseada nos textos bíblicos, dos quais se faz uma hermenêutica que favorece as conquistas dos favores de Deus: são as histórias do Antigo Testamento como a de Abraão, Gedeão, Josué e outros.

Todos estes elementos se articulam com as histórias particulares. Cada membro tem uma história particular de uma guerra perdida e trava uma nova guerra com o auxílio da Universal; tem um inimigo a vencer e um prêmio a alcançar. Portanto, a ideologia religiosa iurdiana torna-se uma ideologia prática que envolve ações e resultados e resulta muito fácil de ser compreendida pelos participantes, principalmente em função dos ganhos e benefícios que podem ser alcançados.

Lista de metáforas do Reino

> Porque todos os nascidos de Deus **vencem** o mundo. 1 Jo 5.4. (BM, ed. n. 597).
>
> E estar **em comunhão e aliança** com Ele (Deus), então **as portas** e os seus **caminhos são abertos**. (BM, ed. n. 599).
>
> **A Autoridade** suprema do céu e da terra (Deus). (BM, ed. n. 600).
>
> Deus permite chegarmos ao fundo do poço para despertar nossa fé sobrenatural e tornar possíveis **nossos sonhos impossíveis**. (BM, ed. n. 616).
>
> Se **a vida abundante** ainda não é uma realidade para você, a saída é observar se estão sendo cumpridos os mandamentos de Deus em sua vida (BM, ed. n. 627).
>
> Essa autoridade divina fez de Ubirajara Xavier de Souza um "**gigante**". (SP, ed. n. 621)
>
> É como passar no vestibular, cursar uma Faculdade e, agora, **estar em uma pós-graduação**. (MG, ed. n. 622).

> Os homens que já tiveram uma experiência com Deus **são como os montes de Sião**: firmes, que não se abalam, e assim são todas as pessoas de Deus. (AM, ed. n. 645).
>
> As portas das **oportunidades** foram se abrindo para mim. (BA, ed. n. 647).
>
> Todos os que têm aliança com Ele **possuem** esse espírito de revolta, de não se curvar diante de determinadas situações. (TM, ed. n. 652).
>
> O nascido de Deus **vence**, e não por uma semana, um mês, um ano, mas sempre! (SP, ed. n. 621).
>
> O verdadeiro Filho do Deus Vivo que **remove** as montanhas e faz descer realmente fogo do céu. (BM, ed. n. 594).
>
> Muitos têm nascido apenas da água, e por isso **são aguados** [não têm o poder de Deus e ainda não pertencem ao Reino]. (BM, ed. n. 601).
>
> Deus quer é a **sua vida 100%** nas mãos Dele. (BM, ed. n. 648).

A metáfora do Reino sugere a idéia de que O Reino é um lugar e estado do qual estamos privados e ao qual podemos retornar. O Reino tem os atributos divinos: a vida abundante, o sucesso, as oportunidades. No Reino somos ricos, fortes, saudáveis, gigantes, onde os sonhos impossíveis e todos os caminhos estão abertos. Para isto basta fazer uma aliança com Deus para poder entrar. Uma lista dos verbos usados na metáfora do Reino:

- Vencer o mundo (triunfar)
- Nascer de Deus (participar do Reino na IURD)
- Tornar possíveis (os sonhos impossíveis)
- Estar numa pós-graduação (participar da IURD e não das outras religiões)
- Ser (como os Montes de Sião, inabaláveis; como gigante)
- Fazer aliança com Deus (ser membro da IURD)
- Resistir (não se curvar diante das dificuldades da vida)
- Fazer descer fogo do céu (demonstrar poder)
- Possuir espírito de revolta (revoltar-se contra os males, não se conformar)
- Abrir os caminhos (melhorar de vida)
- Despertar a fé sobrenatural (usar a fé de forma eficiente como na IURD)
- Remover montanhas (resolver obstáculos)
- Estar na mão de Deus 100% (entregar tudo na IURD).

Lista de metáforas de guerra

Gideão foi escolhido para livrar Israel da mão dos seus inimigos. (BM, ed. n. 590).

Somente os pastores da IURD estão dispostos a enfrentar os profetas de Baal. (BM, ed. n. 594).

Se você é uma dessas pessoas que vem lutando e não consegue conquistar nada [...]

[...] libertando-o das forças espirituais do mal, das correntes que o prendem. (BM, ed. n. 599).

Nenhuma vitória é conquistada sem uma disputa, uma luta ou mesmo uma guerra. (BM, ed. n. 604).

Moisés livrou o povo de Israel do jugo egípcio. (BM, ed. n. 640).

O povo de Deus nunca pode desistir da luta, mas perseverar e lutar unido na mesma fé. (BM, ed. n. 642).

Se você não tem essa fé, busque-a para que venha a arrebentar também. (BM, ed. n. 645).

Quantas pessoas estão caídas na Igreja? (MG, ed. n.º 590).

Novena da Libertação da Matéria no Templo da Fé.

Uma vez o mal saindo, a matéria alcança a vitória.

Descobriu que se buscasse com toda a fé a libertação da matéria, com certeza, alcançaria o sucesso e a vitória. (TF, ed. n.593).

Se ele (Moisés) libertou um povo, por que também não posso ser liberto?

O inferno pode se levantar contra você. (TF , ed. n. 594).

Comecei a enxergar e a trilhar pelo caminho da vitória. (MG, ed. n. 597).

E mesmo que o inferno inteiro se levante contra ele. (MG, ed. n. 616).

Uma conferência onde se aprende a vencer obstáculos. (TF, ed. n. 619).

Quem estava cansado de sofrer, conquistou a vitória. (GO, ed. n. 630).

A Igreja Universal tem sido ferozmente perseguida. (TM, ed. nº 639).

Houve muita luta Conquistei a Edna (BA, ed. n. 647).

Armadilhas financeiras, como vencer?

Dever é perigoso, pois pode ter efeito “bola de neve”.

As reuniões dos 318 Homens de Deus têm mostrado o caminho para aqueles que querem vencer.

Aprendi que para vencer tenho que ser mais forte que meus problemas.

> Eleide quebrou barreiras e venceu o medo e a miséria. Eleide aprendeu a usar a fé e deu a volta por cima. (Norte, ed. n. 653.)
>
> A fé destrói e elimina as dúvidas. É preciso lutar contra esse vírus. (BM, ed. n. 617).
>
> Há uma necessidade de lutar contra aquele que tem bloqueado o caminho, e vencê-lo.
>
> É preciso lutar e vencer completamente o inimigo, e conquistá-la [a vida abundante].
>
> A ordem é atacar, vencer e conquistar. (BM, ed. n. 635).

Sem "guerra" não se entra no Reino de Deus. Antes temos que vencer "o inimigo", o Demônio que obstaculiza nossos caminhos e provoca "todos" os problemas que enfrentamos na vida cotidiana. Assim, a linguagem iurdiana utiliza expressões como guerra, luta, batalha. De onde decorre: enfrentar, libertar (os prisioneiros), lutar contra, armadilhas. Busca vencer, a vitória, dar a volta por cima, livrar (papel da IURD na guerra).

Lista de metáforas das armas da guerra: "a fé é um instrumento"

> Temos uma ferramenta capaz de mudar a situação que aí está: a fé. (BM, ed. n. 594).
>
> Quando você usa a fé de forma consciente. (TF, ed. n..609).
>
> A cegueira de sua fé [uma fé sem resultados] .(BM, ed. n. 591).
>
> Não há manifestação de fé sem a ação do sacrifício, essa é a qualidade de fé exigida para a conquista. (BM, ed. n. 603).
>
> Quando fazemos a escolha certa, então os frutos são ou serão notórios e magníficos [na IURD há resultados]. (BM, ed. n. 627).
>
> Existe a fé consciente [na IURD] e a fé cega [nas outras]. (BM, ed. n. 590).
>
> A fé cega é responsável pela escravidão das religiões [a IURD não é religião]. (BM, ed. n. 603).
>
> Os povos estão desorientados espiritualmente devido às doutrinas dos profetas de Baal [pagãs e ineficazes das outras religiões]. (BM, ed. n. 594).
>
> Se você não tem essa fé, busque-a para que venha a arrebentar também. (BM, ed. n. 645).
>
> É tudo por tudo. Você entrega tudo e Deus lhe dá tudo. É uma troca, vida por vida. Assim tem que ser a nossa crença. (BM, ed. n. 601).
>
> E assim Moisés agiu no Egito com o seu cajado [sua fé]. (BM, ed. n. 640).

> Eleide aprendeu a usar a fé e deu a volta por cima Sua força interior, aliada à iniciativa, dinamismo e espírito empreendedor, fez de Eleide uma mulher vitoriosa. (Norte, ed. n.653).
>
> O mal não consegue mais chegar até minha vida! (SP, ed. n. 621).
>
> É por isso [porque não faz sacrifícios de ofertas como deve] que você vê gente dentro da Igreja que não vai para frente. (MG, ed. 590).
>
> Uma fórmula infalível para ficar livre de todos os males [na IURD]. (GO, ed. n. 630).
>
> Em Deus está a chave que abre todas as portas.
>
> E receber dEle a chave da vitória.
>
> Ser Filho de Deus é chave da solução de todos os problemas. (MG, ed. n. 624).
>
> Descobriu o segredo da prosperidade. (SC, ed. n. 600).
>
> (A fé) faz com que nós sejamos fortes e poderosos.
>
> A fé é o único remédio contra ela (a dúvida).
>
> (A fé) é a responsável por todas as nossas conquistas.
>
> É preciso que a pessoa venha a abastecer o seu coração desse tipo de fé.
>
> Se a fé não funciona, então, a dúvida entra em ação e destrói a pessoa.
>
> Temos, sim, que ativar a nossa fé, exercitá-la alimentando-a a fim de que consigamos conquistar tudo aquilo que almejamos no nosso coração. (BM, ed. n. 617).
>
> A fé é um poder (TF, ed. n. 605).
>
> O segredo para alcançar a fé é entregar-se, é sacrificar-se. (BM, ed. n.614).

Se a vida é uma guerra necessitamos de armas, são os instrumentos para lutar e vencer esta guerra. Estas metáforas apontam para uma idéia instrumental da fé e sobretudo das possibilidades de ação que oferece. Primeiro "a fé é um instrumento", usa substantivos como ferramenta, cajado, fazendo da fé um objeto substantivado e com este executa-se tarefas e ações. Uma lista de verbos empregados e seus significados:

- Usar a fé (em proveito próprio)
- Escolher (é participar da IURD e usufruir do Reino)
- Arrebentar (conquistar benefícios)
- Trocar (entregar a Deus ofertas e receber dele os benefícios)
- Entregar (as ofertas)

- Obter vitórias (alcançar o que se deseja)
- Ficar livre (livrar-se de situação difícil)
- Solucionar (resolver problemas)
- Agir (fazer algo para conseguir o que se deseja)
- Colher frutos (são os resultados)
- Nascer do Espírito (em oposição aos aguados são os que tem poder)
- Mudar (melhorar de vida)
- Aprender a usar (seguir as orientações dos pastores e bispos da IURD)
- Abrir portas (resultados de novas oportunidades)
- Abastecer (encher algo que está vazio)
- Funcionar (o mecanismo da fé)
- Ativar (acordar o que está parado)
- Exercitar (colocar em movimento)
- Alimentar (nutrir algo para que cresça)
- Conquistar (conseguir algo)
- Tomar remédio (a fé cura)
- Ter fé (é um poder, é uma arma)
- Sacrificar (fazer ofertas).

Metáforas da IURD como ajuda

> Pessoas de variadas classes encontram nela (IURD) um porto seguro. (RS, ed. n. 632).
>
> O Templo Maior de Goiânia tem acolhido diariamente milhares de pessoas que buscam em Deus a solução para os seus problemas. (GO, ed. 630).
>
> Endereçada às pessoas que haviam quebrado sua aliança com Deus. (BM, ed. n. 641).
>
> Se você não tem essa fé, busque-a [na IURD] para que venha a arrebentar também. (BM, ed. n. 645).
>
> Os homens que já tiveram uma experiência com Deus [na IURD] são como os montes de Sião: firmes, que não se abalam, e assim são todas as pessoas de Deus. (AM, ed. n. 645).
>
> As reuniões dos 318 Homens de Deus [na IURD] têm mostrado o caminho para aqueles que querem vencer. (Norte, ed. n. 653).
>
> Essa autoridade divina fez de Ubirajara Xavier de Souza [na IURD] a um "gigante". (SP, ed. n. 621).

> Se ele libertou um povo, por que também não posso ser liberto [na IURD]? (TF, ed. n. 594).
>
> Todos os que têm aliança com Ele [como na IURD] possuem esse espírito de revolta, de não se curvar diante de determinadas situações. (TM, ed. 652).
>
> Comecei a enxergar e a trilhar pelo caminho da vitória [na IURD]. (MG, ed. n. 597).
>
> Maria Cristina bateu em todas as portas, mas em nenhuma delas encontrou solução para seus problemas [somente na IURD]. (TF, ed. n. 593).
>
> Uma conferência [na IURD] onde se aprende a vencer obstáculos. (TF, ed. n. 619).
>
> Às 19h, [palestras] ministradas pelo pr. Antônio Ferreira, durante as quais ele ensina como exercitar a fé para ter uma vida abundante. (GO, ed. n. 617).

A metáfora da IURD como ajuda, como auxiliar, funciona para demonstrar que a IURD realiza o que anuncia e faz propaganda disso: "IURD é um lugar de ajuda efetiva". "O lugar onde se vence a batalha contra os problemas e os males". "A IURD tem capacidade para ajudar as pessoas com dificuldades". "É um lugar onde se trava a guerra" Esta é a mensagem transmitida através destas metáforas. Uma lista de verbos sobre as qualidades iurdianas e sobre o papel da IURD:

- Acolhe milhares de pessoas.
- É um lugar para pessoas sem fé.
- Onde aprende-se a vencer obstáculos.
- Ensina-se.
- Encontra-se a solução.
- Mostra-se o caminho.
- Enxerga-se o caminho da vitória.
- Liberta-se dos males.
- Para pessoas com a aliança com Deus quebrada (consertam-se alianças).

Metáforas dos benefícios do Reino

> Conquistar os benefícios da fé abraâmica. (BM, ed. n.641).
>
> Vidas que são mais caricaturas do cristianismo do que propriamente pessoas cristãs [dos crentes que não obtêm os benefícios da fé]. (BM, ed. n. 652).
>
> Colhemos hoje os frutos daquilo que plantamos ontem, e amanhã colheremos os frutos da semente que plantamos hoje. (BM, ed. n. 627).

> A fé de paramentos [da Igreja Católica] que encanta os olhos mas engana os corações [não produz resultados, só aparência]. (BM, ed. n. 603).
>
> É tudo por tudo. Você entrega tudo e Deus lhe dá tudo. É uma troca, vida por vida. Assim tem que ser a nossa crença [é dando que se recebe]. (BM, ed. n. 601).
>
> Saiu da condição de empregado a líder [como Moisés, na IURD se consegue]. (BM, ed. n. 640).
>
> Hoje minha vida financeira foi completamente transformada. (Norte, ed. n. 653).
>
> Conquistei a Edna. (BA, ed. n. 647)
>
> O propósito é você subir como uma águia [progredir]. (MG, ed. n. 590).
>
> Um carro completo zero quilômetro, um apartamento quitado e o pagamento de todas as suas dívidas: essas são algumas das muitas conquistas de Ricardo Lopes Moraes [na IURD].
>
> Minha vida financeira foi transformada [na IURD]. Hoje, minha empresa é próspera. (AM, ed. n. 643).
>
> Conquistei o carro dos meus sonhos.
>
> Tenho uma vida abundante. (GO, ed. n. 617).
>
> A situação deles começou a melhorar: compraram um carro novo cada [marido e mulher], um imóvel comercial novo e um apartamento (RJ, ed. n. 613).
>
> Nós colhemos hoje o que plantamos ontem. (BM, ed. n. 629).

Os benefícios do Reino são os frutos, os resultados alcançados pelos participantes. Estes são a conseqüência lógica do Reino que dá seus frutos aos que plantam nele. Os frutos são idéias substanciais substantivas materiais e imateriais. Um aspecto importante da propaganda iurdiana é a ampla divulgação centrada nestes resultados. Mostra que a IURD funciona e dá frutos.[46]

Lista de resultados:

- Os benefícios (ganhos materiais)
- Os frutos (os resultados)
- Vida financeira transformada (de ruim para melhor)
- Conquistei a Edna (uma esposa)

[46] Importante lembrar que esta lista de metáforas não é extensiva a todo o corpus, mas apenas à 30 textos selecionados e onde estas metáforas foram localizadas. Uma análise do corpus completo acrescentaria sem dúvida um número ainda maior de metáforas à lista.

- Subir [na vida] (prosperar)
- Vida financeira próspera (melhorar economicamente)
- Sair da condição de empregado a líder (de subordinado a chefe)
- Um carro zero km, um apartamento quitado, pagamento das dívidas
- O carro dos meus sonhos
- Vida abundante
- A situação melhorou (a financeira)
- Colheita (o que se plantou dá frutos)

5.3.3 Hipérboles

A hipérbole é uma figura de linguagem que desenvolve operações complexas e macroestruturais baseadas em relações entre idéias e outras operações cognitivas. Um dos procedimentos expressivos do uso da hipérbole, localizado neste *corpus*, é o da intensificação, que consiste no aumento ou diminuição dos significados expressos. Assim, a hipérbole se define como "procedimento enfático que exagera uma afirmação" (CASALMIGLIA; TUSÓN, 2002).

A hipérbole não pode ser tratada apenas como mera figura ornamental do texto ou discurso, mas desempenha funções discursivas retóricas e ideológicas, por exemplo. Nos estudos sobre as relações entre ideologia e discurso, Van Dijk (2003, p. 75) insiste que os discursos ideológicos empregam diversas figuras retóricas de estilo que enfatizam os aspectos positivos [do emissor] como os aspectos negativos [dos outros], e por isto é necessário examinar os significados que organizam estas figuras e saber quais são as suas implicações ideológicas. O uso constante de hipérboles nos textos iurdianos parece cumprir funções retóricas de intensificação, tanto para enfatizar como para diminuir aspectos positivos ou negativos, e influenciam o público alvo a respeito da positividade própria ou negatividade de alguém.

A hipérbole como propaganda religiosa

A publicidade na sua dimensão discursivo-lingüística manifesta-se por nomear, qualificar e exaltar. Uma vez instituída a marca por meio do nome, resta impor a imagem da marca,

exaltando objeto. Passa-se assim do sujeito ao predicado, do suporte do ser ao portador de valor, segundo Péninou (1972).

Entre os recursos lingüísticos usados na publicidade para qualificar e exaltar o objeto está a seleção lexical e uso das figuras de linguagem. Freqüentemente os vocábulos escolhidos pertencem a três tipos: o léxico do prazer, o léxico da confiabilidade e o léxico do prestígio (NIELSEN; PACE 1969). Para Gomes de Matos (1991) são termos axiológicos com traços de positividade.[47] Também é freqüente o recurso da intensificação de sentido pela enfatização e amplificação segundo Carvalho (2002).

A intensificação lingüística é um processo semântico manifestado por meio de advérbios, adjetivos e locuções adverbiais. Os intensificadores denotam um grau de qualidade, alta ou pequena, que está sendo descrita e são muito usados particularmente na publicidade, porque visa influenciar o público alvo, que são os consumidores e compradores em potencial a quem pretende convencer de fazer algo.

Para Quirk (1988) os intensificadores podem ser também amplificadores quando buscam o efeito da intensificação positiva do significado, são maximizadores ou levantadores (*boosters*).

Adam; Bonhomme (1997, p. 34) coloca o problema de saber como o produto se transforma em querer. A resposta que propõe é que isso ocorre através de enunciados constativos que suscitam a valorização do produto, transformado assim em OBJETO de valor, e disto decorre o desejo de obtê-lo, acompanhado do desejo de identificação (pela valorização suscitada). Esta valorização vincula-se a todos os que possuem o objeto, como também uma desvalorização dos que não o possuem (ver exemplos no tópico a seguir).

Pode-se concluir que o discurso publicitário utiliza amplamente as estratégias de valorização dos objetos anunciados, opera uma semantização que transforma o objeto em OBJETO de valor, o qual é carregado de valores referenciais positivos, de estatuto ou de prestígio. No caso do discurso iurdiano, este agrega valores religiosos, econômicos e sociais. Segundo Adam (1997), o conteúdo proposicional do discurso publicitário limita-se a quatro asserções:

- o produto publicitário é positivado.

---

[47] Este autor (2002) investiga os usos lingüísticos da positividade como instrumento de promoção da paz e dos Direitos lingüísticos dos falantes como cidadãos.

- os outros produtos para o mesmo uso são negativados.
- o sujeito consumidor do produto é positivado.
- o sujeito que não está relacionado com o produto é negativizado.

Nesta perspectiva de intensificar e amplificar para positivar os produtos iurdianos é que serão analisadas as funções desempenhadas pela hipérbole na retórica iurdiana. O uso hiperbólico nos textos iurdianos ajuda a organizar dois tipos de objetivos: um, de intensificar os resultados obtidos pela IURD, suas façanhas, seus atos e ações, o que resulta numa narrativa grandiloqüente; outro o de enfatizar a própria instituição IURD, cujo saldo é uma espécie de propaganda institucional. Este fato é único entre as instituições religiosas que se dedicam à difusão das suas doutrinas e até utilizam certa propaganda institucional, porém, ao que tudo indica, não é comum a propaganda dos seus resultados.

Encontram-se em Campos (1997, p. 293) muitos dados da pesquisa realizada sobre a IURD e uma referência mais clara sobre a relação entre a mensagem religiosa e propaganda e publicidade:

> Nos programas radiofônicos e televisivos [da IURD] as articulações entre "templo" e "mercado" se tornam tão visíveis, que até permitem o emprego das palavras "publicidade" e "propaganda" como sinônimos. As técnicas publicitárias dominam as relações da Universal, produtora de bens simbólicos e serviços religiosos. É através da linguagem publicitária e do esforço de propaganda, que ela busca atrair a atenção, reunir seu público e divulgar suas formas de lidar com as aflições do povo. Seu sistema de mídia está direcionado para persuadir e convencer os destinatários, a despertar a atenção do público-alvo para produtos anunciados e desencadear o desejo de adquiri-los nos verdadeiros pontos de vendas onde são encontrados.

Há que reconhecer que os produtos apresentados pela IURD (saúde, cura, felicidade, ect) são desejados e procurados pelo público, e não se pode responsabilizar apenas a esta de ofertar seus produtos, pois existe uma forte demanda que ela soube traduzir e canalizar para si e nisto reside o papel da propaganda e do discurso publicitário, cujo objetivo principal é o de levar este público a participar da assembléia de membros. Este é o esforço retórico do discurso iurdiano — opinião que também é a de Campos (1997, p. 294). Portanto, a utilização de estratégias discursivas como a hipérbole se inscreve no esforço de apresentar "melhores produtos" do que os concorrentes, dentro de uma luta para conquistar mais espaço no já concorrido campo religioso.

Ao mesmo tempo o uso das hipérboles integra-se ao processo ideológico discursivo de valorização positiva da instituição em detrimento dos concorrentes e desta forma constrói sua imagem de instituição "eficaz" que obtém "resultados" que as outras não conseguem. A hipérbole cumpre a contento esta função ideológica de propaganda.

Alguns exemplos dos usos hiperbólicos no discurso iurdiano

Os objetos valorizados: a fé, a prosperidade, a felicidade, a abundância, etc.

> (A fé) Faz com que nós sejamos fortes e poderosos.
>
> A fé é a certeza e o poder de Deus no nosso interior.
>
> Quando a absorvemos (a fé) no nosso coração, nos tornamos potentes, fortes, invencíveis e inabaláveis diante de toda e qualquer circunstância. (Ed. 617, coluna do bispo Macedo).
>
> Minha vida financeira foi transformada. Hoje, minha empresa é próspera. (Ed. 643, AM, reportagem).
>
> Quem almeja ter uma vida completa e receber uma visão de grandeza para seus negócios e sair da miséria precisa conhecer a Vigília dos 318.
>
> Posso dizer que tenho uma vida abundante — comemora. (Ed. 617, GO, reportagem).
>
> As promessas de vida abundante. (Ed. 609, TF, reportagem).
>
> A vitória tem de ser total e completa! O Senhor Jesus nos prometeu uma vida abundante. (Ed. 635, coluna do bispo Macedo).
>
> "A prosperidade é notória na minha vida." A grande transformação aconteceu quando Rosa participou das palestras. (Ed. 600, SC, reportagem).
>
> Às 19h, ministradas pelo pr. Antônio Ferreira, durante as quais ele ensina como exercitar a fé para ter uma vida abundante. (Ed. 617, GO, reportagem).
>
> Para que as pessoas sejam verdadeiramente felizes. (Ed. 605, RJ, reportagem).
>
> E tornar possíveis nossos sonhos impossíveis. (Ed.616, coluna bispo Macedo) .

A instituição IURD positivada

> A Igreja Universal é uma instituição que abre as suas portas de segunda a segunda, de janeiro a janeiro, o dia todo, de manhã, à tarde e à noite. (Ed. 633, coluna bispo Macedo).

Eu [bispo Macedo] posso afirmar isso com o meu próprio testemunho. Há 40 anos sirvo ao meu Senhor. Eu poderia ser um grande político e escrever o meu nome na história do Brasil. Ou poderia ser um diretor de televisão... (Ed. 648, coluna bispo Macedo).

O Espírito Santo falou claramente no meu coração que a luta pode ser grande, mas a vitória é certa [sobre o trabalho de Macedo e da IURD]. (Ed. 592, coluna bispo Macedo).

Participe do maior Congresso Empresarial do Sul do país todas as segundas feiras [reuniões na IURD]. (Ed. 628, RS, reportagem).

Quando iniciou o trabalho da Igreja Universal do Reino de Deus, em 1977, o bispo Edir Macedo já tinha certeza de que iria levar o Evangelho a um imenso número de pessoas, ultrapassando as fronteiras do Brasil. Presente em *88 países*, a IURD *é uma instituição respeitada por autoridades em todo o mundo*.[48] Nesses 27 anos de existência, a Igreja Universal tem sido ferozmente perseguida. (Ed. 639, RJ, reportagem, grifo nosso).

Não podemos aceitar essa situação e permitir que a IURD seja mais uma igreja denominacional, mais uma casa de pregação do Evangelho… Há de ocorrer muita coisa extraordinária, há de descer fogo para que todos vejam que só o Senhor é Deus! (Ed. 594, coluna bispo Macedo).

Naquela época (1978), nós [a IURD] já éramos perseguidos, caçados como se fôssemos bandidos. (Ed. 592, coluna bispo Macedo).

Aquele que trabalha não pode ter uma vida semelhante ao do preguiçoso. (Ed.633, coluna bispo Macedo) [comparando a IURD à formiga que trabalha muito].

O bispo Macedo é um grande líder e uma pessoa de visão muito grande. Ele enxerga muito mais à frente do que as pessoas comuns, uma pessoa carismática, detentora de virtudes para estar à frente de um fenômeno institucional que é a Igreja Universal (Ed. 632, RS. reportagem).

Os participantes na IURD são positivados

Então o Espírito Santo deposita a fé que vai fazê-la vencedora. (Ed. 614, coluna bispo Macedo).

A cada ano, coisas novas e grandiosas acontecem em suas vidas. (Ed.638, TF, reportagem).

Através do Espírito Santo nos proporciona vitórias contínuas e forças para permanecer firmes. (Ed. 602, BA, reportagem).

---

[48] O número de países onde a IURD alega estar presente é de 88, porém, segundo informações do próprio Portal de Internet ARCA Universal, que relaciona os paises onde esta registrada, este número é em torno de 62, o que por si já é um fato excepcional, mas trata-se de mais um efeito hiperbólico de propaganda que visa ampliar sua auto-imagem positiva junto ao público interno e externo.

Você pode apelar para Ele (Jesus) porque nunca perdeu causa alguma. [você sempre ganhará]. (Ed. 649, SP, reportagem).

A vontade de Deus é de que todos os seus filhos sejam bem-sucedidos. (Ed.629. BA, reportagem).

Imagine se um grande empresário se oferecesse para ser seu sócio.

Para que você possa conquistar a vida abundante que Deus tem para você! (Ed. 599, coluna bispo Macedo).

Daqueles que realmente estão dispostos a tudo por tudo. (Ed. 641, coluna bispo Macedo).

Não há nada impossível para Deus e nem para aqueles que crêem nEle. (Ed. 600, coluna bispo Macedo).

A oração do povo de Deus é valiosa e forte. (Ed. 642, coluna bispo Macedo).

Você entrega tudo e Deus lhe dá tudo. (Ed. 601, coluna bispo Macedo).

Para ficar livre de todos os males. Os males acabam desaparecendo por completo. (Ed. 630, GO, reportagem).

Os que são filhos de Deus já receberam dEle a autoridade divina, que é a chave que conduz não só à solução de todos os problemas, mas também, à conquista dos planos e metas determinados. (Ed. 624, MG, reportagem).

Obter a total libertação do plano físico dos sofrimentos.

Em casa há paz, alegria e total prosperidade! (Ed. 593, TF, reportagem).

E uma vez obedecendo-Lhe [a Deus], ninguém poderá destruí-lo, nem o inferno. (Ed. 629, coluna bispo Macedo).

Firmes, que não se abalam, e assim são todas as pessoas de Deus.

O homem de Deus, nascido realmente do Espírito Santo, não se deixa corromper por dinheiro ou fama. (Ed. 645, AM, reportagem).

O mal não consegue mais chegar até minha vida!

O nascido de Deus vence, e não por uma semana, um mês, um ano, mas sempre! (Ed. 621, SP, reportagem).

Conseguiu se transformar em uma mulher saudável e feliz, realizada pessoal e profissionalmente. (Ed..622, MG, reportagem).

Hoje coleciono prêmios. Meu faturamento aumentou 20 vezes.

Hoje, meu salão recebe 100 clientes por dia. (Ed. 613, RJ, reportagem).

Os que não são participantes da IURD são negativados

> Se você se sente pequeno e insignificante, saiba que Jesus faz com que os pequeninos, os insignificantes e os que são desprezados sejam grandes.
>
> Jesus faz com que os pequeninos, os insignificantes e os que são desprezados sejam grandes. (Ed. 605, coluna bispo Macedo).
>
> Naquela época levava uma vida de opressão [antes da IURD].
>
> Me sentia a pessoa mais infeliz do mundo.
>
> Eu estava na mais completa miséria. (Ed.653, Norte, reportagem).
>
> Como mudar o rumo de uma história de vida sofrida, sem esperança, desenganada até pela medicina?
>
> Quando a pessoa se achega a Deus e "faz a sua parte", certamente obtém com esta atitude a oportunidade de mudar de vida.
>
> É tudo por tudo! Deus quer 100% de você! (Ed. 635, SP, reportagem).
>
> Eu não tinha a força de Deus [antes da IURD]. (Ed. 619, TF, reportagem).

O uso intensivo de metáforas e hipérboles permeia os textos iurdianos, intensificando sua mensagem ideológica persuasiva, amplificado pelos meios de comunicação de massa, o que reforça a força ilocutória dos enunciados para conseguir os efeitos persuasivos pretendidos.

5.4 Valores ideológicos iurdianos

> A felicidade não consiste nos rebanhos e tampouco no ouro: a alma é a morada da nossa sorte.
>
> Demócrito

A Análise Crítica do Discurso tem desenvolvido diversos estudos sobre a natureza ideológica do discurso, partindo do princípio de que o discurso expressa e reproduz ideologias, uma vez que se aceita que as ideologias são representações sociais compartilhadas e que têm funções sociais específicas para os grupos (VAN DIJK, 2003b, p. 243). Este autor tem ampliado a concepção do termo ideologia, desde os estudos do filósofo francês Destutt de Tracy, que em finais do século XVIII definiu-a como "uma ciência das idéias", o estudo de como pensamos, falamos e argumentamos, quer dizer, a psicologia ou a ciência cognitiva de hoje em dia.

As ideologias estão relacionadas com os sistemas de idéias e especialmente as sociais, políticas ou religiosas compartidas por um grupo ou movimento. A definição básica deste autor seria: as ideologias são crenças fundamentais de um grupo e seus membros. (VAN DIJK, 2003b, p. 14). Uma síntese dos valores ideológicos contidos nestes discursos pode ser feita: o individualismo, na medida em que seu discurso se dirige, tal como na propaganda, ao sujeito individual, "você que está sofrendo", não existem registros discursivos que enfatizem o grupo de fiéis enquanto comunidade religiosa; excetuando-se quando se fala da instituição como um grande "nós", a IURD.

A grande motivação de participar na IURD nunca é coletiva, mas individual, porque visa satisfazer desejos e necessidades de consumidores particulares. Uma rápida análise lexical constata que o "eu", "o meu problema" é mais enfatizado do que o "nós" comunidade .

O pragmatismo como valor ideológico enfatiza o valor de "fazer", de "conquistar" o que se deseja. A fé é um instrumento com o qual agimos. A filosofia da instituição deu à prática religiosa outras formas, que podem ser traduzidas como utilitaristas, a fé é a que oferece resultados, define-se como fé inteligente, a que "serve para alguma coisa", a vida das pessoas tem que progredir, especialmente de forma material e econômica, traduzir-se em resultados práticos.[49] Não por acaso o pragmatismo foi consagrado como forma de vida na sociedade americana, expresso no pensamento psicológico do Funcionalismo que tem em William James (1842-1910) seu principal teórico, e para quem a validade de uma idéia ou conhecimento devia ser testada pelas conseqüências. "Qualquer coisa é verdadeira quando funciona", este é um axioma do discurso iurdiano: "é verdadeiro porque funciona" (BACELAR, 1998)

Estes valores pragmáticos são demonstrados na forma em que a instituição se expande, dando ao religioso um caráter de racionalidade organizacional; por exemplo, a Rede Record, propriedade da Universal, é uma emissora comercial que visa o lucro para poder expandir-se. Seu partido político, registrado em agosto de 2005, é para todos os religiosos de todos os credos...

[49] Ver Reali (1999) e a discussão sobre o niilismo contemporâneo e o pragmatismo.

O pós-modernismo[50] apresenta-se pelo gosto de construção de um discurso híbrido,[51] como uma colagem de vários discursos: a IURD não é apenas uma igreja, mas um partido, uma força econômica. Este caráter híbrido manifesta-se na linguagem, com incorporação de termos provenientes de vários registros discursivos ou formações discursivas: *descarrego*, *encosto*, ultimamente lançou a Reunião para *Fechar o Corpo* (em Recife); os diversos nomes dos espíritos malignos circulam com desembaraço nas suas reuniões e provêm dos cultos afro-brasileiros; do catolicismo popular usa as denominações *novenas*, *exorcismo*, *uso da arruda*, a veneração de objetos consagrados; do espiritismo, *limpeza espiritual*, *oração do copo de água*, usada pela TV; das crendices populares, *mau-olhado*.

A Universal recria termos e os reintroduz com novos significados semânticos — do campo semântico da economia, por exemplo, toma expressões como "saia do vermelho" — e os lança como um discurso religioso. O grande sucesso iurdiano de recriar o imaginário dos freqüentadores é operado discursivamente através de sua capacidade de sintetizar significados e sentidos novos, sintonizados com os anseios dos receptores que lhes conferem inteligibilidade .

Sobre o ocultamento de temas, segundo Van Dijk (2003b) é uma forma de operar ideologicamente. A escolha de valores e sistemas de crenças. Assim, o tema da morte não aparece no discurso iurdiano.[52] A IURD afirma-se positivamente através de um discurso de resultados, com forte ênfase no aqui-e-agora, na evitação da dor, do sofrimento e da pobreza, da velhice.[53] O ocultamento do tema da morte não é acidental, mas diz respeito a uma coerência semântica de significados globais que correspondem a valores positivos, onde a grande perda e a derrota que a morte significa contrariam os significados que se pretendem enfatizar. Ou seja, não interessa falar disso, porque desautoriza o discurso triunfalista que se transmite, o qual seria desqualificado pela morte.

---

[50] Segundo Campos (1997) a IURD pode ser analisada a partir da teoria da pós-modernidade, situação cultural onde os indivíduos se apresentam desprovidos de historicidade, voltados para si mesmos, atomizados, hedonistas e individualistas.

[51] Sobre o tema da cultura híbrida como traço das contradições entre modernidade e pós-modernidade na América Latina (ver Canclini, 1990).

[52] O tema da morte não apareceu no *corpus* como tema principal, apenas uma única vez, de forma secundária. Não existem referências sobre ofícios fúnebres nem noticias de falecimentos dos membros (Ed. 599).

[53] Um templo da IURD funciona na cidade de Zacatecoluca, El Salvador, na Avenida Narciso Monterrey, nº 14, desde 1995; localizado em frente a um abrigo de anciãos. Este abrigo é administrado pela ordem religiosa católica Irmãs do Monte Calvário, que conta com freiras brasileiras para este serviço. Em cada país onde a IURD está instalada existem bispos brasileiros como os responsáveis pela Igreja no país. A diretora do abrigo, uma freira baiana, relata que nestes dez anos de funcionamento do abrigo nunca ninguém da Universal visitou o abrigo, deu qualquer ajuda ou contribuição aos velhinhos para suas necessidades básicas de atenção e cuidado.

O cristianismo firmou-se historicamente com um discurso centrado na derrota da morte pela Ressurreição de Cristo, dos primeiros cristãos muitos foram martirizados e todas as igrejas desenvolveram hinos e ofícios para consolar os seus membros diante da fatalidade da morte; o cristianismo encarou a realidade da morte de frente, com realismo. Portanto, a negação da realidade da morte contraria a própria lógica do discurso cristão enquanto realidade histórica e filosofia religiosa existencial.

Lista de valores ou conceitos cristãos encontrados no discurso tradicional religioso e que **não** aparecem ou são utilizados ocasionalmente no discurso iurdiano, principalmente nas reportagens — a coluna do bispo Macedo possui um conteúdo mais religioso e cita os textos bíblicos, desempenha uma função mais catequética do que as reportagens:

Amor a Deus	Compaixão	Fraternidade	Perdão
Amor à Igreja	Comunhão	Misericórdia	Resignação
Amor ao próximo	Comunidade	Morte	Solidariedade
Caridade	Esperança	Paciência	Vida Eterna.

Lista de expressões mais usadas no corpus iurdiano estudado:

Aliança com Deus	Derrotas	Justiça	Transformação
Autoridade	Dúvidas	Lutar	Vencedor
Bençãos	Empresários	Ofertas	Vida abundante
Confiança	Escravidão	Perseguição	Vida financeira:
Conquistar	Faturamento	Prosperidade	destruída
Conseguir	Fazer um voto	Qualidade de vida	próspera
Coragem	Fé inteligente	Revolta	restaurada
Cura	Fé de qualidade	Riqueza	transformada
Depressão	Fé sobrenatural	Sacrifício	Vitória
Determinação	Fracasso	Sucesso	Vitorioso

Existem claras diferenças substanciais entre ambos os conjuntos de expressões, que correspondem a campos semânticos diferenciados pelos respectivos valores doutrinais e teológicos utilizados entre os grupos religiosos tradicionais e a IURD. As escolhas lexicais correspondem às respectivas ideologias religiosas expressas discursivamente, tanto nos temas escolhidos como nos que são ignorados. Estes reproduzem o sistema de crenças desenvolvido e adotado pela IURD, estas escolhas lexicais representam sua formação discursiva .

Segundo Reali (1999), Nietzsche foi o profeta da vitória do niilismo para o século XX e os vindouros, e o próprio Nietzsche (2005, p. 92) explica: "A resposta à pergunta — para quê? falta-lhe a finalidade. Nihilismo significa que o valores supremos se depreciaram." Em conseqüência disso nossa vida contemporânea está centrada em interesses materiais, no sucesso e no dinheiro. "Na convicção de lhe dar tudo, reduz o homem ao nada e o atira no nihilismo." (REALI, 1999, p.10). Os valores decorrentes deste estado, entre outros: o bem-estar como sucedâneo da felicidade, o individualismo, a perda do sentido do fim das coisas, o utilitarismo, o consumismo e o pragmatismo, são os representantes do modo de vida contemporâneo. Isto é o que as massas hoje mais desejam. O filósofo Ortega y Gasset (2002) nos oferece um diagnóstico do estado moral e intelectual da moderna sociedade de massas.

5.5 Estratégias discursivas de persuasão

Uma análise crítica discursiva deve, além de reconhecer os traços discursivos, demonstrar o que estes elementos fazem, como são utilizados e que funções sociais desempenham como discurso. Nos tópicos anteriores foram identificados alguns elementos textuais: frases, orações, seleção lexical, argumentos, falácias e figuras de linguagem. Neste tópico cabe explicitar como estes funcionam discursivamente.

As estratégias discursivas são os processos cognitivos e interacionais utilizados na produção e compreensão dos enunciados implicados no processo de consecução das metas comunicacionais e sociais dos envolvidos na interação e na construção de sentidos através dos textos discursivos. Na Teoria dos Atos de Fala, verificamos que toda declaração realiza alguma coisa. As estratégias de persuasão revestem-se de força ilocutória para que o receptor reconheça as intenções discursivas do emissor como atos sociais que as pessoas realizam e que reconhecem mutuamente dentro de processos de atividades socialmente organizadas.

A questão metodológica é saber como podemos reconhecer as intenções do emissor inscritas na textualidade. A teoria dos gêneros, tal como a defende Bazerman (2005), apresenta esta questão. Parece que a observação das características textuais não é um fim em si mesma, pois os elementos característicos e os gêneros invocados encontram sua justificação e razão na

compreensão e na atividade que acontece entre as pessoas e o que quer que funcione é levado em consideração (BAZERMAN, 2005, p. 39).

A persuasão é um processo que implica uma intenção e tem profundas implicações na estrutura psicológica, não envolve apenas aspectos racionais e argumentos formais, pois a experiência histórica demonstra que aspectos irracionais são também implicados através de processos retóricos, emocionais, representações e conteúdos cognitivos são mobilizados junto a sistemas de crenças. Brown propõe, no seu estudo Técnicas de Persuasão, uma descrição de processos e estratégias persuasivas usadas na propaganda.

> A primeira tarefa do propagandista ao distribuir suas mensagens é prender a atenção do seu auditório [...] através de suas implicações como poder, saúde, entusiasmo, beleza e masculinidade, excitam ao espectador e servem para colocá-lo num estado mental mais receptivo. Porém, ninguém pode criar emoções inexistentes; o propagandista se limita a estimular aquelas atitudes do espectro total existente no seu auditório que encaixam nos seus planos, atitudes que podem ser inatas, mas que, em geral são socialmente adquiridas. [...] Em geral se suscita o desejo de algo, com a intenção de sugerir mais tarde que ele (o propagandista) é o único que tem os meios de satisfazer esse desejo [...] é um fato bem conhecido que as emoções humanas se fazem mais intensas quando frustradas e que as pessoas são mais propensas à sugestão quando não se satisfazem seus desejos de alimento, abrigo, segurança, prestígio e outros. [...] Existem outros fatores de sugestionabilidade: quando forma parte de uma multidão, que é quando sua credulidade individual tende a reduzir-se ao mínimo comum denominador. Existem provas de que suscitar qualquer emoção forte pode fazer mais sugestionável o indivíduo; outro aspecto é o valor de alusão à autoridade [...] condicionante de submissão a um pai poderoso ou a um substituto do pai; o desejo de manter-se à altura "dos melhores" também implica a obtenção e conservação dessa autoridade e prestígio. (BROWN, 1991, p. 22-24).

Para Brown (1991, p. 24), o mecanismo fundamental dos processos usados na propaganda reside na sugestão, que pode ser definida como: "o intento de induzir nos outros a aceitação de uma crença específica sem proporcionar evidência nem base lógica nenhuma para sua aceitação, exista ela ou não."

Aponta ainda este autor para o fato de que técnicas concretas usadas na propaganda se baseiam em trilhas muito comuns à mente humana normal; a maioria das pessoas *quer* acreditar que seus problemas são simples; quer que se confirmem seus preconceitos; quer sentir que "não está marginalizada" (o que implica que outros, sim, estejam); e necessita apontar para um inimigo que carregue suas frustrações.

Desta forma o emissor verificará que suas sugestões caíram em terreno fértil sempre que lance sua mensagem, sem perder de vista as atitudes existentes e o nível intelectual do público (BROWN, 1991, p. 25). A partir destes pressupostos, o autor relaciona um conjunto de técnicas e procedimentos para conseguir sugestionar o auditório escolhido:

a) Emprego de estereótipos

Existe um tendência geral humana de "tipificar" as pessoas; esta imagem se transforma numa imagem fixa, quase que impermeável à experiência real. Disto decorre as imagens do negro, do judeu, do capitalista, do comunista, do líder sindical, assim como as reações destes grupos não se explicam em termos deles mesmos, mas dos estereótipos. A propaganda nazista durante a 2ª Guerra Mundial, por exemplo, trabalhou a imagem do judeu em termos bastante negativos, o que permitiu posteriormente seu controle, isolamento e extermínio.

A massificação e permanente difusão de um estereótipo permite sua utilização posterior para os fins desejados. Na propaganda comercial, os estereótipos são fórmulas consagradas tanto a nível visual — imagens agradáveis, paisagens, belos corpos, rostos, etc. — como também em textos, com frases e palavras chave. Isto permite o uso de clichês, visuais e lingüísticos que se tornam 'verdades' aceitas pelo público.

A função comunicativa do estereótipo é transmitir uma fórmula consagrada pelo público sem questionamento do seu conteúdo, ocorrendo uma diminuição do senso crítico do receptor. O discurso iurdiano utiliza este procedimento na construção de tipos ideológicos negativos e positivos.

Estereótipos positivos a respeito da IURD, seus dirigentes e seus membros

- Sobre o bispo Macedo:

  "A Deus através de Jesus Cristo que me transformou e levantou para esta grande obra." (Dedicatória a Deus no livro *Orixás, caboclos e guias*, 2000).

- Sobre os templos iurdianos:

  "Endereços da felicidade"; "O local da benção"; "Onde um milagre espera por você".

  A Universal oferece ao público: "Oração forte"; "Oração energética"; "Aliança energética com Deus".

"(A fé) faz com que nós sejamos fortes e poderosos" [nós da IURD temos fé, somos fortes e poderosos]. (Ed. 617, coluna bispo Macedo).

- Sobre os membros da IURD:

"O Homem de Deus, nascido realmente do Espírito Santo não se deixa corromper por dinheiro ou fama." [Homem de Deus é um eufemismo para os pastores ou bispos candidatos as eleições.] (Ed. 645, AM, reportagem).

"Administrando com o Espírito de Deus": "Podemos achar alguém melhor para legislar e administrar o povo do que aquele que tem o Espírito de Deus? (Ed. 566, 9 a 15 fev. 2003, jornal impresso, coluna do bispo Rodrigues — na época ainda líder e vice- presidente nacional do Partido Liberal – PL).

"Procuro homem de Deus." M. M. C./ RJ
"Temente a Deus." K. L. / SP
"Desejo corresponder com homem nascido de Deus." Higienópolis, RJ.
"Procuro homem de Deus." Mulher de Deus, RJ. (Ed. 613, jornal impresso, coluna Cantinho do Coração) [Estes são termos pelos quais os membros da IURD se identificam a si próprios.]

Estereótipos negativos dos inimigos da IURD

A IURD escolheu como inimigos os cultos espíritas e afro-brasileiros, a umbanda e candomblé, estes aparecem com bastante freqüência através de estereótipos negativos.

No livro *Orixás, caboclos e guias: deuses ou demônios?* (15. ed., 2004), estas religiões acima citadas são explicitamente referidas como demoníacas e por isto o bispo Macedo tem desencadeado uma guerra santa contra estes demônios que se fazem passar como orixás, exus, erês (expressões africanas) e como encostos (termo associado ao espiritismo).

O trabalho da Universal em relação aos outros: "Por obra do Espírito Santo nossa igreja foi levantada para um trabalho especial a libertação das pessoas endemoninhadas" (MACEDO, 2000, p. 9).

Através do estereótipo negativo da satanização, a IURD desenvolve um discurso de guerra santa dentro de uma estratégia discursiva geral ideológica que define a si próprio como: "Nós

somos o bem", "eles são o mal". Neste caso os estereótipos se ajustam a esta finalidade de operar semanticamente os significados dos valores previamente designados por quem opera este discurso, a própria IURD.

b) Substituição de nomes

> No livro XIII dos anais, Tzu-Lu pergunta a Confúcio: Se o Duque de Wei te chamasse para administrar seu país, qual seria a primeira medida? O Mestre disse: A reforma da linguagem.
>
> Otavio Paz, *O arco e a lira*

Na propaganda, tanto quanto na publicidade, a mudança de nomes é uma estratégia que serve para influenciar positiva ou negativamente o receptor das mensagens. A substituição de nomes é uma estratégia léxico-semântica que visa apresentar termos que tenham um conteúdo mais aceitável para o público a quem se direciona o enunciado e de acordo com as expectativas, desejos ou necessidades deste.

Pode ser designada também com a estratégia da falácia de eufemismo, que refere nomes diferentes para uma mesma coisa, mais aceitável ou de valor positivo. Este recurso tem ampla utilização na publicidade como forma de persuasão. O discurso iurdiano aplica também este recurso persuasivo na sua comunicação.

Sobre a IURD como instituição não religiosa

A Universal no seu livro de doutrinas afirma que *não é uma "religião"*: "O homem precisa de uma religião para chegar a Deus? *Não*. As religiões [as outras] são criações humanas [...] A IURD é uma religião? *Não*. Podemos dizer que a IURD é uma igreja cristã, evangélica, neopentecostal. (MACEDO, 2000, v. 3, p 34-35).

Esta é uma estratégia de diferenciação e desqualificação de outras igrejas como criações humanas, que implicitamente dá a entender que a IURD não é criação humana, mas divina. Esta estratégia é comum nos discursos ideológicos pois dá às outras igrejas uma conotação negativa e conseqüentemente positiva de si própria como forma de valorizar sua imagem contrastando-a com as outras.

Os cultos

Analisando o *corpus*, notamos uma variação lexical em relação ao termo "culto", substituído por "reuniões", e estas atualmente estão direcionadas para o sentido de "palestras ou conferências", o que tem um valor mais neutro em relação a um culto religioso. Esta mudança lexical ocorreu a partir de 2003,(ver edições anteriores à abril de 2003) observe-se as respectivas mudanças de denominação e as datas em que aparecem:

- Reunião (ed. 577) aparece a partir de 27.04-03.05.2003;
- Conferência (ed. 587) aparece a partir de 06-12.07.2003;
- Centro de Ajuda Coletiva (ed. 588) aparece a partir de 13-19.07.2003;
- Conferencista (ed. 589) aparece a partir de 20-26.07.2003.

O pastor

O termo Pastor é substituído por "Conferencista". Esta substituição vincula-se à anterior, dando a idéia de haver uma atividade religiosa mais voltada para aspectos informativos e cognitivos do que propriamente devocionais. Isto completa o sentido dos conceitos palestra-palestrante, por que estes ensinarão aos assistentes como obter prosperidade. Esta mudança léxico-semântica está também associada a uma mudança do perfil do público assistente: a classe média e empresários passaram a freqüentar as reuniões de prosperidade.

O templo

O templo se transforma em "Centro de Ajuda Coletiva". Aqui a mudança nominal é significativa pois determina um câmbio de objetivos. Um templo tem uma finalidade religiosa, o nome de Centro transmite outro objetivo, talvez mais voltado para um sentido clínico ou de ensino, tanto pode ser de ajuda quanto de aprendizagem. O que mostra que um dos segredos do sucesso da IURD é sua capacidade de adaptação às necessidades do público, o que lhe permite mudanças nas suas práticas.

O dinheiro

O tema do dinheiro é crucial na Universal, este foi incorporado ao corpo de doutrinas da IURD como um elemento fundamental da fé; suas atividades (religiosas) giram em torno da arrecadação de dinheiro ou, como é denominado, de "materializar sua fé" — significa provar

que tem fé de forma objetiva. A arrecadação anual da IURD é estimada em R$ 3 bilhões de reais (*Veja*, 20 jul. 2005) e podemos dizer de fato que "*o dinheiro é o sangue da Igreja*", como afirma claramente aos seus fiéis, mostrando a importância deste nas práticas religiosas desenvolvidas por ela e sobretudo no estímulo aos fiéis para entrega dos dízimos e ofertas (MACEDO, 2000, p. 68).

O fiel

Na página de reportagens das atividades das regionais da IURD têm aparecido com freqüência referências a que os fieis se tornem "empresários", pois o fiel tem uma aliança com Deus e por isto tem capacidade de empreendimento. Este parece ser um dos aspectos mais positivos da IURD em estimular o desenvolvimento econômico dos seus freqüentadores, pois seu discurso religioso tem como foco a obtenção de benefícios econômicos. Mas na sua propaganda usa o termo 'empresário' para designar o 'autônomo', dando a entender que estes depoimentos são de donos de empresas. O fato é que muitos pequenos e médios empresários são atraídos por este discurso.

A sociedade com Deus

Seja "parceiro de Deus nos negócios e obtenha lucros". A designação da relação com Deus pela definição de "sócio" com quem se estabelece uma parceria é uma forte metáfora econômica que tem impulsionado cada vez mais os empresários em busca de prosperidade e solução de problemas financeiros. Tem ocorrido em vários templos — Rio Grande do Sul, Brasília e São Paulo — reuniões dirigidas para empresários que se denominam de "Congressos". Esta é uma estratégia de supervalorizar e enfatizar as atividades na IURD com o objetivo de atrair os empresários com temas como: Como driblar a crise econômica? Como alcançar o tão sonhado sonho empresarial? (Ed. 628, RS, reportagem). Armadilhas financeiras, como vencer? (Ed. 653, região Norte, reportagem) "Constantemente ficávamos no vermelho" (Ed. 647, BA, reportagem).

Variações lexicais para a denominação dos cultos dirigidos para empresários:

> Consultoria empresarial (ed. 617); Reunião do Encontro com Deus e Reuniões de Busca do Espírito Santo (ed. 617) [ambas a reuniões no templo de Goiânia, GO]; Palestras Empresariais – PR (ed. 618); Congresso Empresarial – SP (ed. 619); Congresso Empresarial do DF com os 318 pastores (ed. 633); Nação dos 318 – PR (ed. 621); Palestra

do Vencedor – PA (ed. 622); Congresso Empresarial do Sul – RS (ed. 628); Reunião de Empresários com os 318 (ed. 606); Reunião dos Empresários (ed. 608); Campanha da Ambição (em 4 dez. 1993, TV Record (MARIANO, 1999, p. 163); Corrente da Vida Regalada (1994, Santo André, SP (CAMPOS, 1997, p. 145).

Os nomes são diferenciados, mas é o mesmo evento, apenas muda conforme o lugar; o tema é global, o nome é local, uma estratégia que tem dado bons resultados como pode ser verificado pela seguinte lista de eventos para o mesmo fim, observe-se a variação para as mesmas atividades, a característica é a duração durante várias semanas da mesma atividade — Corrente, Campanha, Vigília, Novena, Congresso, Semana, Jejum, Reunião:

Campanha do Transporte (ed. 639), do Coração[54], da Fogueira Santa de Israel em Jerusalém – RJ (ed. 613), da Fogueira Santa de Israel – BA (ed.640), da Fogueira Santa do Monte Sinai – GO (ed. 638), do Cheque da Abundância – SP (MARIANO,1999, p. 167), da Prosperidade – SP, dos 70 Apóstolos (OLIVA, 1997), de Jó, de Davi, do Tapete vermelho, dos Doze Apóstolos, do Nome de Jesus, da Mesa branca[55], das 91 Portas, Vigília da Vitória sobre o Diabo, Semana da Fé Total, Campanha da Pesca Milagrosa (Recife, rádio FM) 10.04.05; Novena dos Sonhos[56] – AM (ed. 650).

Reunião dos 318 Homens de Deus – Região Norte (ed. 653), dos 318 Pastores (RJ), com os 318 Pastores – SP (ed. 632), Vigília dos 318 Pastores – BA (ed. 613), Campanha dos 318 – Santuário da Riqueza – Recife[57], Vigília com os 318 pastores – SP (ed.634), Jejum das Causas Impossíveis – MG (ed. 593), Reunião dos Anjos da Guarda (ed. 650).

Campos (1997) relaciona as seguintes variantes lexicais:

Campanha do Saquitel de Deus, das Loucuras da Fé, de Jericó; Corrente das Crianças, dos Milagres, da Saúde, dos Filhos de Deu, da Família, da Libertação, da Grandeza de Deus, da Restituição, das Pedras da Fé, de Senaqueribe, das Portas Abertas, da Arruda[58], de Gideão, de Israel.

Sobre tema amorosos

---

[54] O fiel deve doar todo o salário do mês para provar que seu coração está 100% depositado em Deus. Em retribuição receberá de Deus 100% de tudo que desejar. (MARIANO, 1999, p. 170).
[55] Nome de inspiração kardecista.
[56] O nome "Novena" é de inspiração católica.
[57] Ver folheto de propaganda nos anexos.
[58] O uso de arruda na sexta-feira última do mês, de inspiração afro-brasileira

Corrente do Amor, Noite do Meu Bem [59], Terapia do Amor e da Fé – DF (ed. 634), Terapia do Amor [60].

Visando orientar as pessoas no aspecto sentimental, o conferencista Clodomir Santos, há cerca de dez anos, dava início, no Centro de Ajuda da Abolição, na zona norte, a uma palestra denominada Terapia do Amor. Hoje, a iniciativa é sucesso em todos os templos do país. Recentemente, ele deu início a uma nova palestra: a Terapia Espiritual. Segundo o conferencista, a nova terapia tem como objetivo "curar a alma do ser humano". (Ed. 618, Rio de Janeiro).

Terapia espiritual

A mudança lexical que envolve este termo terapia implica um uso clínico de tratamento médico ou psicológico. Não se sabe se o uso deste termo e sua ampla divulgação nos meios de comunicação tem alguma implicação legal junto às autoridades dos Conselhos Federais da área da saúde: medicina, psicologia. psiquiatria etc. Nos países europeus e outros existem restrições para o uso de termos que impliquem algum tipo de tratamento de saúde, que aqui no Brasil, na prática, se existem, não são respeitados.

Portanto, a estratégia de substituição de nomes é comum na propaganda iurdiana e, sobretudo, demonstra a sua capacidade de adaptação e adequação às necessidades dos receptores, reforça a constatação de que o discurso iurdiano é produzido em função do seu público e ao qual responde em suas demandas.

c) Criação de inimigos

O discurso persuasivo necessita criar inimigos para mobilizar as energias do grupo contra um opositor poderoso. A publicidade utiliza esta estratégia freqüentemente para vender seus produtos e defender os usuários contra as ameaças de algum tipo de inimigo: doença, sujeira, desconforto, etc.

---

[59] Em Ribeirão Preto aos domingos em 29.01.95 . Mariano, 1999:133)

[60] Realizada em todos os templos do pais e uma das reuniões de maior sucesso entre o público.

A propaganda basicamente lança um forte apelo em favor de algo, mas também para se defender de algum perigo, e ao mesmo tempo mobiliza o receptor contra esse inimigo, real ou imaginário, porque este seria um obstáculo que se interpõe entre os desejos do auditório e sua satisfação. O inimigo busca frustrar o receptor e disso precisamente o propagandista vai defendê-lo. Este é o grande aliado contra o malvado inimigo.

A história da IURD está, desde sua fundação, baseada no combate e na defesa contra um inimigo poderoso: o Diabo. A visão de mundo religiosa *iurdiana* define o mundo como um campo de batalha entre duas forças antagônicas: o Bem e o Mal; existe "uma guerra santa" entre as forças espirituais benignas e as forças demoníacas, pois todo mal que existe é provocado pelo Demônio: a doença, a pobreza, a desarmonia familiar, a miséria e o desemprego.

Tudo isto vem do demônio, portanto todo o mal é extrínseco ao homem, vem de fora, o que elimina tanto a responsabilidade pessoal quanto a noção de culpa pessoal. Este aspecto será capital na explicação da ideologia religiosa *iurdiana*. O discurso iurdiano lida com o mal, este é representado pela figura do demônio e os espíritos malignos a seu serviço. São estes que atormentam a vida das pessoas. Por isto é o principal inimigo a ser combatido, mas não é o único.

A IURD elegeu vários inimigos aos quais combate sem descanso. Comparando a pesquisa realizada por Campos (1997) com o *corpus* deste trabalho sobre o tema dos inimigos da Universal, constata-se que, apesar da diferença de tempo, encontram-se nos dados de ambos que os inimigos da IURD continuam os mesmos: o Demônio em primeiro lugar, depois a Igreja Católica, os cultos afro-brasileiros e espíritas e a Rede Globo.

Campos (1997) toma como base o jornal *Folha Universal*, o mesmo do *corpus* utilizado aqui; relaciona as edições 118, 120, 124, 125, 127, 130, 146, 168, 170, 174, 178, 193. Nestas edições ataca-se a Igreja Católica e se denunciam problemas do clero com abuso sexual, perseguição católica contra a Universal, ataca-se o papado, a perda de fiéis, ataca-se Cardeal católico. Na guerra contra os espíritas e cultos afro-brasileiros nas edições 113, 129, 130, 156, 175, 196, denuncia-se a violação de sepulturas, o estímulo ao homossexualismo, ataca-se o (candidato) Lula por (suposto) apelo ao candomblé, o reveillon de Iemanjá. Na luta contra a Rede Globo, denuncia-se nas edições 168, 175, 178, 197, 199, 202 a decadência da Globo, CPI contra a emissora, baixos índices de audiência.

Já no *corpus* usado na presente investigação, jornal *Folha Universal* (2003-2004), somente levando em consideração a manchete principal, ou seja, a notícia de capa do jornal, encontramos os seguintes temas:

- Sobre a Igreja Católica nas edições
  (592): "Inacreditável" – acusações sobre pedofilia na Igreja Romana;
  (604): "O lado obscuro da Igreja Romana", onde se critica esta pela não aceitação do uso de preservativos para seus fiéis.

- Sobre a Rede Globo nas edições
  (612): " A crise do império global";
  (621): "Rede Globo ladeira abaixo";
  (627): "Rede Globo ainda conta com apoio do BNDES".

Nestas edições a Universal ataca a Rede Globo em uma dupla batalha: por um lado é comercial, pois a Rede Record é concorrente direta da Globo; por outro, é ideológica, pois a Globo monopoliza a produção simbólica e cultural que é combatida pela Universal em ambos os campos, ideológico e comercial. Um levantamento mais apurado do nosso *corpus* (edições 590 a 653, num período de 14 meses) revela que estes ataques aos três grandes inimigos — Igreja Católica, cultos afro-brasileiros e espiritismo e Rede Globo — são constantes e permanentes.

d) Apelo à autoridade

O discurso persuasivo quando recorre a uma autoridade torna-se sugestivo, sobretudo quando tem uma inspiração divina, pois assim o enunciante pode "falar em nome de", emprestando-lhe autoridade e legitimidade e conferindo ao discurso uma grande força ilocutória de expressão. Edir Macedo afirma explicitamente qual é a origem discursiva do seu discurso:

> A Deus que, através de Jesus Cristo, me transformou e me levantou para esta grande obra. (Dedicatória do livro *Orixás, caboclos e guias*, 2004).
>
> Temos ministrado o Evangelho de Jesus Cristo na sua pureza e integridade e, por obra do Espírito Santo, nossa igreja foi levantada para um trabalho especial, que se salienta pela libertação de pessoas endemoninhadas. (MACEDO, 2004, p. 9).
>
> Deus nos falou para irmos ao centro do mundo, como era Roma [...] Queremos criar um centro de evangelismo [nos EUA] e enviar convertidos de volta para seus países. New York é o centro do mundo. Todos os povos se

> encontram aqui. (Entrevista dada aos jornais *O Globo*, 29 abr. 1990; *The New York Times*, 30 dez. 1987.).

Observe-se que o apelo a uma autoridade não é apenas retórico, mas uma delegação desta autoridade, assim, o enunciante discursivo apresenta um vigor e energia retórica que somente os discursos messiânicos possuem:

> Seria um crime se nós desistíssemos do que lutamos para obter com tanto trabalho, dor, sacrifício e sofrimento [aplausos]. Ninguém pode ser desleal a algo que tem dado significado e objetivo a nossas vidas. Tudo isso não seria possível se não fosse direcionado por um grande comando. Nenhum dirigente nos deu este comando, mas sim Deus, que criou nossa nação alemã [aplausos]. (Adolf Hitler) [61]

e) Afirmação

O discurso iurdiano apresenta uma característica afirmativa nos seus enunciados, o próprio Macedo ensinando aos pastores da IURD sobre como abordar os fiéis durante os cultos enfatiza qual deve ser a principal qualidade do pastor:

> Você tem que chegar e se impor. Tem que mostrar (ao fiel) que se quiser ajudar amém, se não quiser ajudar Deus vai arrumar outra pessoa a ajudar. Entendeu como é que é?
>
> Se não quiser que se dane. Ou dá ou desce"
>
> O povo tem que ter confiança. Se se mostrar chocho o povo não vai confiar em você.
>
> Você tem que ser um super-herói. Isso chama a atenção e o povo diz: ôpa, esse aí é um líder de Deus mesmo.
>
> Tem aqueles que são tradicionais e dizem 'esse aí vai ser um falso profeta'. Tem outros que dizem 'há quanto tempo eu queria isso'. Esse vai ficar do nosso lado, esse vai (dizer) é isso mesmo e põe tudo lá. Então ele vai ser abençoado.
>
> Você nunca pode ter vergonha. Peça, peça, peça. Quem quiser dá, quem não quiser não dá.
>
> Se tiver alguém que não dê, tem um montão de gente que vai dar.
>
> Tem que ser no peito e na raça.
>
> O povo quer ver o seu pastor com coragem, quer ver o pastor brigando com demônio.
>
> Nós vamos lá, bota para quebrar, faz cambalhota e o povo fica louco.

---

[61] Discurso proferido durante a abertura do primeiro Congresso Nacional-Socialista em Nüremberg, 1934 Alemanha por seu líder Adolf Hitler. Extraído do video: Triunfo da Vontade, documentário produzido por Leni Riefenstahl, 1934.

(Luiz Caversan, *Folha de São Paulo*, 29 dez. 1995)

Este texto demonstra as características afirmativas da retórica iurdiana que é exigida aos pastores na sua comunicação nos cultos. Estes aspectos discursivos poderiam ser mais aprofundados para servir em futuras investigações.

> (A fé) faz com que nós sejamos fortes e poderosos.
>
> A fé é a certeza e o poder de Deus no nosso interior.
>
> A fé destrói e elimina as dúvidas.
>
> (A fé) É a responsável por todas as nossas conquistas.
>
> (Ed. 617, coluna bispo Macedo).

> O Senhor Jesus nos prometeu uma vida abundante. [Vida com abundância. Ser cristão é ser filho de Deus e co-herdeiro de Jesus; dono por herança de todas as coisas que existem na face da terra; proprietário de todo o Universo.]
>
> (Ed. 635,coluna bispo Macedo).

> É claro que a vontade de Deus é de que seus filhos sejam abençoados e prósperos.
>
> Deus criou o homem para que ele vivesse vida abundante. Não é o seu desejo que tenhamos uma vida cheia de sofrimentos [...] Não é também a sua vontade que soframos doenças ou que tenhamos uma vida de derrotas. Deus não deseja nada dessas coisas para Seus filhos.
>
> (MACEDO, 2002, p. 13, 25, 27).

e) Repetição

O discurso iurdiano afirmativo é divulgado através de uma variedade de gêneros comunicativos: televisão, rádio, jornal, internet, livros. É um esforço conjugado para divulgar os cultos mostrando que a IURD faz. Segundo Brown (1991, p. 27), o propagandista sabe que a repetição freqüente leva a que com o tempo seja aceita pelo público, esta era a técnica usada nas grandes campanhas desenvolvidas pelos regimes totalitários, pois a repetição obriga a que as massas recebam o doutrinamento por sugestão, pois altera as funções mentais e psicológicas. A IURD usa alguns recursos que contribuem para criar efeitos persuasivos tais como:

- A participação nas correntes, onde os fiéis durante um período de várias semanas se reúnem para receber as mensagens de forma repetitiva e insistente, que não pode ser interrompida, “são as correntes”.

- Nos exorcismos se utilizam efeitos especiais para criar um clima que favorece a recepção das mensagens, existe um roteiro para os exorcismos. Os pastores fazem orações repetitivas; as frases são proferidas sucessivamente, em tom de autoridade e num ambiente emocional. Os pastores também pedem às pessoas que fechem os olhos. Os obreiros apertam e balançam a cabeça ou o corpo do fiel em movimentos circulares que induzem o transe. O burburinho das pessoas rezando e gritando rebaixa os níveis de consciência de fiéis suscetíveis. Quem está no meio de uma multidão é influenciado pelas emoções dos indivíduos ao redor. (*Época*, n. 258, 28 abr. 2003).

5.6 Funções desempenhadas nos textos

5.6.1 Função retórica

Neste tópico trata-se sobre as funções discursivas dos textos: de que maneira a persuasão se expressa na textualidade? E de que forma os receptores conseguem compreender a intencionalidade persuasiva destes textos?

> Ao discurso científico, expositivo-demonstrativo, basta-lhe enunciar a tese e demonstrá-la. Porém, nos discursos que requerem a persuasão do público, porque não se constroem sobre evidências, mas sobre interpretações, é necessário um tipo de estruturação condizente a tal fim. Todo discurso retórico é uma estrutura textual-pragmática cuja finalidade é persuadir o auditório (como o caso da tragédia que analisa Aristóteles na sua Poética, cuja finalidade também, é persuadir ao auditório). Em ambos os casos, nos encontramos com desenhos estruturais e funcionais dos textos dentro de uma doutrina mista, textual-pragmática, porque se tem em conta o receptor na hora de constituir a estrutura que se dá em função da sua efetividade pragmática. (PUJANTE, 2003, p. 93, tradução nossa).

Verifica-se que a retórica iurdiana tem uma função geral: a de enfatizar a auto-representação positiva da instituição, legitimando-a como eficaz, poderosa e defensora de uma causa justa, defender as pessoas dos males cotidianos. Esta é uma representação social construída discursivamente e podemos analisá-la através de vários níveis. Assim, podemos ver no nível pragmático a eficácia persuasiva, no nível ideológico as estratégias de legitimação usadas, no nível argumentativo as formas de argumentação e no nível retórico as estratégias persuasivas.

Estes níveis por sua vez se expressam nas estruturas textuais cumprindo funções, basicamente criando sentidos e significados para os processos de compreensão pelos receptores nas

interações sociodiscursivas. Estão interligados, realizados simultaneamente, visto que os usuários da língua têm capacidades de reconhecer e usar todos estes níveis e estratégias de compreensão de sentidos e disto resulta que o esforço persuasivo depende da combinação dos níveis e estruturas onde as estratégias se realizam.

Cabe lembrar que os estudos de retórica clássica, precursores dos atuais estudos do discurso, se ocupavam de analisar as figuras retóricas, que visam atrair a atenção do receptor, estudadas dentro das orações, seqüências inteiras de orações ou discursos completos, que podem ser mais ou menos metafóricos ou hiperbólicos, o que implica que a função persuasiva não está restrita às figuras ou estruturas retóricas, pois estas podem depender do estilo ou sentido, entre outros (VAN DIJK, 2003). Isto certamente abre outras possibilidades de compreensão do funcionamento da persuasão como construção da qual participam os receptores na interação discursiva.

Algumas das estruturas textuais aqui analisadas são atos locutórios: frases e orações; tipos de argumentos e falácias; figuras retóricas: metáfora e hipérbole. Com estes elementos são construídos sentidos que visam obter efeitos persuasivos, assim as duas funções retóricas principais são a de *Fazer-crer* e de *Fazer-fazer*. Com estes princípios podemos indagar: como os textos iurdianos persuadem? Como é que as pessoas acreditam nestes enunciados elaborados nos contextos específicos do discurso religioso iurdiano? Mais importante ainda é saber: como estes textos realizam os objetivos e intenções discursivas do enunciante?

Para tentar responder a todas estas questões, parte-se do fato de que as estruturas retóricas usadas no texto iurdiano, citadas acima, chamam a atenção do receptor para as intenções do enunciante, pois todo texto realiza alguma intenção. Em segundo lugar a intencionalidade deve ser suficientemente clara, explícita ou implicitamente, para o receptor compreender esse sentido pretendido pelo enunciante. Mas compreender o sentido é insuficiente. As duas questões apontadas estão centradas sobre o texto em si mesmo, dependem da sua textualidade. Mas para responder a outra questão — como o texto persuade? —, esta implica também o receptor.

A teoria dos gêneros, tal como Bazerman (2005) a entende, pode auxiliar a explicar este mecanismo de interpretação das intenções retóricas dos textos. Segundo este autor as ações sociais significativas são realizadas pela linguagem, são atos de fala, realizados através de formas textuais padronizadas inteligíveis, o que denomina também de gêneros, que por sua

vez estariam relacionados com outros textos e que ocorrem em circunstâncias também relacionadas. Bazerman os denomina de fatos sociais (2005, p 23). São coisas que as pessoas acreditam que sejam verdadeiras e, assim, afetam o modo como elas definem essa situação. As pessoas então agem como se esses fatos fossem verdadeiros. Segundo Thomas (1923): "se as pessoas definem situações como reais, elas são reais nas suas conseqüências".

Como sabemos as palavras não apenas significam, mas fazem coisas, e toda declaração realiza algo, assim, os atos locutórios carregados de força ilocutória expressam as intenções do enunciante. No texto iurdiano os receptores reconhecem-no como forma inteligível, como gênero específico. No caso é reconhecível por ser uma extensão do gênero sermão ou pregação que os receptores transformam em fatos sociais, como verdadeiros e, por sua vez, também nas suas conseqüências, são tipificados em cultos, reuniões, pregações e contribuições financeiras, pois nestes fatos sociais são construídos sentidos e significados aceitos e compartilhados pelos receptores. Como podem compartilhar estes significados?

Se os atos locutórios anunciam promessas e vantagens, estas não são apenas desejadas, como buscadas na participação dos fatos sociais tipificados. Por ser este um discurso centrado no receptor que demanda, ambos, emissor e receptor, partilham expectativas de resultados desejados, desta forma o receptor legitima o enunciante, que através dos recursos textuais retóricos enfatiza os resultados buscados pelos receptores e ao mesmo tempo constrói uma auto-representação positiva de realização.

Desta forma as duas funções principais do texto são a de fazer-crer, o enunciante é legitimado como capaz de cumprir o enunciado; e fazer-fazer, a realização dos objetivos do enunciante de obter a atenção, a participação nas reuniões e as contribuições é efetivado pelos receptores. Este é um processo de reconhecimento psicossocial, como parte de atividades socialmente organizadas. Ao mesmo tempo o reconhecimento destes textos é possível graças a que os gêneros organizam atividades que articulam, por exemplo, os textos com as atividades realizadas por pessoas que trabalham juntas de forma organizada, segundo Bazerman (2005).

5.6.2 Função propagandístico-publicitária

O texto iurdiano tem, junto com a função persuasiva, uma segunda função com a qual concorre e da qual faz parte indissolúvel, mas que podemos analiticamente descrever dentro da estrutura textual, esta função é a propagandístico-publicitária, que, tal como o mesmo gênero, comporta três aspectos:

a) informar – apresenta dados objetivos como datas, horários, eventos, tipos de atividades realizadas, resultados.

b) persuadir – chama a atenção sobre problemas e necessidades, seduz, desperta desejos.

c) prometer ganhos – para suprir necessidades e atender desejos, cria expectativas.

A estrutura do texto publicitário pode ser encontrada em vários tipos de textos iurdianos, alguns são mais diretos, outros, indiretos. Vamos analisar alguns deles, o primeiro é um texto reportagem, o qual será descrito na sua estrutura textual e depois se fará uma análise do conteúdo persuasivo.

> **Faça sucesso crendo e praticando a fé inteligente**
>
> "Quando a pessoa crê e aplica a fé na Palavra, Deus Se manifesta, dando uma direção do que ela deve fazer para ser vitoriosa e alcançar o sucesso. Mas não basta apenas crer, é preciso praticar, senão essa crença se torna teórica, sem valor algum!", explicava o palestrante, durante uma das reuniões dos empresários. Foi exatamente esta direção que levou Marco a investir seus talentos em um negócio que até então jamais imaginou trabalhar. Participando ativamente destas palestras ele buscou em Deus a saída para seus problemas financeiros, que no passado eram muitos. Hoje, Marco é proprietário do Restaurante Zadoque muito bem estruturado, localizado no Hotel Normandie em São Paulo. — A partir do momento que aprendi a colocar Deus à frente dos meus negócios, as portas se abriram. Este é o caminho para quem deseja vencer solidamente, claro, buscando sempre a direção de Deus! É desta forma que estamos caminhando para um futuro bem próspero! — concluiu Marco.
>
> (Ed. 602, SP, reportagem).

Este texto cumpre as funções básicas do anuncio publicitário:

a) Informa: que Marco participou das reuniões para empresários que a IURD realiza em São Paulo, que a partir destas reuniões ele investiu num novo negocio e agora é proprietário de um restaurante, tendo encontrado uma saída para os seus problemas financeiros.

b) Chama a atenção para as pessoas que têm problemas financeiros, especialmente os empresários, desperta desejos e seduz (mostrando o bom resultado, a rapidez e facilidade para obtê-lo).

c) Promete “vitória sólida e um futuro bem próspero!”.

O texto cumpre as duas funções retóricas do texto publicitário: fazer-crer e fazer-fazer, já a partir do título da manchete: “Faça sucesso crendo e praticando a fé inteligente”. Usa os verbos *crer*, como atividade cognitiva, um tipo particular de fé, inteligente; e *praticar*, como ação a ser realizada.

Análise do anúncio-texto:

a) Este texto pode ser considerado como unidade de persuasão, pois ele tenta conseguir algo do receptor: sua atenção, sua adesão, sua participação.

b) Tem uma audiência específica em mente: os empresários ou quem deseja sê-lo, para os quais o anúncio-texto chama a atenção mostrando um produto que eles não têm, o qual é desejado ou que eles são persuadidos a querê-lo também.

c) O texto promete uma resposta, ao que parece imediata e certa: uma vitória sólida e um futuro bem próspero.

Rank (2004) oferece um modelo padrão para análise do anúncio publicitário, chamado de isca 1-2-3-4-5:

1) **Atenção!**: busca-se atrair a atenção do leitor diante da grande quantidade de anúncios que os meios utilizam. A Universal usa vários tipos de chamadas. No texto aqui analisado temos uma variação: FAÇA SUCESSO! Este, como outros usados nas reportagens, são os titulares das reportagens com exemplos-testemunhos dos que conseguiram benefícios, e para cada um há implícito um mandato; aqui é ‘faça!’

2) **Confie em mim!**: Esta funciona no pressuposto de Aristóteles da imagem projetada desejável — sou especialista, sincero e benévolo; a IURD acrescentou eficaz, apela para o auxílio de Deus o realizador do feito.

3) **Estímulo**: você necessita! você deseja algo! Este pode ser centrado sobre o produto que se deseja ou sobre o auditório, as fantasias e sonhos da audiência. Aqui se trata do desejo de sucesso do leitor.

4) **Rápido!**: Cria-se uma sensação de urgência no receptor, exige-se uma resposta emocional para levá-lo a comprar algo, fazer alguma coisa ou acreditar em algo sem o pensamento cuidadoso disso. A urgência cria uma ansiedade, pelo medo de perder uma vantagem se não agir rapidamente.

5) **Resposta**: A resposta é a meta principal dos anúncios, e um anúncio eficiente deve provocar uma resposta. Parece que a resposta buscada pelo anuncio busca é, além de chamar a atenção do leitor, que este visite a IURD e participe também da reunião dos empresários. Qual a vantagem perseguida pelo leitor? Conquistar a prosperidade.

O texto, como muitos anúncios, traz *omissões*: omite, entre outras coisas, o preço a ser pago, este é um detalhe para ser tratado somente depois. Que *valores* são expressos no texto? A IURD é eficaz; a prosperidade está ao seu alcance; a fé é um meio para alcançar bens materiais. Estes termos expressam um pragmatismo e utilitarismo da fé e a busca de riquezas econômicas como finalidade de vida religiosa. A técnica de persuasão usada é a de oferecer vantagens intensificando a solução dos problemas associado a participar das reuniões dos empresários na IURD, é a técnica de *composição*: liga um produto a uma marca ou empresa (RANK, 2004).

Outra estratégia persuasiva expressa na forma do gênero propagandistico-publicitário é analisada num folheto distribuído pela Universal informando das reuniões e que tem uma estrutura discursiva calcada na retórica de Aristóteles:

O esquema Aristotélico das partes do discurso

Aristóteles definiu as partes dos discurso como: Exordio, Narratio, Demonstratio e Epílogo. Estas partes podem ser aplicadas ao texto publicitário contemporâneo, mesmo de forma breve, sintetizada ou sobreposta, pois a moderna comunicação publicitária incorporou os esquemas retóricos aristotélicos, tal como o demonstra o publicitário Carrascoza (2002, p. 29-30) quando analisa textos publicitários atuais em anúncios de revistas de circulação nacional. A aplicação das partes do discurso segundo Aristóteles a uma análise propagandístico-publicitária de estratégias discursivas de um folheto de propaganda da IURD demonstra que segue este mesmo modelo.[62]

I - O Exórdio

O exórdio inicia o discurso retórico. Para Quintiliano, significa princípio na acepção latina, que na versão grega dá a entender com clareza a entrada no assunto que vamos tratar. O exórdio tem como objetivos chamar a atenção, a docilidade e a benevolência do público. Para

[62] Ver folheto do anúncio analisado nos anexos, onde se pode observar o esquema aristotélico em ação.

que o discurso se desenvolva em boas condições é necessário que o público atenda. Em segundo lugar, que mantenha essa atenção durante o discurso, e em terceiro, que se consiga a sua benevolência. (PUJANTE, 2003). Aqui se exprime logo de início o que se pretende dizer, pode ser um elogio, um conselho, uma censura.

Assim, no folheto o exórdio se resume a uma frase, em destaque, e que é a primeira informação: PARE DE SOFRER!!! Esta frase tem papel de *slogan*. Segundo Reboul (1975)[63], o *slogan* poderia desempenhar três papeis diferentes:

a) Fazer aderir, esta é sua função mais antiga e mais nobre, mas não se cumpre obrigatoriamente.

b) Prender a atenção, é o caso do *slogan*-título, cujo papel é o de induzir a ler ou ouvir o texto-anúncio; elaborado para captar a atenção.

c) Resumir, trata-se de uma função mais freqüente e mais marcante. Neste caso, o *slogan* é uma fórmula que resume de maneira curta e incisiva o texto ou o conjunto de uma campanha eleitoral, publicitária ou, ainda, toda uma ideologia.[64]

Ao mesmo tempo o *slogan* desempenha várias funções de linguagem: expressiva, incitativa, referencial, fática, etc.

O *slogan* se prende mais à segunda função, a incitativa, pois leva seus destinatários a fazer algo. Neste caso, o slogan PARE DE SOFRER!!! resumiria toda a proposta ideológico-religiosa da IURD. A estratégia adotada: este é um convite a quem sofre, especificamente, para parar de sofrer, pois na IURD um milagre espera por você... deduz-se que aqui você para de sofrer.

Chama atenção, também, a fórmula publicitária de utilizar o pronome pessoal você, dirigindo-se diretamente ao leitor e oferecendo-lhe satisfazer suas necessidades e desejos individuais, usando um meio de comunicação de massa. Certamente a mensagem foi elaborada pensando claramente no receptor, ou melhor, receptores. Podemos concluir que é uma forma eficaz de chamar a atenção do público leitor e que desta forma o *exordio* cumpre sua função principal.

II - A Narratio

---

[63] Ver as funções do *slogan* em Reboul (1975), importante para a retórica da publicidade moderna.

[64] O *slogan* desempenha papel importante nas ideologias totalitárias; já dizia Goebbels: "Não falamos para dizer alguma coisa, mas para obter um determinado efeito."

Esta é a segunda parte do discurso retórico, seguindo o exordio. É a exposição de fatos que tenham ocorrido ou venham a ocorrer; consiste em dizer tudo quanto esclarece o assunto, ou permite supor que o fato se deu, ou que com isso se constitui um dano ou uma injustiça, e que ele tem a importância que lhe atribuímos. (ARISTÓTELES, 1999, p. 574).

Na prática, esta parte se refere a fatos que o público já conhece e sobre os quais tem uma opinião; existe uma identificação ou reconhecimento do público, pois lida no cotidiano com eles, que podem provocar danos. O folheto aqui analisado relaciona uma lista de problemas comuns das pessoas. O emissor da mensagem pressupõe a existência destes problemas, como também que eles têm a devida importância para o público que os sofre como danosos.

III - A Demostratio

As provas devem ser demonstrativas, segundo Aristóteles; os discursos epidícticos, como neste caso, fazem ênfase na amplificação de que os fatos são belos e proveitosos. Aqui as provas apresentadas são em forma de exemplos que têm quatro aspectos. Na parte superior uma frase em letras grandes garantindo que "EXISTE UMA SOLUÇÃO!!!" Depois, os problemas relatados no *narratio* são agora tratados especificamente em dias especiais, como em categorias de problemas, e estes serão tratados e resolvidos conforme o exemplo bíblico que o acompanha. Ver, com relação a este terceiro aspecto, a destinação de cada dia da semana para um tema específico: prosperidade, saúde, família, etc. Para cada problema específico consta um versículo bíblico que funciona como exemplo de prova da garantia divina de que o milagre será realizado. O quarto aspecto é uma frase no final do quadro afirmando: "UM MILAGRE ESPERA POR VOCÊ! Visite-nos no endereço do verso deste folheto." Esta frase no final do folheto serve para confirmar que as provas apresentadas são chances de milagre à espera de um visitante no endereço indicado, ou seja, tem dia, hora marcada e endereço certo.

IV - Peroratio

Chamada também de epílogo (do grego *epílogos*), é a quarta e última parte do discurso e tem a função de concluí-lo. Compõ-se de quatro partes:

a) inclinar o auditório a nosso favor — no folheto da IURD lemos na última página uma frase que recapitula todo o folheto e começa assim: "A você que recebeu esta oportunidade de participar [...]"

b) amplificar ou minimizar o tema apresentado: "DEUS QUER MUDAR A SUA VIDA!!!"

c) excitar as paixões do ouvinte e fazer com que lembre: "Venha hoje mesmo e converse conosco estaremos a sua disposição." Segundo Rank (2004) o anúncio deve criar uma urgência: **venha hoje!**

d) recapitulando ou arrematando — na versão original se lê o verbo *epichalkeúein*, "dar marteladas", com o sentido duplo de reforçar ou recalcar e de moldar (ARISTÓTELES, 1999, p. 593): "Um milagre espera por você neste endereço! Av. Carlos de Lima Cavalcanti, 515 Antigo Supermercado Socimasa e Arco Iris - Bultrins Olinda 08:00 manhã / 15:00 tarde / 19:00 noite."

Este anúncio segue o modelo de divisão em partes segundo Aristóteles e que se aplica ao texto publicitário com a função de persuadir o público para que visite o templo da IURD e posteriormente adquira o produto ou serviço anunciado.

5.7 Funções sociais do discurso iurdiano

Temos que considerar que todo discurso em si é ideológico e que este elabora representações sociais do que somos, o sistema de crenças e valores, como também permeia as relações que um grupo mantém com outros. Na prática, uma ideologia pode também ser definida como um esquema que serve para codificar nossa representação social, porque compartilhada por outros, da realidade que nos cerca.

Para Van Dijk (2000) as ideologias podem ser utilizadas para legitimar ou enfrentar o abuso de poder, por exemplo, e por isto ajudam a organizar as práticas sociais. Podemos inclusive seguir algumas categorias que estruturam as ideologias, como atividades, objetivos ou valores. Estas categorias auxiliam a entender a estrutura ideológica iurdiana.

De uma forma geral podemos afirmar que a ideologia iurdiana serve para que esta continue a funcionar dentro dos seus objetivos e propósitos, auxiliando-a a organizar suas atividades, legitimando-a socialmente.

5.7.1 Legitimação

Como é legitimado o discurso iurdiano pelos participantes? Nos seus estudos lingüísticos sobre ideologia Van Dijk (2000) define esta como a base das representações sociais compartilhadas pelos membros de um grupo, e que também pode formar a base de argumentos específicos a favor de explicações sobre uma ordem social particular, ou efetivamente influenciar uma compreensão particular do mundo em geral.

Este autor estabelece uma relação entre discurso, cognição e sociedade. Interpreta que as ideologias não são inerentemente negativas no sentido que se dá a este conceito, como também o de legitimação. Desta forma, as ideologias somente serão definidas em termos dos seus conteúdos e estruturas, assim como em termos de suas funções sociais e cognitivas. (VAN DIJK, 2000, p. 25).

A legitimação é uma das principais funções sociais das ideologias. Esta pode ser uma prática discursiva complexa que envolve um conjunto de discursos inter-relacionados. As pessoas justificam ou explicam suas ações, a justificação é, então, a contrapartida institucional dessas ações, neste caso, é um discurso que justifica a ação oficial em termos de direitos e obrigações associados com o papel político, social ou legal (VAN DIJK, 2000, p. 319).

As ideologias formam os princípios básicos da legitimação interna do grupo através de categorias de pertença, de atividades, de objetivos, normas e valores que não só regulam e organizam as ações dos membros do grupo, como também são usados para justificar a posição social do grupo em relação a outros grupos. É aqui onde interagem ideologia e legitimação: no controle das relações entre grupos, nas relações de poder, dominação e resistência (VAN DIJK, 2000, p. 321). Com estes princípios gerais podemos indagar como se efetua discursivamente a legitimação iurdiana do seu discurso.

A origem divina

A mais importante justificativa procede da missão que, segundo um dos fundadores da IURD, Edir Macedo, teria sido recebida por inspiração de Deus. Portanto, a sua justificação tem características messiânicas:

> Temos ministrado o Evangelho de Jesus Cristo na sua pureza e integridade e por obra do Espírito Santo, nossa igreja foi levantada para um trabalho especial. (MACEDO, 2001, p. 9).
>
> Tendo o Espírito Santo como líder e o bispo Macedo como administrador a Igreja Universal do Reino de Deus desponta pelo mundo afora. (*Folha Universal*, 19 fev. 1995).

Segundo Campos (1997, p. 397) a Igreja Universal se tornou "uma associação hierocrática compulsória", graças à sua "organização contínua", sob a autoridade de um homem só ou de um pequeno grupo, que mantém autoritariamente o monopólio dessa coerção (ver também Weber, 1989). É por isso que a obediência, conseguida por coerção ou persuasão, é o alicerce sobre o qual repousa a Igreja Universal como instituição religiosa. A necessidade de obediência foi exposta por Macedo da seguinte forma:

> Ninguém tem o direito de se voltar contra a autoridade instituída por Deus, pois é o próprio Deus que tem que tomar as devidas providências para fazê-lo sair ou permanecer na condição de autoridade espiritual, [...] ninguém deve nem pensar em se colocar no lugar de Deus e procurar tomar providências contra o ungido do Senhor! E muito menos tecer comentários negativos a respeito daquela autoridade espiritual. (MACEDO, 1991, p. 76).
>
> [...] nem o diabo nem qualquer demônio pode resistir à autoridade que nos foi concedida. (MACEDO, 2004, p.131).

Este conceito de legitimação tem uma direção: vem de cima para baixo: a instituição se legitima a si mesma (VAN DIJK, 2000, p. 320). Este principio divino funciona adequadamente para o público interno, naturalizando a autoridade e o funcionamento da instituição, e até para os outros segmentos religiosos com os quais interage, mas para o público externo à Universal será necessário usar outros meios de legitimação.

Auto-representação positiva

Desde a sua fundação a IURD sofre um acelerado e dinâmico processo de transformação; de movimento formado de dissidências até a institucionalização com o reconhecimento social. Este é um bem sucedido empreendimento que transformou uma seita em igreja institucionalizada, segundo Campos (1997, p. 382). A Universal lutou bastante para obter o

reconhecimento social de que atualmente desfruta; em menos de três décadas, construiu uma imagem pública usando para isto auto-representações positivas.

Este é um processo ideológico complexo que envolve elementos retóricos discursivos, uso dos meios de comunicação de massa (com uma permanente exposição na mídia), o crescimento patrimonial (com a construção de grandes templos), a expansão mundial, aumento da representação política e participação nas campanhas eleitorais, o poder econômico alcançado. Tudo isto, resumido pragmaticamente como a eficácia dos resultados obtidos, serve para esta construção. A própria IURD divulga seus feitos:

> **IURD conquista credibilidade:**
>
> O interesse de pessoas famosas em todas as áreas em freqüentar o Templo Maior confirma a credibilidade do trabalho realizado pela instituição. Pesquisa realizada nas principais capitais pelo Datafolha mostrou o poder de influência da IURD, que conquistou o respeito dos brasileiros entre 1995 e 2003. Outra tendência observada na última década é a diversificação dos membros e freqüentadores. Pessoas de várias camadas, inclusive das classes A e B, estão assistindo às palestras. Entre os simpatizantes, podem ser facilmente vistos na igreja jogadores de futebol e artistas. Os maiores questionamentos destas pessoas são em relação à solução de situações adversas que atingem e abalam a vida do ser humano. (Ed. 615, Templo Maior, RJ).
>
> TV Record [propriedade da IURD] é homenageada na Alerj, Assembléia Legislativa do Rio de Janeiro. Universal Produções [da IURD] é sucesso na web. (Ed. 602).
>
> Empresários de comunicação fazem visita ao Templo Maior da IURD, o presidente do Jornal do Commercio, Maurício Dinepi, e o diretor geral da Rádio Tupi, Alfredo Raymundo Filho. (Ed. 603).
>
> Bispos Macedo e Crivella são homenageados na França, no dia 6 de dezembro de 2003, receberam o Prêmio de Incentivo ao Progresso, oferecido anualmente pela Société d'Encouragement au Progrès (Sociedade de Incentivo ao Progresso – SIP). (Ed. 611).
>
> A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) comemorou 26 anos de lutas, vitórias e muitas conquistas. A data foi lembrada com uma sessão solene realizada na Assembléia Legislativa de Santa Catarina. (Ed. 592).
>
> O Tribunal Superior do Trabalho (TST) condecorou com a comenda Ordem do Mérito Judiciário no Trabalho durante cerimônia na sede do TST, em Brasília. Entre eles estava o senador Marcelo Crivella (PL-RJ). (Ed. 595).
>
> Lei institui o Dia Estadual da Igreja Universal: Rio de Janeiro/RJ - A governadora Rosinha Garotinho (evangélica) sancionou a lei nº 4194/2003, de autoria do deputado estadual Jodenir Soares, que institui o dia 9 de julho como o Dia Estadual da Igreja Universal do Reino de Deus. (Ed. 604).

> IURD recebe prêmio em Luziânia-GO o XVI Prêmio Profissionais do Ano de 2003. O pastor Celso Gonçalves Aguiar de Oliveira, representando a Igreja Universal do Reino de Deus que, pela primeira vez, teve o seu trabalho reconhecido em Luziânia. (Ed. 614).
>
> "Cresce prestigio da Igreja Universal" pesquisa mostra o poder de influência da IURD. O jornal mostra pesquisa que informa que o poder de influencia da IURD aumentou nas classes medias. (Ed. 615).
>
> Palestras alcançam classes privilegiadas: Pioneiro de um trabalho de evangelização em residências da Barra da Tijuca (RJ), o bispo Jerônimo Alves, diretor de redação do jornal Folha Universal. (Ed. 623).
>
> Crivella agora é cidadão paraibano: O senador Marcelo Crivella (PL) recebeu, no último dia 29, o título de Cidadão Paraibano, em João Pessoa. (Ed. 624) .
>
> Alerj homenageia Folha Universal.
>
> A Folha Universal teve sua qualidade em prestação de serviços novamente reconhecida. O veículo foi homenageado com a Medalha Tiradentes, a maior honraria prestada pela Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro (Alerj). (Ed. 626).
>
> A IURD mobiliza no Rio de Janeiro um milhão e meio de pessoas no aterro do Flamengo. (Ed. 629)

A IURD desenvolve uma auto-representação positiva através da divulgação de todos estes fatos, reforçando cada vez mais sua imagem institucional. É inegável que a IURD conquista credibilidade e legitimidade através do reconhecimento psicossocial da população, este fatos o demonstram, o que reforça cada vez mais a força ilocutória do seu discurso.

5.7.2 Controle social

Segundo Van Dijk (2000), a ideologia pode ser instrumento de legitimação. Esta formaria os princípios básicos pelos quais um grupo se legitima socialmente através de normas e valores que regulam e organizam as ações dos membros do grupo. É aqui que a ideologia e a legitimação interagem no controle das relações entre grupos e se estabelecem relações de poder e dominação.

O surgimento da Universal gerou conflitos entre diversos grupos sociais e na luta pela sua legitimação a IURD criou estratégias de deslegitimação de outros grupos, como os espíritas, os seguidores da umbanda e candomblé, os católicos, os quais ataca sistematicamente, e é neste confronto que construiu sua identidade social religiosa. As estratégias de legitimação,

tanto quanto as de deslegitimação, são igualmente discursivas e implicam auto-representação positiva de si próprio e negativa dos outros. Este é um discurso ideológico, e como tal estabelece algum tipo de controle ideológico quando este pode influenciar as mentes dos falantes através da interiorização de crenças, atitudes ou ideologias dominantes (VAN DIJK, 2000, p. 234).

Para Van Dijk as estratégias de deslegitimação pressupõem poder e implicam dominação. Estas podem gerar o que define como "abuso de poder", que ocorre quando um grupo usa seu poder sobre outros. O poder realiza-se através do domínio do discurso e da comunicação. Este poder pode não ser apenas político ou socioeconômico, mas também simbólico. A Universal produz e distribui bens simbólicos sancionados como prática discursiva e social e legitimados pelo seu poder de comunicação. Isto é, o discurso dominante pode ser considerado legítimo devido à autoridade e prestígio e, portanto, associado à verdade. Assim, o controle ideológico é exercido porque está legitimado pelo controle que tem sobre os critérios de verdade. A Universal produz e veicula, sob seus próprios critérios e valores, um discurso religioso produzido nos meios de comunicação da sua propriedade e sob seu total controle ideológico e discursivo, a IURD tem o poder de dizer e diz.[65]

Mecanismos de controle discursivo

O discurso iurdiano apresenta uma relativa unidade temática e ideológica, proveniente de uma rígida estrutura institucional conferida pela administração carismática e a autoridade incontestável de Edir Macedo. Isto implica também o controle dos pastores e bispos manifesto através de uma rígida hierarquia, ao mesmo tempo em que a rotatividade não permite que os pastores e bispos fiquem muito tempo em um lugar, o que resulta na dependência total destes à instituição (CAMPOS, 1997, p. 393; JUSTINO, 1995, p. 59, 62).

Um dos mecanismos mais usados é a participação em correntes; o fiel tem que participar na corrente durante várias semanas, não pode faltar um dia sequer, do contrário "quebra a corrente". A participação contínua reforça a repetição frenética de idéias, frases, sugestões em clima emotivo, realizada através de grandes concentrações de pessoas, o que provoca efeitos persuasivos e psicológicos muito fortes, descargas emocionais intensas que influenciam suas decisões e escolhas, o que acarreta a perda da função crítica.

[65] A IURD têm o controle sobre sua produção discursiva porque é proprietária dos meios que utiliza.

A sugestionabilidade é um dos pontos mais críticos a serem investigados para compreender os mecanismos retóricos de persuasão neste tipo de contexto de produção de sentidos. A adesão do fiel, embora pessoal e única, ocorre sempre no meio de multidões num clima propício e contagiante. Estas condições de produção discursiva não podem ser desconsideradas.

5.7.3 Manipulação discursiva

> Quando um homem já não acredita em Deus, não que ele não acredite mais em nada, ele acredita em tudo.
>
> Chesterton

Segundo Van Dijk (2000), entre as principias funções das ideologias sociais estão, entre outras, o ocultamento, a legitimação e a manipulação, e estas são, sobretudo, práticas sociais. A propaganda como atividade ideológica tem como função afetar as atitudes e formas de pensar dos indivíduos como membros da sociedade, ainda mais quando esta usa exemplos ou ilustrações como uma evidência persuasiva da validade das crenças gerais. Esta possibilidade de um nexo direto entre discurso e ideologia, segundo este autor, explicaria também as estratégias de manipulação.

Em decorrência disto, as ideologias podem ser adquiridas mais diretamente através de meios persuasivos, daí a possibilidade de ocorrer manipulação na comunicação de crenças ideológicas. Para Van Dijk (2000, p. 263):

> A retórica está orientada para a comunicação persuasiva de modelos "escolhidos" de acontecimentos sociais, assim, opera como os receptores compreenderão e avaliarão esses acontecimentos por exemplo, em função dos interesses dos participantes. Não surpreende que as estruturas retóricas desempenhem um papel tão importante na manipulação ideológica.

Isto significa que na interação discursiva os atos comunicativos são formas de ação e portanto intencionais, pois o emissor quando enuncia o faz com um objetivo. Van Dijk chega a distinguir entre intenções e propósitos. As intenções são modelos mentais de atos discursivos e os propósitos ou objetivos são modelos mentais das conseqüências desses atos. As funções são sociais, enquanto os propósitos e intenções são representações mentais dos participantes. A manipulação teria por objeto alcançar um ato de fala do qual os receptores não conhecem ou compreendem os propósitos finais.

Se analisarmos o contexto cultural contemporâneo da cultura de massas, ocorre uma padronização dos desejos da multidão, mas estes mesmos desejos são moldados pela cultura massificada. Ao estudar a história da cultura de massas descobriremos as técnicas de manipulação, que o filósofo Olavo de Carvalho (1995, p. 84) define como: "A ação humana premeditada, realizada segundo uma conexão racional de causa e efeito." Podemos considerar que a tecnologia é a grande marca da modernidade e esta se expressou também na instrumentalização das ideologias através de técnicas de manipulação das mentes humanas. Não podemos deixar de considerar a advertência que Carvalho faz deste fato histórico:

> Não há um só movimento de massas, um só Estado nacional, uma só empresa de grande porte que não disponha de uma técnica ou um conjunto de técnicas, para moldar a personalidade de seus membros de acordo com os fins da organização. [...] .Não há disputa política, campanha publicitária, propaganda ideológica ou religiosa que não faça uso delas, submetendo a mente humana a um bombardeio atordoante, que impossibilita o exercício normal do discernimento e predispõe as massas a uma nova patologia: psicose informativa O que mais impressiona ao estudioso do assunto é a onipresença da manipulação da mente na vida contemporânea. Sem ela os grandes movimentos de massas que marcaram o séc. XX não poderiam existir. (CARVALHO, 1996, p. 84-86).

Segundo Brown (1991) alguns aspectos de como ocorre a manipulação das massas se explicam da seguinte forma: um dos achados mais significativos da psiquiatria e psicologia social dos últimos anos é que, com freqüência, é mais fácil mudar as atitudes de pequenos grupos de pessoas, sempre e quando não se trate de casos excessivamente anômalos, do que de um indivíduo solitário. Isto justificaria o fato de que as conversões nunca ocorrem isoladamente, mas exclusivamente nas concentrações. O que coincide com o fato da relativa ineficácia ideológica fora da atmosfera na qual foi produzida, no caso dos fervorosos cultos. Le Bon foi um dos primeiros pesquisadores dos fenômenos grupais e quem assinalou pela primeira vez que:

> Quaisquer que sejam os indivíduos que a compõem, seja qual for seu estilo de vida, seus caracteres ou inteligência, o fato de ter-se convertido em multidão os coloca em posição de uma espécie de mente coletiva que faz que pensem, sintam, e atuem de uma forma um tanto diferente a como pensaria, sentiria e atuaria cada indivíduo em um estado de isolamento. Le Bon explica isto em função de: a sensação de poder invencível que torna mais primitiva a multidão e menos sujeita ao controle da consciência ou ao temor do castigo; o fato do contágio ou imitação; a extrema sugestionabilidade da multidão. (BROWN, 1991, p. 87).

O próprio Macedo (1989, 24) escreveu a respeito da presença dos demônios: "por incrível que pareça o diabo ataca mais dentro da igreja do que em qualquer outro lugar". O que implica

que o demônio na prática iurdiana é elemento importante na interação das reuniões e sobre o qual gira o desenvolvimento das ações rituais e discursivas, pois este quando possui um fiel durante o culto, passa a ser interrogado pelo pastor, o que abre aqui possibilidades de análises da conversação inusitadas para pesquisadores da linguagem.

Mecanismos de manipulação

Um dos especialistas na análise da persuasão, Hugh Rank (2004), descreve como funciona um dos mecanismos de manipulação de certo tipo de propaganda política e social. Consta de quatro elementos (em inglês é denominado "papo de vendedor"), que não apenas convocam para uma ação imediata, mas também para uma ação coletiva, para juntar um grupo ou para lutar por uma causa. Este esquema é também desenvolvido na IURD.

1) **Intensificação de ameaças**: Aqui o fabricante de problemas adverte sobre ameaças em geral e usos específicos; sobre temas como destruição, invasão, restrição, dominação, injustiça e caos. Há que reparar que a ameaça geral do demônio como causa de todos os problemas humanos se encaixa como explicação geral, mas também para usos específicos: "existe o demônio que nos pode dominar, tirar nossas vidas, posses, famílias, negócios (invasão), nossa liberdade (restrição) provocando injustiças...

2) **Vinculação**: É uma preparação para uma ação coletiva. Provoca unidade, lealdade, orgulho, satisfação, o que Lorenz, chamou de "entusiasmo militante". Este é o primeiro requisito para o controle racional como unidade social contra a necessidade de ameaça; o segundo, presença de um inimigo odiado; o terceiro, uma figura inspirada [o pastor]; o quarto, a presença de muitos outros tomados pela mesma emoção.

3) **A causa**: Um senso de dever de defender alguém de uma ameaça e ganhar uma vantagem: uma missão para ajudar, proteger gente sofredora. Se existe ameaça ganha-se uma vantagem: dominação / vitória; destruição ou perda / segurança; restrição / liberdade; injustiça / recompensa; caos / ordem, prosperidade, abundância, crescimento.

4) **A resposta**: É um processo, um movimento para a ação; a intenção do "vendedor" é de recolher a energia coletiva de um grupo e ordená-la para uma ação específica. As histórias [são as narrativas dos testemunhos do fiéis iurdianos] intensificam os medos, aumentam tensões, acumulam forças até o ponto onde é necessária uma explosão, descarga [catarse provocada nas reuniões e cultos].

Ao final do processo: uma demanda específica [este é o momento interacional entre o pastor e o público], o momento de pedir as ofertas. Este esquema faz parte de uma propaganda de comando, pois exige uma resposta imediata aqui e agora, utiliza frases imperativas. Portanto ocorre a interferência do pastor conduzindo o processo, sugerindo comandos.

Este esquema demonstra que a interação durante os cultos é conduzida pelo pastor, que determina os temas desenvolvidos, conduz a interação, tem o controles dos turnos. Assim, a certa altura ele solicita e sugere os valores monetários a serem ofertados, uma simples análise da conversação poderá comprovar isto. Esta é uma técnica de comando, dentro de um contexto especial de produção de discurso persuasivo, num clima especial emotivo e grupal, com forte ênfase na suspensão da reflexão crítica.

A ação persuasiva não é unilateral, pois os presentes, de um modo geral, participam dos eventos tipificados como atividades sociais e discursivas por eles reconhecidas porque querem obter ganhos e vantagens; eles são co-participantes, eles querem acreditar e tornam válido o evento. Para os participantes o evento é verdadeiro e necessário para suas aspirações e demandas, desejam também receber as bênçãos prometidas e tantas vezes mostradas nos depoimentos dos participantes e nos relatos dos pastores. A instrumentalização discursiva opera-se através do imaginário, como controle dos desejos dos receptores, uma estrutura institucional e comunicativa de dominação simbólica dos conteúdos religiosos, do modo de vida religioso. O discurso iurdiano é orientado para atender os desejos, anteriormente despertados pela propaganda.

6. CONCLUSÃO

> As cidades arruínam-se quando já não podem distinguir os maus dos bons.
>
> Antístenes, filósofo cínico

Este trabalho de investigação teve como objetivo analisar as estratégias discursivas de persuasão do discurso religioso da IURD. Tratou-se de estudar os usos da linguagem e as funções desempenhadas nos textos dos recursos persuasivos selecionados.

Uma análise discursiva deve partir das marcas textuais inscritas no discurso em questão. Os elementos estudados foram as figuras de linguagem — metáforas, hipérboles —, os atos de fala e tipos de argumentos. Todos estes elementos formam um conjunto único definido pela sua função retórica e pelo objetivo de persuadir os receptores.

Quanto aos resultados encontrados, o discurso religioso da IURD aqui estudado revelou-se muito mais complexo do que inicialmente supúnhamos. Este discurso comporta diversos 'discursos' no seu interior. Acreditávamos que se tratava de um discurso somente religioso, mas revelou outros campos discursivos: econômico, político, maniqueísta, etc. Trata-se de um caso de interdiscursividade.

Outro aspecto importante no texto iurdiano é sua construção discursiva, que toma como referência o receptor, tal como ocorre com o discurso publicitário, a partir do qual se definem as estratégias discursivas retóricas de argumentação, de enfatização de temas e significados. Talvez seja esta a marca mais importante de sua formação discursiva, o que reforça o pressuposto aqui usado de que a finalidade enunciativa iurdiana seja a de persuadir o auditório, de buscar sua adesão e ação, este é um objetivo bastante claro nos textos aqui estudados.

Em relação às hipóteses propostas para esta investigação, estas foram confirmadas:

a) Ocorre uma colonização pelos sistemas da economia e do mercado nas ordens do discurso, no caso do campo religioso, especificamente do iurdiano. A Universal, ao

escolher a Teologia da Prosperidade como sustentáculo doutrinal, criou um empreendimento religioso bastante expressivo e dinâmico, que ao que parece é a sua teleologia. O tema do dinheiro é central nas suas atividades discursivas.

b) São utilizadas estratégias de publicidade como estratégia discursiva e retórica de persuasão. Ao analisar as estruturas lingüísticas comprova-se este esforço persuasivo aplicado nos níveis pragmático, argumentativo, retórico, ideológico. Estes níveis são conjugados para transmitir os valores e significados veiculados e legitimados discursivamente para que os receptores possam: fazer-crer e fazer-fazer; ou seja, para conseguir a adesão ao sistema de crenças iurdiano e alcançar os efeitos perlocutórios desejados: levar o público aos templos, a participar e contribuir financeiramente com os dízimos e ofertas.

c) Como resultado do esforço persuasivo apontado no item anterior, verifica-se a ocorrência de manipulação discursiva dos participantes para obtenção de pelo menos dois objetivos práticos: primeiro, arrecadação financeira, na medida em que os fiéis são estimulados pelos pastores a entregar muito além do dízimo, como também todo tipo de bens; segundo, a instrumentalização dos fiéis para os objetivos políticos e eleitorais da IURD. Configura-se o estabelecimento de relações de controle e poder ideológico sobre seus adeptos.

Confirmadas as hipóteses de trabalho que serviram como premissas para a investigação, os objetivos geral e específicos propostos também foram alcançados.

Em relação às estratégias discursivas usadas, a principal, e que orienta toda sua produção discursiva, a função persuasiva, é definida através das estratégias de propaganda e publicidade. A comunicação iurdiana está organizada para divulgar resultados. Enquanto as igrejas convencionais dirigem seus esforços para apresentar doutrinas, a IURD apresenta a si própria e seus resultados como o melhor argumento. Enfatizar aspectos positivos de si e negativos dos outros é nitidamente um recurso bastante usado pela publicidade na disputa pelo mercado de consumidores

A IURD incorporou conceitos de *marketing* para desenvolver seus produtos e serviços religiosos, principalmente porque diversificou suas atividades; assim, criou empresas, administra seus meios de comunicação, participa das eleições político-partidárias e elege seus próprios candidatos políticos. A IURD possui vários 'produtos' e estes são 'ofertados' de

forma sistemática e organizada. A constatação de que ocorreram mudanças nas práticas discursivas, com modificações na linguagem como extensões das práticas do mercado aplicadas a novas áreas, entre as quais podemos incluir o campo religioso, obrigou a reconceituar suas atividades em termos de produção e *marketing* de bens para consumidores. De outro modo, são construídos modelos idealizados pela publicidade dos produtores como aqueles que satisfarão os desejos e necessidades dos consumidores.

Um outra estratégia usada pela IURD é a de buscar a legitimação social. Esta é uma das funções principais dos discursos ideológicos, que visam validar-se junto à população não apenas como discurso religioso, mas também como instituição que busca o reconhecimento social. Os participantes conferem veracidade a este discurso porque acreditam na sua veracidade, o que se denomina de "reconhecimento psicossocial". A IURD passou da condição de seita neopentecostal nascida como outras semelhantes para se tornar uma instituição reconhecida, respeitada, rica e poderosa em termos econômicos, sociais e políticos; isto em apenas três décadas de funcionamento.

Sobre a função social do discurso iurdiano, isto é, as implicações que tem para a sociedade, consideramos que ocorre um controle ideológico e manipulação discursiva através de funções discursivas como legitimação, auto-representação positiva e controle social. E não surpreende que as estruturas retóricas desempenhem um papel importante na manipulação ideológica. Assim, a manipulação, por exemplo, tem por objetivo realizar um ato de fala do qual os receptores não conhecem ou não compreendem os propósitos últimos que o emissor tem como objetivos.

A persuasão e a manipulação podem, então, combinar-se com a legitimação, é assim que um grupo tenta impor sua ideologia a outro grupo ou fazer com que a adote por meios sutis. O que configura uma manipulação discursiva dos receptores são as relações de dominação e poder de um grupo sobre outros grupos pelo discurso. Significa que estas relações são instrumentalizadas para outros propósitos que os receptores desconhecem, aplicadas explícita ou implicitamente. A instrumentalização discursiva opera-se através do imaginário, como controle dos desejos dos receptores, uma estrutura institucional e comunicativa de dominação simbólica dos conteúdos religiosos, do modo de vida religioso dos participantes.

Quanto às perspectivas de futuros desdobramentos desta pesquisa podemos apontar algumas linhas de desenvolvimento como: analisar aspectos ilocutórios dos enunciados e estudar a

carga emotiva usada nas pregações dos templos como fator persuasivo; estudar o papel dos meios de comunicação de massas como elemento decisivo na configuração das cognições sociais dos participantes nas representações deste discurso.

Outra linha de pesquisa poderia ser a análise dos direitos lingüísticos e cidadãos dos participantes e as implicações do discurso religioso como discurso público no que diz respeito ao abuso de poder e à pertinência ou não de fazer propaganda para pessoas psicologicamente fragilizadas. Os valores ideológicos transmitidos mereceriam também uma observação mais profunda pela sua relação com o contexto sociocultural vigente no país e que este discurso produz e reproduz no seu complexo sistema de comunicação.

Temos a convicção de que este é um trabalho de relevância social e o tema tratado é de fato um problema de interesse geral, dentro do âmbito teórico e metodológico da ACD, com sua preocupação não apenas com questões teóricas, mas com problemas reais que envolvem grupos sociais e pessoas concretas em situações discursivas concretas, ou seja, em situações que envolvem usos da linguagem e a partir dos quais se desenvolvem interações sociais de dominação e poder, de grupos bem estruturados sobre grupos em situações desfavorecidas socialmente.

Ao final deste trabalho fica uma questão crucial, o questionamento sobre o imenso poder da informação dos meios de comunicação de massas e dos riscos que corremos quando grupos econômicos poderosos produzem cognições sociais sobre a realidade que a população absorve como verdadeiras. Dizer é um poder; poder dizer o que se quer dizer é mais do que poder, é controle social. De tudo isto, resta o problema ético da manipulação das massas. Para construir uma sociedade livre e soberana é necessário que os cidadãos sejam livres. Quando a verdade nós é imposta deixa de ser verdade. Ainda acreditamos que esta antiga advertência continua válida: “conhecereis a verdade e a verdade vos libertará...”

REFERÊNCIAS

ADAM, J. M.; BONHOMME, M. *La argumentación publicitária*: retórica del elogio y de la persuasión. Madrid: Cátedra, 1997.

AGOSTINHO, Santo. *Confissões*. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

ALMEIDA, R. *A universalização do Reino de Deus*. Dissertação (Mestrado) - IFCH/Unicamp, Campinas, 1996.

ALMEIDA, R. A.; MONTERO, P. Trânsito Religioso no Brasil. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo Fundação SEADE, v. 15, n. 3.

ALVES, R. A. A volta do sagrado: os caminhos da sociologia da religião no Brasil. *Religião e Sociedade*, n. 3, p. 109-141, out. 1978.

_____. A empresa da cura divina: um fenômeno religioso? In: VALLE, E. (Org.) *A cultura do povo*. São Paulo: Cortez e Moraes; EDUC, 1979.

ARDUINI, S. *Prolegómenos de una teoria general de las figuras*. Múrcia: Universidad de Múrcia, 2000.

ARISTÓTELES. *Retórica*. Madrid: Gredós, 1999.

AUBENQUE, P. *El problema del ser en Aristóteles*. Madrid: Taurus, 1984.

AUBREE, M. La diffusion du pentecôtisme brésilien en France et en Europe: le cas de l'IURD. In : LERAT, C. ; RIGAL-CELLARD, B. (Dir.) *Les mutations transatlantiques des religions*. Bordeaux: P.U.B., 2000a. p. 149-157.

_____. Dynamiques comparées de l'Eglise Universelle du Royaume de Dieu au Brésil et à l'étranger. In: BASTIAN, J.-P. ; CHAMPION, F. ; ROUSSELET, K. (Dir.) *La globalisation du religieux*. Paris: L'Harmattan, 2000b. p. 113-124.

_____. Communication faite au Séminaire Église Universelle du Royaume de Dieu. Paris, IRD, Unité de recherche « Mondialisation et construction identitaire », 13-14 décembre 2001.

AUSTIN, J. L. *Quando dizer é fazer*: palavras em ação. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.

BACELAR, R. *Uma introdução à psicologia*. Recife: FASA, 1998.

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BARNA, G. *O marketing na Igreja*. 2. ed. Rio de Janeiro: JUERP, s.d.

BARRON, B. *The health and wealth gospel*: what's going on today in a movement that has shaped the faith of millions? Illinois: InterVarsity Press, 1987.

BASTIDE, R. *Estudos afro-brasileiros*. São Paulo: Perspectiva, 1973.

_____. *As religiões africanas no Brasil*. São Paulo: Pioneira, 1989.

BAUDELAIRE, C. *Paraísos artificiais*. Porto Alegre: L&PM, 1982.

BAUDRILLARD, J. *Da sedução*. 5. ed. Campinas: Papirus, 1991.

_____. *Le systeme des objets*. Paris: Denoël/ Gonthier, 1968.

BAUMAN, Z. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BAZERMAN, C. *Gêneros textuais, tipificação e interação*. São Paulo: Cortez, 2005.

BENDA, J. *La trahison des clercs*. Paris: Grasset, 2003.

BERMAN, M. *Tudo que é sólido desmancha no ar*: a aventura da modernidade. São Paulo: Cia. das Letras, 1986.

BIBLIA Sagrada. Trad. João Ferreira de Almeida. Editora Vida, 1984.

BILLOW, R. Metaphor: a review of psychological literature. *Psychological Bulletin*, v. 84, n. 1, 1977.

BIRMAN, P. Cultos de possessão e pentecostalismo no Brasil: passagens. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro: ISER, v. 17, n. 1/2, p. 90-109, 1996.

_____. Males e malefícios no discurso neopentecostal. In: BIRMAN, P.; NOVAES, R.; CRESPO, S. (Orgs.). *O mal à brasileira*. Rio de Janeiro: UERJ, 1998.

BLACK, M. *Models and metaphors*: studies in language and philosofy. New York: Ithaca, 1962.

_____. Como as metáforas funcionam: uma resposta a Donald Davidson. In: SACKS, S. (Org.) *Da metáfora*. São Paulo: EDUC; Pontes, 1992.

BOGEN, J. The other side of the brain. *Bulletin of the Los Angeles Neurological Society*, 1970.

BORNSTEIN, M; KESSEN, W; WEISKOPF, S. The categories of hue in infancy. *Science*, n. 191, 1976.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1987.

BRETON, P. *A argumentação na comunicação*. Bauru: EDUSC, 1996.

BROWN, J. C. *Técnicas de persuasión*. Madrid: Alianza Editorial, 1991.

BURITY, J. *Identidade e política no campo religioso*. Recife: IPESPE; Ed. Universitária/UFPE, 1997.

CABRAL, P. *Propaganda*: a alquimia da sociedade industrial. São Paulo: Nacional, 1986.

CAMPBELL, K. K.; JAMIESON, K. H. Form and genre in rethorical criticism: an introduction. In: BURGCHARDT, C. (Comp.) *Readings in rethorical cristicism*. State College, PA: Strata, 1995.

CAMPOS, L. S. *Teatro, templo e mercado*. 2. ed. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Simpósio; Universidade Metodista, 1997.

_____. A Igreja Universal do Reino de Deus: um empreendimento religioso atual e modos de expansão (Brasil, África, Europa). *Lusotopie*, p. 355-367, 1999.

CANCLINI, N. *Culturas híbridas*: estratégias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo, 1990.

CARRASCOZA, J. A. *A evolução do texto publicitário*. São Paulo: Futura, 2002.

CARVALHO, N. *Publicidade*: a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2002.

CARVALHO, O. *O jardim das aflições*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

_____. *Aristóteles em nova perspectiva*: introdução à teoria dos quatro discursos. Rio de Janeiro: Topbooks, 1996.

CASALMIGLIA, H. & TUSÓN, A. *Las cosas del decir*. Barcelona: Ariel, 2002.

CHARADEAU, P. *Langage et discours*. Paris: Hachette, 1983.

CICERÓN. *El orador*. Madrid: Alianza Editorial, 2001.

CITELLI, A. *Linguagem e persuasão*. São Paulo: Ática, 2002.

COHEN, T. A metáfora e o cultivo de intimidade. In: SACKS S. (Org.). *Da metáfora*. São Paulo: EDUC; Pontes, 1992.

COMBLIN, J. Para uma tipologia do catolicismo no Brasil. *REB*, v. 28, n. 1, mar. 1968.

CONRADO, F. C. S. *Cidadãos do Reino de Deus*: um estudo da "Folha Universal" nas eleições de 1998. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2000.

COPI, I. M. *Introdução à lógica*. São Paulo: Mestre Jou,1968.

CORTEN, A. A Igreja Universal: uma máquina multinacional que responde às novas necessidades religiosas. *Revista Cultura Vozes* - Temas em debate, n. 6, p. 38-47, nov.-dez. 2002. .

_____. *Os pobres e o Espírito Santo*: o pentecostalismo no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1996.
_____. Miracles et obéissance: le discours de la guérison divine à l'Église Universelle. *Social Compass*, v. XLIV, n. 2, p. 283-303, 1997.

_____. *Le pentecôtisme au Brésil*. Paris: Karthala, 1995.

_____. *Pentecostalism in Brazil*. Basingstoke: Macmillan, 1999a.

_____. Pentecôtisme et 'néo-pentecôtisme' au Brésil. *Archives des Sciences Sociales des Religions*, v. 105, n. 1, p. 163-183, Janvier-Mars, 1999b.

CORTEZ, L & CAMACHO, M. *¿Qué es el análisis del discurso?* Barcelona: OCTAEDRO-EUB, 2003.

CRESPI, F. *A experiência religiosa na pós-modernidade*. Bauru: EDUSC, 1999.

CRIVELLA, M. *501 pensamentos do Bispo Macedo*. Rio de Janeiro: Ed. Gráfica Universal, s.d.

DANTAS SILVA, L. *Revista Continente*, Recife, ano I, n. 1, p. 13, 2002.

DA ROSA, S. *Construtivismo e mudança*. São Paulo: Cortez, 1996.

DE FLEUR; BALLA-ROKEACH. *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DOSTOYEVSKI, F. M. *Obras completas*. Madrid: Aguilar, 2003.

DROOGERS, A. A religiosidade mínima brasileira. *Religião e Sociedade*, ISER/CER, v. 14, n. 2, 1987.

DURANDIN, G. *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona: Paidós, 1983.

EAGLETON, T. *As ilusões do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

ELIADE, M. *O sagrado e o profano*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ESCANDELL, V. M.V. *Introducción a la pragmática*. Barcelona, 2003.

EVERAERDT-DESMEDT, N. La litanie publicitaire: valeurs fiduciaires et persuasion. In: *Argumentation et valeurs*. G. Maurand ed Press da l´université de Toulouse-le-Mirail, 1984.

FAIRCLOUGH, N. *Language and power*. 2. ed. London; New York: Longman, 1989.

_____. *Technilogization of discourse*. Centre of Language in Social Life Research Papers, 17. University of Lancaster, 1990.

_____. *Discurso e mudança social*. Brasília: Ed. UnB, 2001.

FAIRCLOUGH, N. ; WODAK, R. *Análisis crítico del discurso*. VAN DIJK (Org.) *El discurso como interacción social*. Estudios sobre el discurso: una introducción multidisciplinar. Barcelona: Gedisa, 2000. v. 2.

FAUCONNIER, G.; *Mental spaces*. 2. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

_____. *Mappings in thought and language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

FERRAZ MARTINEZ, A. *El lenguaje de la publicidad*. Madrid: Arco Libros, 1993.

FILL, A. Divided illocution in conversational and others situations – and some of its implications. *IRAL*, Feb. 1986.

FONSECA, A. B. *Evangélicos e mídia no Brasil*. Bragança Paulista: Edusf; Curitiba: Ifan, 2003.

_____. Males e malefícios no discurso neopentecostal. In : BIRMAN, P.; NOVAES, R.; CRESPO, S. (Orgs.). *O mal à brasileira*. Rio de Janeiro: UERJ, 1998.

_____. Folha Universal: Um jornal a serviço da política. *Textos* 37/38, Salvador, FACOM/UFBA, p. 137-166, 1997.

_____. A maior bancada evangélica. *Tempo e Presença*, São Paulo: CEDI, n. 302, nov./dez., p. 20-23, 1998a.

_____. Lideranças evangélicas na mídia: trajetórias na política e na sociedade civil. *Religião & Sociedade*, Rio de Janeiro: ISER, n.1, jun., p. 85-112, 1998b.

_____. *Evangélicos e mídia no Brasil*. Bragança Paulista: EDUSF, 2002.

FONZI, A.; SANCIPRIANO, E. *La magia delle parole*: alla riscoperta della metafora. Torino: Giuliano Einaudi, 1975.

FOUCAULT, M. *Arqueologia do saber*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

_____. *El orden del discurso*. 2. ed. Barcelona: Fabula Tusquest, 2002.

FRESTON, P. *Protestantes e política no Brasil*: da Constituinte ao impeachment. Tese (Doutorado em Sociologia), IFCH-Unicamp, Campinas, 1993.

_____. The Protestant eruption into modern Brazilian politics. *Journal of Contemporary Religion*, v. 11, n. 2, p. 147-168, 1996.

_____. Protestantismo e democracia no Brasil. *Lusotopie*, p. 329-340, 1999.

FREUD, S. *El mal-estar na cultura*. Madrid: Alianza Editorial, 1986.

_____. *A interpretação dos sonhos*. Rio de Janeiro: Imago, 2001.

FUENTES, R. C.; ALCAIDE, L. E. *Mecanismos lingüísticos de persuasión*. Madrid: Arco/libros, 2002.

FURUCHO, N. 2001. *Como ser um dizimista fiel*. Rio de Janeiro: Universal Produções.

GARDNER, H. *Development psychology*. Boston, 1978a.

_____. Children's literary development in children's humour. London: Tony Chapman & Paul Mc Ghee, 1978 b.

GARDNER, H. ; WINNER, E. O desenvolvimento da competência metafórica: implicações para as disciplinas humanísticas. In: SACKS, S. (Org) *Da metáfora*. São Paulo: EDUC; Pontes, 1992.

GIUMBELLI, E. Em nome da caridade: textos de pesquisa. Núcleo de Pesquisa do ISER, 1995. v. 1 e 2. (Projeto Filantropia e Cidadania).

_____. *O fim da religião*: controvérsias acerca das "seitas" e da "liberdade religiosa" no Brasil e na França. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Museu Nacional, UFRJ, Rio de Janeiro, 2000.

_____. A presença da Igreja Universal do Reino de Deus no espaço público brasileiro: "liberdade religiosa" fora do lugar? In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DA SISR, 26., Ixtapan de la Sal (México), 20-24 agosto, 2001.

GLUKSBERG, S; HARTMAN, D.; STACK, R. Metaphor comprehension is automatic and parallel process. Presented to Psychonomic Science Society, Washington, DC, 1977.Goethe, J. W. Fausto. Madrid: Ed. Aguilar, 2003

GOMES DE MATOS, F. *A lingüística, o usuário e a propaganda*. Programa de Pós-Graduação em Letras e Lingüística, Recife, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 1991.

_____. Por uma Declaração do Direitos Lingüísticos Individuais. *Rev. de Cultura Vozes*, v. 78, n. 2, mar. 1984.

_____. *Comunicar para o bem*: rumo à paz comunicativa. São Paulo: Ave Maria, 2002.

GOODMAN, N. *Languages of art*: an approach to a Theory of Symbols. 1968.

GREIMAS, A. J. *Semántica estrutural*. Madrid: Gredos, 1973

GUENÓN, R. Oriente e Ocidente. 1982. Mimeografado.

Habermas, J. *Theory of communicative action*. Londres: Heinemann, 1984. v. 1.

_____. A modernidade: um projeto inacabado. *Revista do Pensamento Contemporâneo*, Lisboa: Editorial teorema, v. 2, nov. 1987.

HADDEN, J.; SHUPE, A. Televangelism in America. *Social Compass*, v. 34, n. 1, 1987.

_____. *Televangelism*: power and politics on God's frontier. New York: Holt, 1988.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 4. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2000.

HORTAL, J. Um caso singular de pentecostalismo autônomo: a Igreja Universal do Reino de Deus. In: CONGRESSO INTERNACIONAL 'As novas religiões – missões e missionários', Recife, 1994.

ISIDORO DE SEVILLA, Santo. *De los sinónimos y Primer libro de las sentencias*. Sevilla: Apostolado Mariano, 1990.

JAEGUER, W. *Paidéia*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

JUSTINO, M. *Nos bastidores do Reino*: a vida secreta na Igreja Universal do Reino de Deus. São Paulo: Geração Editorial, 1995.

KOCH, I. G. *Argumentação e linguagem*. 4. ed. São Paulo: Cortez , 1996.

KOCHMANN, R. Problématique de l'étude en classe des messages publicitaires. *Bref*, n. 2, Paris: Larousse, 1975.

KOLAKOWSKI, L. O diabo. *Religião e Sociedade*, v.12, n. 2, 1985.

KOTLER, P. *Marketing*. São Paulo: Atlas, 1980.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra, 2001.

LÉONARD, É. G.. *O protestantismo brasileiro*. São Paulo: Aste, 1963.

LÉVI-STRAUSS, C. O feiticeiro e sua magia e A eficácia simbólica. In: *Antropologia Estrutural*, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1970.

Lipiner, E. *Santa Inquisição*: terror e linguagem. Rio de Janeiro: Documentário, 1977.

LIPPS, H. Die Verbindlichkeit der Sprache. Arbeiten zur Sprach-philosophie und logik. 2. ed. Frankfurt / Main: Vittorio Klostermann, 1958.

MACEDO, Edir. *O poder sobrenatural da fé*. Rio de Janeiro: Gráfica Universal, 1989.

_____. *Nos passos de Jesus*. Rio de Janeiro: Gráfica Universal, 1991.

_____. *Doutrinas da IURD*. Rio de Janeiro: Gráfica Universal, 2000. v. 3.

_____. *Vida com abundância*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 2002.

_____. *Aliança com Deus*. Rio de Janeiro: Gráfica Universal, 2003.

_____. *Orixás, caboclos & guias*: deuses ou demônios? 15. ed. Rio de Janeiro: Gráfica Universal, 2004.

MAINGUENEAU, D. Termos-chave da Análise do *Discurso*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

_____. *Gênese dos discursos*. Curitiba: Criar, 2005.

MARCUSCHI, L. A propósito da metáfora. *Revista Estudos da Linguagem*, v. 9, n. 1, Belo Horizonte: UFMG, 2000.

_____. Curso de Gêneros Textuais. Curso de Pós Graduação em Letras, UFPE. 2002

MARIANO, R. *Neopentecostalismo*: os pentecostais estão mudando. São Paulo: Dissertação (Mestrado em Sociologia) – FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

_____. Os neopentecostais e a Teologia da Prosperidade. *Novos Estudos Cebrap*, 44, mar., p. 24-44, 1996a.

_____. Igreja Universal do Reino de Deus: a magia institucionalizada. *Revista USP*, n. 31, p. 120-131, 1996b.

_____. *Neopentecostais*: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 1999.

MARTIN ROJO, L.; WITHAKER, R. *Poder decir*: el poder de los discursos. Madrid: Alianza, 1997.

MARX, K.; ENGELS, F. *Manifesto do Partido Comunista* (1848). Porto Alegre: LP & M., 2001.

MASIP, V. *Interpretação de textos*. São Paulo: EPU, 2001.

MAUSS, M. Essai sur le don: forme et raison de léchage dans les societés archaïques. In: *Sociologie et anthropologie*. 5. ed. Paris: PUF, 1973.

MAUTHNER, F. Beiträge zu einer Kritik der Sprache. 2. ed. Leipzig: Felix Meiner Verlag, 1923. 3 v.

MOREIRA, E. H. *A mídia e o exercício do poder na atualidade*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002

MOREIRA, P. *Demônios no Reino de Deus*: a Igreja Universal do Reino de Deus em Buenos Aires. Dissertação (Mestrado) – UERJ, Rio de Janeiro, 1998.

NAHRA, C.; WEBER, I.H. *Através da lógica*. Petrópolis: Vozes, 1997.

NIELSEN, D.; PACE, A. *Semantic Theory*: a linguistic perspective. Massachusets: Newbury House Publishers, 1969.

NIETZSCH, F. *Vontade de poder*: estudo e fragmentos. São Paulo: Escala, 2005.

OLIVA, M. *O diabo no "Reino de Deus"*: por que proliferam as seitas? São Paulo: Musa, 1997.

ORLANDI, E. P. *Palavra, fé, poder*. Campinas: Pontes, 1987a.

_____. *A linguagem e seu funcionamento*: formas de discurso. Campinas: Pontes, 1987b.

_____. *Discurso & leitura*. São Paulo: Cortez, 1993.

ORNSTEIN, R. *The psichology of conciousness*. New York, 1972.

ORO, P. A. A política da Igreja Universal do Reino de Deus. *Revista Cultura Vozes* - Temas em debate, n. 6, p. 48-58, nov.-dez. 2002. .

ORTEGA Y GASSET, J. *A rebelião das massas*. São Paulo: Martins Fontes, 2002

PAUL, J. Vorschule der Ästhetik. Kleine Nachschule zur ästhetischen Vorschule. Munique: Carl Hanser Verlag, 1963.

PAZ, O. *O arco e a lira*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.

_____. *O labirinto da solidão e post_scriptum*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

PEÑA-ALFARO, A. A. *Os seguidores de Baco*. São Paulo: Ed Mercuryo, 1993.

PÉNINOU, G. Intelligence de la publicité. In: *Étude sémiotique*. Paris: R. La fond, 1972.

PEREIRA P. S. *A Igreja Universal do Reino de Deus no contexto neoliberal*: mudanças na esfera religiosa e sua adequação ao sistema capitalista. Monografia (Conclusão do Curso de Economia) – UFRRJ, Rio de Janeiro, 2000.

PERELMAN, C. *Retóricas*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da argumentação*: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

PIAGET, J. *The child´s conception of the world*. London, 1929.

PUIG, J. J. *La publicidad*: história y técnicas. Barcelona: Mitre, 1986.

PUJANTE, D. *Manual de retórica*. Madrid: Castalia, 2003.

QUESNEL, L. A publicidade e sua filosofia. In: OS MITOS da publicidade. Petrópolis: Vozes, 1974.

QUIRK, R. et al. *A comprehensive grammar of the English langage*. London: Longman, 1988.

RAMSEY, I. *Religious language*: an empirical placing of teheológical phrases. New York, 1963.

RANK, H. *Análise da persuasão*. Disponível em <www.Govst.edu / pa.> . Acesso em 15 mar. 2004.

REALI, G. *O saber dos antigos*. São Paulo: Loyola, 1999.

REBOUL, O. *O slogan*. São Paulo: Cultrix, 1975.

REZENDE, A. P. A sedução do efêmero: solidão e pós-modernidade. In: COLETÂNEA A história e a sensibilidade. UFTO. (no prelo).

RICHARDS, I. *The philosophy of rhetoric*. New York: Oxford University Press, 1950.

RICOEUR, P. The specifity of religious language. *Semeia*, An Experimental Journal for Biblical Criticism, n. 4, p. 107-145, 1975:.

_____. *Interpretação e ideologias*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

_____. O processo metafórico como cognição, imaginação e sentimento. In: SACKS, S. (Org.) *Da metáfora*. São Paulo: EDUC; Pontes, 1992.

RIEFENSTAHL, L. O triunfo da vontade. Vídeo. Nüremberg, Alemanha,1934.

RODRIGUES, bispo C. *A Igreja e a política*. Rio de Janeiro: Gráfica Universal, 1998.

ROSA, G.; MARTINS, J. *Igreja Universal do Reino de Deus*: religião ou comércio? Lisboa: Hugin, 1996.

RUUTH, A.; RODRIGUES, D. *Deus, o demônio e o homem*: o fenômeno Igreja Universal do Reino de Deus. Lisboa: Colibri, 1999.

SACKS, S. (Org.) *Da metáfora*. São Paulo: EDUC; Pontes, 1992.

SEARLE, J. R. *Actos de habla*. Madrid: Cátedra, 1986.

SEDILLOT, R. *Revista História Viva*, nov. 2004, p. 34.

SEIDEL, R. H. *Manual teórico e prático para elaboração de trabalhos acadêmicos*: estrutura e apresentação de tese, dissertações, trabalhos de conclusão de curso, ABNT 2002 e 2003. Recife: Nossa Livraria, 2004.

SHAWCHUCK, N. et al. *Marketing for congregations*. Nashville: Abingdon, 1992.

SCHIBLES, W. *Metaphor*: an annotated bibliography and history. Wisconsin: The Language Press, 1971a.

_____. *Analysis of metaphor in the light of W. M. Urban's Theories*. The Hague: Mouton. 1971b

SCHOPENHAUER, A. *Como vencer um debate sem precisar ter razão*. Notas de Olavo de Carvalho. Rio de Janeiro: Topbooks, 1997.

SPITZER, L. *Études de style*. Paris: Gallimard,1970.

_____. La Publicité américaine comme art populaire. *Poétique*, n. 34. Paris: Seuil, 1978.

THOMAS, W. *Unadjusted girl*. Boston: Little Brown, 1923.

TRACY, D. Metáfora e religião: o caso dos textos cristãos. In: SACKS, S.. (Org.) *Da metáfora*. São Paulo: EDUC; Pontes, 1992.

URRY, J. Some social and spatial aspects of services. *Society and Space*, n. 5, p. 5-26, 1987.

VAN DIJK, T. *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós, 1983.

_____. *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós, 1990.

_____. *Cognição, discurso e interação*. São Paulo: Contexto, 1992.

_____. (Org.) *El discurso como interacción social*. Estudios sobre el discurso: una introducción multidisciplinar. v. 2. Barcelona: Gedisa, 2000a.

_____. *Ideología*. Barcelona: Gedisa, 2000b.

_____. (Org.) *El discurso como estructura y proceso*. Estudios sobre el discurso: una introducción multidisciplinar. 2. reimpr. v. 1. Barcelona: Gedisa, 2003a.

_____. *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel, 2003b.

VÁZQUEZ, I.; ALDEA, S. *Estrategia y manipulación del lenguaje*: análisis pragmático del discurso publi-propagandístico. Universidad de Zaragoza, 1991.

VAZQUEZ MONTALVÁN, M. *História y comunicación social*. Madrid: Alianza, 1985.

VERBRUGGER, R. *Metaphor comprehension of analogy*. Tese (Doutorado) - University of Minnesota, 1974.

VIEIRA, A. *Sermões*. São Paulo: Três, 1974.

VILLAÇA KOCH, I. *Argumentação e linguagem*. São Paulo: Cortez , 1996.

VYGOTSKI, I. S. *Denken und Sprechen*. Nerdlingen: S. Fischer Verlag, 1974.

WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 1981.

_____. *Conceitos básicos de Sociologia*. São Paulo: Morais, 1989.

_____. *Economia e sociedade*. Brasilia: UnB, 1991.

Weston, A. *Las claves de la argumentación*. Barcelona: Ariel, 2004.

WILSON, V. Modos de ler o discurso religioso. *Soletras*, Departamento de Letras da FFP, v. 5 e 6, p. 154-159, 2003.

WINNER, A; GARDNER, H. *The development of metaphoric understanding*. Development Psychology. 1976.

_____. *What does it take to understand a metaphor?* Apresentado à Society for Research in Child Development. New Orleans, LA, March, 1977a.

_____. Sensitivy to metaphor in organic patients. *Brain 100*, 1977b.

WITTGENSTEIN, L. *Investigações filosóficas*. São Paulo: Abril, 1999. (Os pensadores).

WODAK, R.; MEYER, M. *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa, 2003.

ZUSMAN, W. A terra sobre o poder de Mani. JB. s.d.

ANEXO A – Textos da coluna do bispo Macedo

Os textos a seguir foram selecionados do jornal Folha Universal, na sua versão eletrônica, e estão reproduzidos exatamente como foram publicados. Os quinze primeiros textos, que formam o Anexo A, são da coluna do bispo Macedo, e estão identificados com as iniciais BM, seguidas do nº da edição. Depois seguem-se as reportagens, reunidas no Anexo B, também com 15 textos, com a indicação da sigla do estado onde ocorreu e o número da edição. Os dois conjuntos perfazem um total de 30 textos,.

Texto nº 01 (BM, ed. 590)
Tema: A fé com qualidade

Tenho me inquietado com as seguintes perguntas: como é possível tantas pessoas crentes no Senhor Jesus Cristo, bem como na Sua Santa Palavra, viverem como se Ele nem existisse? E por que a Sua Igreja tem sido tão fracassada diante dos desafios que o mundo se lhe impõe? Buscando respostas e avaliando a fé de inúmeras pessoas que têm vindo até nós, chegamos à seguinte conclusão: a fé das pessoas fracassadas tem sido separada da inteligência que dá suporte à fé qualitativa.

A Bíblia nos revela que a vida de uma pessoa depende da sua fé. Nós podemos concluir que a qualidade de vida dessa pessoa também depende da qualidade de sua fé.

Quando o Senhor Jesus viu a fé do centurião, admirou-se e disse aos que O seguiam: ¨...nem mesmo em Israel achei fé como esta¨ (Mateus 8.10). Ele conhecia muito bem a tradicional fé judaica professada em todo Israel, mas somente achou fé de qualidade num estrangeiro, um oficial romano. A fé cultivada em Israel estava deteriorada pelos ritos e costumes religiosos tradicionais descompromissados com a fé original de Abraão, Isaque e Israel. Havia uma religião, mas faltava a comunhão com Deus. O que faltava de sinceridade sobrava de hipocrisia por parte das autoridades eclesiásticas. Era esse o quadro espiritual em Israel e que não difere em nada do mesmo apresentado nos dias atuais.

Ao deparar com a fé daquele estrangeiro, nosso Senhor não estava Se referindo ao tamanho de sua fé mas à sua qualidade. Essa qualidade se fez notória pela colocação inteligente de expressar o sentimento de certeza. Ele havia dito: ¨Senhor, não sou digno de que entres em minha casa; mas apenas manda com uma palavra, e o meu rapaz será curado. Pois também eu sou homem sujeito à autoridade, tenho soldados às minhas ordens e digo a este: vai, e ele vai; e a outro: vem, e ele vem…¨ (Mateus 8.8,9). Ele creu na palavra do Senhor Jesus porque reconhecia a Sua autoridade. Aí está sua inteligência unida com a fé.

A fé tem tudo a ver com a inteligência a partir do momento em que ela é consciente. O apóstolo Paulo confessou: ¨…eu sei em quem tenho crido. (2 Timóteo 1.12). Sua fé não estava alicerçada na fé alheia, nem muito menos no testemunho de alguém. Não! Ele estava convicto de sua crença. Ele conhecia bem em Quem havia apoiado toda sua vida.

A fé qualitativa suscita a revolta para com a derrota. A exemplo disso nós temos Abraão, Jacó, Moisés, Josué, Gideão, Jefté, Davi e tantos outros que apresentaram uma revolta diante dos sintomas de derrota. A qualidade de certeza que havia em seus corações obrigava-os rejeitar a derrota face a crença num Deus Todo-poderoso. Ao contrário da fé consciente, existe a fé cega, que jamais pode trazer qualquer benefício. Inclusive é a fé cega a responsável pela escravidão das religiões.

Gideão se mostrou revoltado diante do anjo do Senhor porque a sua inteligência não aceitava ver seu povo crendo num Deus vivo e ao mesmo tempo sofrendo nas mãos de seus inimigos. Sua revolta apontava sua força e com ela salvou Israel. O sentimento de revolta apresentado por Gideão diante de

Deus mostrou a sua força e a razão pela qual ele foi o escolhido para livrar Israel da mão dos seus inimigos. Na sua revolta haviam dois elementos principais: a fé e a inteligência.
Enquanto sua fé lhe dava a certeza de que Deus era com ele, a sua inteligência não se conformava com aquela situação de miséria.

Creio que Deus tem buscado pessoas de fé qualitativa para que Ele possa realmente ser glorificado nesse mundo, não com palavras vazias, mas no testemunho de caráter verdadeiramente cristão cristalino.

Deus abençoe abundantemente.
Bispo Edir Macedo.

Texto nº 02 (BM, ed. 591)
Tema: Os fariseus

O farisaísmo surgiu duzentos anos antes da vinda do Senhor Jesus.
Nascido de uma divergência entre um grupo do judaísmo, caracterizou-se pela observância exageradamente rigorosa do Pentateuco ou os cinco livros de Moisés: Gênesis, Êxodo, Levítico, Números e Deuteronômio.

Com o passar do tempo, constatou-se que sua tentativa de praticar a lei mosaica sem o uso da inteligência era impraticável. Até porque a falta de equilíbrio acaba levando ao fanatismo e, conseqüentemente, à perda de sua espiritualidade.

Já no tempo do Senhor Jesus o farisaísmo se tornou sinônimo de hipocrisia, pois a maioria dos fariseus impunham regras e obrigações que eles mesmos não praticavam.

Na Sua maior revolta ministerial, o Senhor Jesus disse: ¨Ai de vós, escribas e fariseus, hipócritas, porque sois semelhantes aos sepulcros caiados, que, por fora, se mostram belos, mas interiormente estão cheios de ossos de mortos e de toda imundícia! Assim também vós exteriormente pareceis justos aos homens, mas, por dentro, estais cheios de hipocrisia e de iniqüidade¨ (Mateus 23.27,28).

Nesse discurso podemos sentir a maior manifestação de revolta do Senhor jamais vista durante todo o Seu ministério, justamente contra pessoas religiosas. Significa dizer que Deus repudia o fingimento ou a hipocrisia muito mais do que qualquer outro tipo de pecado.

Sim, porque Ele não condenou as prostitutas, os ladrões, assassinos, adúlteros, mentirosos ou mesmo qualquer outro pecador em especial. Não! Mas exatamente aqueles que fingiam uma espiritualidade, santidade ou coisa parecida, mas que por dentro eram piores do que os que estavam assumindo publicamente o pecado.

Muitas vezes tenho perguntado ao Senhor: Por que tantas pessoas que têm chegado até nós têm custado tanto a nascer do Espírito? Onde estamos errando? O que temos de falar para despertar nelas um verdadeiro interesse no novo nascimento? Não é do Senhor o maior interesse em fazer nascer de novo? E por que isso tem sido tão difícil ou tão raro?

Ao mesmo tempo, desperta em mim aquela palavra do Senhor, dizendo: ¨Este povo honra-me com os lábios, mas o seu coração está longe de mim¨ (Mateus 15.8).

Parece que a raiz desse problema, então, chama-se hipocrisia. Creio ser esta uma das razões do porquê de tantas pessoas ficarem tanto tempo na igreja e suas vidas não mudarem.

Não é que Deus não queira operar nelas uma vida nova, mas é que elas não se têm rendido de todo o coração, mas apenas com restrições. Isso invalida suas orações, pois como pode o Espírito Santo penetrar num coração dividido?

É óbvio que nem todos os fariseus eram contra os ensinamentos do Senhor Jesus. Havia uns poucos sinceros, dentre os quais Nicodemos, por exemplo.

Também o apóstolo Paulo era um fariseu sincero, e, apesar de ser um perseguidor implacável dos cristãos, mesmo assim o Senhor o salvou.
Mas o salvou por causa da sinceridade de seu coração. A cegueira de sua fé, somada com a sinceridade de coração, resultava numa atitude drástica contra os cristãos. O Senhor Jesus pôde operar na sua vida e salvá-lo por causa da sinceridade de coração.

Muitos crentes não têm visto a grandeza de Deus em suas vidas justamente por falta de um sentimento mais puro no coração: a sinceridade. Eles se preocupam tanto em não pecar, contudo, esquecem a pureza d'alma na sua comunhão com Deus. Participam da Santa Ceia, mas mantêm o coração magoado contra o irmão; oram, jejuam e lêem a Bíblia com freqüência, mas seus olhos são maus para com os demais. E a verdade é que as promessas divinas são reais na nossa vida na mesma proporção em que é real a nossa prática dela: ¨Porque, quanto ao Senhor, seus olhos passam por toda a terra, para mostrar-se forte para com aqueles cujo coração é totalmente dele...¨ (2 Crônicas 16.9).

Muita gente cristã nem desconfia que o seu maior problema está dentro de si mesmo: a hipocrisia.

Deus abençoe todos abundantemente.
Bispo Edir Macedo.

Texto nº 03 (BM, ed. 592)
Tema: A perfeita justiça

¨Com efeito, Deus é bom para com Israel, para com os de coração limpo. Quanto a mim, porém, quase me resvalaram os pés;¨ (Salmos 73.1,2).

Quando o profeta Asafe se refere a coração limpo, significa a pureza que agrada a Deus, a sinceridade. Porque a perfeição não é possível, nós não temos perfeição diante de Deus, somos todos pecadores, porém é a sinceridade que faz a diferença entre as pessoas.

Às vezes a pessoa vive na marginalidade, na prostituição, levando uma vida avessa pelas circunstâncias que está vivendo, mas no seu coração há um clamor, uma súplica. Conforme o caso da prostituta Raabe, citado na Bíblia. Ela era prostituta, tinha um prostíbulo, mas no seu coração não era aquilo que ela queria ter. Havia pureza no seu coração. Da mesma forma, existem muitas pessoas que estão vivendo no erro porque não conhecem o Deus que salva, cura e liberta.

O profeta quase se desviou do caminho de Deus ao ver o incrédulo, o injusto, o perverso, o ímpio prosperarem, enquanto ele servia a Deus com sinceridade e não como os fariseus, mas, mesmo assim, a sua vida não mudava. Nas palavras dele sentimos uma revolta, que também deve estar existindo no seu coração por causa das situações em que você está vivendo, porém Jesus disse: ¨O ladrão vem somente para roubar, matar e destruir; eu vim para que tenham vida e a tenham em abundância¨ (João 10.10).

Você até questiona: ¨enquanto eu estava do lado do diabo, era até justo que eu sofresse por estar do lado dele, mas encontrei Jesus, a luz, abandonei a minha vida velha, tomei a decisão de seguir o caminho do Senhor Jesus, mas a minha vida não mudou. Onde está essa prosperidade, a vida abundante, os direitos que o Senhor nos dá garantidos na Sua Palavra?¨

Isso aconteceu com todos os profetas nos momentos de angústias, e deve estar acontecendo com você, conforme aconteceu comigo várias vezes.
Por isso, afirmo que, nos momentos mais angustiosos, quando nos revoltamos com a situação de injustiça que estamos vivendo, é que Deus Se manifesta e faz justiça.

Isso aconteceu conosco, em 1978, no início da Igreja Universal do Reino de Deus, no bairro da Abolição, no Rio de Janeiro. Naquela época, nós já éramos perseguidos, caçados como se fôssemos bandidos.

Até que um dia, quando eu caminhava para a igreja, disse: Meu Deus, só queremos ajudar as pessoas, o Senhor conhece o nosso coração! Podemos até enganar os outros, mas ao Senhor, de maneira alguma!

Justamente quando queremos ajudar alguém enfrentamos situações de injustiças. Naquele momento, o Espírito Santo falou claramente no meu coração que a luta pode ser grande, mas a vitória é certa.

Há seis anos, na África, nós estávamos caminhando para fazer reunião na igreja que ficava num porão, não tinha janelas, nem portas. O local tinha capacidade para 500 pessoas em pé, mas era freqüentado por 1.200. Naquela ocasião, eu passei em frente a uma bela catedral tradicional que se encontrava fechada, e disse: Meu Deus, veja a nossa situação. O Senhor é Deus justo. Isso é justiça? Enquanto este prédio está vazio, só para enfeitar a cidade, o Teu povo está na igreja igual a uma sardinha em lata...

E Deus fez justiça.

Dois anos depois, a nossa igreja foi inaugurada na África com capacidade para 4 mil pessoas. Foi construída ao lado do porão onde realizávamos os cultos. Deus ouviu o nosso clamor por justiça.
Deus é amor, compaixão, misericórdia, mas antes de tudo Deus é justiça. Por causa desta sua perfeita justiça é que Ele enviou Jesus ao mundo para nos justificar e tornar possível que cheguemos à Sua presença. Jesus é a nossa justiça.

Algumas filosofias e religiões, para enganarem as pessoas, orientam que elas devem se acomodar com o sofrimento e a dor. A cruz a que o Senhor Jesus se refere que devemos carregar não são as doenças, nem as enfermidades, nem a vida miserável. A cruz é você assumir a fé em Jesus e ter que suportar as afrontas. É você ser caçado por ser uma pessoa justa, por querer justiça. É você ser abandonado, excluído por querer as coisas certas. Esta é a nossa cruz.

Você pode ser católico, evangélico, espírita, bom, mau, branco, negro, inteligente, culto, inculto, não interessa o rótulo que tenha, mas dentro de si há uma coisa que todos têm em comum que se chama senso de justiça.

Esta justiça encontramos em Malaquias 3.18: ¨Então, vereis outra vez a diferença entre o justo e o perverso, entre o que serve a Deus e o que não o serve.¨ Esta diferença não vamos ver no céu, porque neste não entra o perverso nem o injusto. Temos que ver esta diferença aqui na terra. É por esta razão que todos aqueles que têm fome e sede de justiça devem clamar a Deus.

Deus os abençoe abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 04 (BM, ed. 599).
Tema: Sociedade com Deus

Amigo leitor, imagine se um grande empresário se oferecesse para ser seu sócio, mesmo você não tendo nada, e lhe dissesse: ¨Não importa, estou lhe trazendo uma proposta de sociedade, e tudo o que tenho passa a ser seu, e tudo o que você tem passa a ser meu¨.

¨Mas como é possível, se eu não tenho nada para dar?¨, você pode indagar.

É justamente essa a idéia de uma aliança com Deus. Quando você faz aliança com Ele não tem mesmo nada para dar, mas Deus tem tudo a lhe oferecer. Tudo o que Ele deseja é fazer morada dentro do seu coração, e através de você poder manifestar as maravilhas dEle neste mundo, para que as outras pessoas venham conhecê-Lo também.

Sim, amigo leitor, é justamente isso que Ele quer: que você venha
realmente conhecê-Lo como Senhor, Salvador e Deus.

Quando alguém faz aliança com Deus, ela se torna a pessoa mais feliz do mundo. Não apenas no sentido de alcançar bens materiais, mas, sobretudo, o bem maior que é a vida eterna.

A sua vida vale mais que tudo neste mundo, é mais importante até que a de seus entes queridos.

Você pode dizer: ¨Bispo Macedo, meu filho é mais importante¨. Não, não é, porque quando você morre, deixa de ter filho e qualquer outro bem. Por isso a sua vida é o bem mais precioso. E quando você une sua vida a Deus e passa a depender da Fonte da vida que é o Senhor Jesus, e estar em comunhão e aliança com Ele, então as portas e os seus caminhos são abertos.

Em Josué 1.3, Deus diz: ¨Todo lugar que pisar a planta do vosso pé, vô-lo tenho dado, como prometi a Moisés¨. Ele falou para Josué e hoje está prometendo a você também. Sim, uma vida próspera e abundante. De sucessos, conquistas e bênçãos sem fim.

Mas é preciso que você esteja aliado a Ele; senão é impossível, você vai lutar e não chegará a lugar algum. É como escalar um pau-de-sebo: você gasta toda a sua energia tentando subir, há um momento em que não agüenta mais e desce.

Em Efésios 3.16-20, o apóstolo Paulo fala à Igreja, aos cristãos, aos que vivem de acordo com a Palavra de Deus e fizeram aliança com Ele: ¨...para que, segundo a riqueza da Sua glória, vos conceda que sejais fortalecidos com poder, mediante o Seu Espírito no homem interior... e assim habite Cristo nos vossos corações, pela fé..., a fim de poderdes compreender..., e conhecer o amor de Cristo que excede todo entendimento, para que sejais tomados de toda a plenitude de Deus.
Ora, àquele que é poderoso para fazer infinitamente mais do que tudo quanto pedimos, ou pensamos, conforme o seu poder que opera em nós¨.

Quando fazemos uma aliança com Deus, o Seu poder é exercido, e desenvolvido através de nós, para que venhamos conquistar grandes coisas, vencer as dificuldades e ver coisas que antes não víamos.

Às vezes pedimos algo que está ali bem perto de nós, e não conseguimos enxergar. A maioria das grandiosas e gloriosas coisas de Deus estão em nossa frente, mas não conseguimos enxergá-las, porque não temos tido olhos espirituais para vê-las. Porém, quando desenvolvemos a nossa força interior e fazemos uma aliança com Deus, os nossos olhos são abertos, vemos o que antes era invisível através da fé e da palavra que nos conduz à vida, que é a Palavra de Deus.
Amigo leitor, se você é uma dessas pessoas que vêm lutando e não consegue conquistar nada, já foi a várias religiões e fez tantas rezas, praticou tantos ritos e obedeceu todas as imposições religiosas, mas ainda continua vivendo à mingua, há uma solução para sua vida: conhecer o Deus vivo e fazer uma aliança com Ele.

E caso você esteja num presídio, num hospital ou com problemas e dificuldades - que o Espírito Santo o envolva, abrace, ilumine e o faça sentir a Sua gloriosa mão. E que, ao tocá-lo, faça-o sentir, imediatamente, a cura, a alegria, a paz da Sua presença e a certeza de que você não está só. E que venha estender-lhe a mão, para retirá-lo do fundo do poço em que você se encontra, libertando-o das forças espirituais do mal, das correntes que o prendem, para que você possa conquistar a vida abundante que Deus tem para você!

Deus abençoe todos abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 05 (BM, ed. 605)
Tema: A Palavra que produz o milagre

Você pode ver Deus nas mais pequeninas coisas que existem na face da Terra e ter acesso a Ele através de toda a Sua criação. Quando estou diante do mar e vejo a sua imensidão extraordinária, quando olho para o céu e vejo a imensidão do infinito cheio de estrelas, fico imaginando: o meu Pai criou toda essa grandeza, toda essa glória, usando apenas a Sua Palavra!

Ele não usou as mãos para criar o homem nem os animais, nem a Terra; tudo fez usando apenas a Sua Palavra, e essa mesma Palavra está nos nossos lábios para criar uma vida nova. É ela que nós anunciamos nas rádios, nas TVs, no jornal e nas igrejas para trazer à existência as coisas que não existem na sua vida.

Ela vem de uma só boca. A mesma Palavra que deu origem aos céus e à Terra é a mesma que dá origem a uma vida abençoada. Basta você crer de todo o coração.

Certa ocasião uma mulher se aproximou do Senhor Jesus e disse: ¨Bem-aventurada aquela que te concebeu, e os seios que te amamentaram.¨ (Lucas 11.27). Mas o Senhor Jesus lhe respondeu: ¨Antes, bem-aventurados são os que ouvem a Palavra de Deus e a guardam!¨ (Lucas 11.28).

¨Bem-aventurados os que não viram e creram¨ (João 20.29), diz a Bíblia, e se você acreditar nessa palavra será abençoado.

Jesus tem uma palavra para você, meu amigo e minha amiga, que está angustiado, caído, prostrado, desgraçado; para você que vive uma vida de miséria. Ele diz: ¨Eu amo os que me amam; os que me procuram me acham¨ (Provérbios 8.17).

Quer dizer, se você O amar, Ele lhe amará, se buscá-Lo, Ele se deixará achar. Ser abençoado depende de cada um de nós. Se fizermos a nossa parte, Jesus fará a dEle. Se eu planto, vou colher; se não planto, não vou colher. Jesus só é achado pelos que O procuram.

Em Provérbios 8.18-21 diz: ¨Riquezas e honras estão comigo, bens duráveis e justiça. Melhor é o meu fruto do que o ouro, do que o ouro refinado; e o meu rendimento, melhor do que a prata escolhida. Ando pelo caminho da justiça, no meio das veredas do juízo, para dotar de bens os que me amam e lhes encher os tesouros.¨

Você só vai ter riqueza e honra com Jesus, lembre-se disso. Sem Ele, esqueça. Claro, você pode ser honrado por outros homens ou ter uma estátua no meio da praça com seu nome, mas depois que morre acaba tudo isso, pois a glória desse mundo não dura para sempre; entretanto, a de Deus se perpetua por toda a vida.

Por exemplo, quando falamos de Moisés e de Elias, que já morreram, nosso coração se enche de fé, porque lembraram que esses homens foram honrados por Deus, conforme afirma a Bíblia.

Se você se sente pequeno e insignificante, saiba que Jesus faz com que os pequeninos, os insignificantes e os que são desprezados sejam grandes. E aqueles que são ¨grandes¨, Ele reduz a nada. A bênção na sua vida só depende de você. Isso é maravilhoso, é extraordinário.

Há uma lei, na Física, que diz que, para toda ação existe uma reação. Se você dá, recebe; se planta, colhe; se tem fé, recebe a cura, a prosperidade e a bênção para sua família. Mediante a sua oração há uma resposta de Deus. De acordo com o seu sacrifício, o Espírito de Deus desce como fogo para usá-lo e torná-lo grande para a glória de Deus. Tudo depende da sua atitude diante dEle.

Eu peço a você que, por favor, não tome atitude simplesmente seguindo o exemplo dos outros. Tem muita gente que hoje está gemendo no inferno por ter espelhado a sua vida observando a vida dos outros. Veja o seu potencial, cuide de si mesmo. Quando você morrer estará sozinho. Na vida também é assim. Cuide de si próprio e de sua fé. Não importam as circunstâncias, não importa o que dizem as pessoas, a atitude que você toma com relação a Deus é que vai abençoá-lo. Se Deus agir, se Ele quiser abençoar uma pessoa, quem O impedirá? Com certeza, ninguém.

Deus abençoe todos abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 06 (BM, ed. 614)
Tema: A entrega

Como adquirir uma fé que me dá condições de conquistar aquilo que Deus prometeu? Eu posso até forçar o meu coração a acreditar e amar alguém, e ter tudo para ser um ótimo marido, porém o mesmo não posso fazer com a fé. Ela é um dom que vem de Deus e entra no nosso coração como uma atitude do próprio Espírito Santo, que a põe em nós, mudando toda e qualquer situação.

O que fazer para ser merecedor dessa fé? Qual é a atitude diante de Deus para que Ele possa depositar a confiança e a certeza n'Ele e não nas pessoas? O Senhor Jesus nos responde esta pergunta quando diz:

¨Dai, e dar-se-vos-á; boa medida, recalcada, sacudida, transbordante, generosamente vos darão; porque com a medida com que tiverdes medido vos medirão também¨ (Lucas 6.38).

O segredo para alcançar a fé é entregar-se, é sacrificar-se. E isso não significa pegar todo o salário e colocar no altar e depois continuar vivendo da mesma forma. Porque a pessoa dá hoje e amanhã tem mais, mas quando ela dá a sua vida e a perde, então estará oferecendo o seu melhor para Deus.

Quando o Senhor pediu a Abraão o seu filho, sabia que iria ser atendido. E Abraão deixou um testemunho para nós do tipo da qualidade da fé e da confiança requerida por Deus.

Sara queria um filho de qualquer maneira, e a sua ansiedade e o desejo de tê-lo era muito grande. Ela amava Abraão, e não queria vê-lo envergonhado e humilhado. E por não ter condições humanas de dar-lhe um filho, ofereceu-lhe a empregada.

E nasceu Ismael, que representa os filhos da carne, os nascidos do carinho do pastor e da malícia. Estes ficam dentro das igrejas gerando outros filhos da carne e trazendo problemas. Já Isaque representa o filho da promessa. Os nascidos de Deus representam os que têm a verdadeira fé abraâmica, a fé que agrada a Deus. Mas como podemos receber a fé que agrada a Deus? Quando colocamos a nossa vida no altar. Não através de uma simples oferta, salário ou dinheiro, mas toda a

nossa vida. Lembra da oferta da viúva? Os homens depositaram grandes somas e ela, que era muito pobre, depositou apenas duas moedas que não valiam nada, a não ser para comprar o pão daquele dia.

Jesus não ficou com pena dela, tampouco devolveu o seu dinheiro. ¨E, chamando os seus discípulos, disse-lhes: Em verdade vos digo que esta viúva pobre depositou no gazofilácio mais do que o fizeram todos os ofertantes. Porque todos eles ofertaram do que lhes sobrava; ela, porém, da sua pobreza deu tudo quanto possuía, todo o seu sustento.¨ (Marcos 12.43,44).

Para você ser objeto do novo nascimento, é preciso dar ouvidos aos mandamentos do Senhor, que diz que os nascidos de Deus vencem o mundo.

A vida é algo pessoal, intransferível, só você pode oferecê-la ou negá-la. Deus é soberano, Ele pode todas as coisas, mas jamais obrigá-lo a fazer a vontade d'Ele. De um lado, Deus pede sua vida e, do outro, o diabo diz que a sua vida lhe pertence. Porém a decisão é sua! E quando fazemos o sacrifício no altar, não estamos entregando a nossa vida como se faz em muitos casamentos hoje em dia, em que o casal se entrega no altar e no dia seguinte está com outra pessoa. Nesse tipo de entrega não há compromisso nem seriedade com a verdade, mas um jogo de interesses; por isso mesmo os casamentos não dão certo. De nada adianta fazer um voto com Deus, se este não foi sincero.

Quando há uma entrega, a pessoa assume e vive 24 horas por dia, então o Espírito Santo deposita a fé que vai fazê-la vencedora.

Quando renunciamos e renegamos a carne e sacrificamos a Deus, a nossa vida torna-se objeto de atenção do Espírito Santo, que traz a fé que remove montanhas.

Abraão foi obediente ao sacrificar a sua vida e os seus bens, saindo da sua terra em obediência a Deus.

Há um manancial infinito. Na Palavra de Deus, em João 1.16, está escrito: ¨Porque todos nós temos recebido da sua plenitude e graça sobre graça.¨

O apóstolo Paulo disse que Deus não nos dá o Seu espírito por medida. Você não recebe o Espírito Santo por medida, mas todo.

E Deus só pode fazer do barro alguma coisa útil quando o mesmo estiver maleável. Ele só pode fazer uma vida nova quando esta se entrega 100% nas mãos d'Ele.

Que Deus abençoe a todos abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 07 (BM, ed. 616)
Tema: A revolta de Abraão

Graças à sua santa revolta diante de Deus, Abraão obteve a grandeza de visão das estrelas no céu. Durante muitos anos ele vinha seguindo a direção divina, mas a certa altura, quando o medo de sua fama, por ter vencido cinco reis com apenas 318 homens, invadiu seu coração. Pensava consigo: os povos das regiões vizinhas vão pensar que quero imperar sobre suas terras. Certamente irão se juntar contra mim.

Essa preocupação tomou conta de Abraão e o terror se apossou dele. Foi então que o Senhor lhe apareceu e disse:

Não temas, Abrão, Eu sou o teu escudo, e teu galardão será sobremodo grande. (Gn 15.1).

Mas, ao invés de cobrar ânimo com tais palavras, Abraão logo manifestou a revolta que há muito trazia no peito: Senhor Deus, que me haverás de dar, se continuo sem filhos e o herdeiro da minha casa é o damasceno Eliézer?... A mim não me concedeste descendência, e um servo nascido na minha casa será o meu herdeiro. (Gn 15.2,3).

Ao meu ver, tais palavras soam muito duras diante de Deus. Parece-me que naquele momento Abraão estava pronto para o tudo ou nada, vida ou morte.

Quem era ele para dirigir-se assim ao Senhor Deus?! É como se o barro estivesse falando com o oleiro: estou cansado de ser manuseado, faz logo de mim um vaso ou então... jogue-me fora!

Pura malcriação, falta de respeito, falta de reverência... Enfim, revolta mesmo!

Por outro lado, aos olhos de Deus, o sentimento de Abraão era perfeitamente plausível, já que ele vinha-Lhe obedecendo à Palavra há tanto tempo, e seu grande sonho ainda não tinha sido concretizado. O Senhor, e somente o Senhor, compreendia sua angústia.

Além disso, aquela manifestação de "malcriação santa", na verdade expressava sua força em Deus. Mostrava sua real dependência d'Ele. E isso era altamente positivo e agradava a Deus.

Creio que essa experiência de Abraão, bem como a de Gideão, inspirou o escritor aos Hebreus escrever:

De fato, sem fé é impossível agradar a Deus, porquanto é necessário que aquele que se aproxima de Deus creia que Ele existe e que se torna galardoador dos que O buscam. (Hb 11.6).

Além disso, nota-se o fato de que realmente dependia do cumprimento da promessa feita pelo Senhor há muitos anos. "De ti farei uma grande nação..." (Gn 12.2).

Ora, o anseio de Abraão tem de ser o mesmo daqueles que se predispõem a salvar almas. Aquele filho tão almejado de Abraão representa as almas tão almejadas por aqueles que têm verdadeira paixão pelas almas perdidas.

A resposta de Deus a Abraão foi instantânea, imediata...

A isto respondeu logo o Senhor...

Quantas orações têm sido feitas a Deus cujas respostas têm demorado tanto, não é verdade?

Quantas vezes oramos tanto, jejuamos, fazemos vigílias e tudo o mais por apenas uma única resposta de Deus!

Por causa da revolta de Abraão, Deus logo o respondeu.

Também graças à santa revolta diante do Anjo do Senhor é que Gideão foi escolhido para salvar o povo de Israel.

Penso que Deus permite chegarmos ao fundo do poço para despertar nossa fé sobrenatural e tornar possíveis nossos sonhos impossíveis.

Ao contrário da natureza humana, a fé é rude, ou seja, ela despreza qualquer tipo de sentimento, e por isso mesmo é loucura para os que se perdem. Quem pode explicá-la?

Quando Abraão viu seus servos em conflito com os de Ló, por causa da terra onde estavam, ser reduzida para os rebanhos de ambos, imediatamente determinou a separação.

Apesar dos laços familiares entre ambos, mesmo assim Abraão não hesitou em seguir só na sua caminhada com Deus. Tamanha foi sua confiança em Deus, que propôs a Ló escolher o melhor lado para seguir. Enquanto seu sobrinho escolheu as campinas do Jordão, Abraão partiu para o deserto contrário.

Do ponto de vista do homem natural, seria mais vantajoso escolher a "melhor parte" e deixar a outra para o sobrinho. Mas sua convicção da contínua presença de Deus em sua vida preferiu ficar com a "pior parte".

Loucura? Sim e não... Sim, aos olhos humanos; não, aos olhos da fé.

Que Deus abençoe todos abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 08 (BM, ed. 617)
Tema: A fé e a dúvida

Muitos têm se perguntado por que sofrem tanto, vivem uma vida mesquinha e miserável enquanto outros alcançam a felicidade. Talvez não falte realmente nada a essas pessoas, mas embora afirmem ter tudo, se sentem vazias, ocas, e nada lhes satisfaz. E vivem a reclamar, dizendo que nada dá certo em suas vidas. São queixumes que normalmente fazem por causa do seu sofrimento, e isso acontece sem que elas mesmas percebam, por uma única razão: a dúvida. Todos os seus sofrimentos, dores, amarguras e decepções acontecem por terem este sentimento dentro do coração.

A dúvida é a causadora de todos os problemas do homem, é como um vírus de uma doença; quando a pessoa contrai um vírus fica doente, e assim como esse vírus traz uma doença – e junto a ela vêm outras –, com a dúvida é a mesma coisa. Ela é a mãe do medo ou dos medos, e é também a mãe da preocupação, da ansiedade, da depressão, enfim, de tudo aquilo que causa destruição ao ser humano. É a principal razão do seu sofrimento.

"Ora, a fé é a certeza de cousas que se esperam, a convicção de fatos que se não vêem.

Pois, pela fé, os antigos obtiveram bom testemunho.

Pela fé entendemos que o universo foi formado pela palavra de Deus, de maneira que o visível veio a existir das cousas que não aparecem." (Hebreus. 11).

A fé destrói e elimina as dúvidas e faz com que nós sejamos fortes e poderosos, através dela e do Senhor Jesus.

Quando o homem não nutre, não alimenta e não fortalece a sua fé ao ouvir a palavra de Deus, as dúvidas vão tomando conta e se assenhoram, primeiramente do corpo espiritual da pessoa, para depois destruir o material.

Como já falamos, a dúvida é como um vírus mortal, e se não houver um remédio forte para combatê-la, ele se alastra e leva a pessoa à morte.

É preciso lutar contra esse vírus, e a fé é o único remédio contra ela. A dúvida é mãe de todos os problemas, bem como mãe do medo, da preocupação, da ansiedade e da depressão. Ela é a mãe de toda a destruição da raça humana.

A fé, por sua vez, é a mãe de todas as bênçãos de Deus. Ela é a responsável por todas as nossas conquistas. E a fé é a certeza e o poder de Deus no nosso interior, é a palavra de Deus dentro de nós, e quando a absorvemos no nosso coração, nos tornamos potentes, fortes, invencíveis e inabaláveis diante de toda e qualquer circunstância.

É preciso, portanto, que a pessoa venha a abastecer o seu coração desse tipo de fé para que as dúvidas sejam eliminadas. É óbvio que se a fé não funciona, então, a dúvida entra em ação e destrói a pessoa.

Esta é a razão pela qual muitos estão sofrendo; por estarem cheios de dúvidas, indecisos, sem saber o que querem. Enfim, não são nem barro e nem tijolo, e "mais ou menos" não serve! Ou ela é ou não é!

Amigo leitor, Jesus ensina-nos que a nossa palavra seja sim ou não; o que vier após isto é do maligno. Ora, então, não podemos ter dúvida e tampouco deixá-la crescer e desenvolver-se no nosso coração. Temos, sim, que ativar a nossa fé, exercitá-la alimentando-a constantemente através da meditação diária da Palavra de Deus. E viveremos através dela e por ela, a fim de que consigamos conquistar tudo aquilo que almejamos no nosso coração.

Que Deus abençoe a todos abundantente.
Bispo Macedo.

Texto nº 09 (BM, ed. 629)
Tema: O bom conselho

Certa vez, um pai chegou a um certo hospital e viu o filho agonizando num leito de dor, sofrendo terrivelmente. Então, a sua primeira reação foi rogar a Deus que o colocasse no lugar do filho. Embora pareça absurdo, esse é o sentimento natural que ocorre em muitos pais. Só quem é pai ou mãe conhece a dor do filho; e se nós, seres humanos, sabemos avaliar a dor de um filho, quanto mais Deus. Foi exatamente isso que Ele sentiu ao enviar Seu Filho Amado ao mundo. O Senhor Jesus pôde então tomar o lugar de cada um de nós lá, na cruz, e carregar consigo todas as mazelas da vida humana de maneira que nós, hoje, temos o direito à vida eterna.

Isso nos obriga a usar a nossa inteligência, e não somente a fé, pois ninguém nasce com destino traçado, e a fé sem inteligência leva ao fanatismo, que leva à pessoa que tem fé em Deus, mas não pensa nem faz uso da sua inteligência. Se o homem semear arroz, é claro que ele vai colhê-lo. Aquilo que ele semear hoje, crendo em Deus ou não, irá colher amanhã. Nós colhemos hoje o que plantamos ontem, e se a vida está indo de mal a pior, a culpa não é de Deus e sim nossa. Se plantamos, com certeza iremos colher.

"Feliz o homem que me dá ouvidos, velando dia a dia às minhas portas, esperando às ombreiras da minha entrada" (Provérbios 8.34).

Eu me converti ao Senhor Jesus quando tinha 19 anos e não nasci com a sorte traçada, mas apliquei os conselhos ouvidos na minha vida. Semeei e plantei e hoje, naturalmente, estou colhendo esses frutos do que plantei ontem. E vou colher amanhã os frutos que eu planto hoje. O mesmo vai acontecer com você. A sua vida não depende de políticos de governo, nem de seu pai ou de sua mãe. A sua vida depende da decisão que tomar hoje. Se plantar uma semente hoje, vai colher os frutos daquilo que plantou. É uma questão de inteligência e não de religião você aplicar na sua vida os conselhos de Deus.

Se eu roubei, como dizem os meus acusadores, era para eu estar na cadeia. Eu já fui até preso, me fizeram várias acusações, mas estou livre porque nada puderam provar.

Amigo leitor, se você for injustiçado por dar ouvido aos conselhos de Deus, pode ter certeza de que Ele vai fazer justiça na sua vida. O Senhor será o seu advogado no dia do seu julgamento, acredite nisso. E você pode não ter condições nenhuma, não saber ler e/ou escrever, mas se plantar o bem, com certeza colherá, amanhã, os frutos das suas boas ações. Use a inteligência, procurando saber o que Deus pensa, o que Ele aconselha você a praticar.

E uma vez obedecendo-Lhe, ninguém poderá destruí-lo, nem o inferno, pois o Senhor não quer destruir ninguém, mas sim salvar. O único capaz de nos destruir somos nós mesmos. Quando seguimos os conselhos de Deus, prosperamos, nos tornamos felizes, temos uma família tranqüila, segura, com saúde e tudo aquilo que Deus criou.

É importante destacar que nenhum filho é obrigado a ouvir os pais, principalmente quando já possui entendimento pois Deus nos deu o livre arbítrio. E por muitos filhos não quererem dar ouvidos aos pais vivem chorando. Esses filhos estão perdidos nos vícios e nas drogas. Enquanto isso os pais choram, urram, gemem de tanto sofrimento, mas nada podem fazer, porque os filhos já são adultos ou se consideram. Porém, esses pais não têm mais autoridade sobre eles. Assim é Deus: Ele não tem o domínio sobre você e sua família enquanto não se inclinar diante d'Ele. Quando você se entrega e pede para Ele tomar conta da sua vida, passa a usar a sabedoria que vem do Alto e a fé de que Ele vai cumprir as promessas em sua vida.

Você, que é pai, ao invés de ficar medindo forças com o seu filho, desabafe com Deus, seja sincero e diga: Pai, eu não tenho condições de mudar o meu filho, mas o Senhor é capaz de me ouvir, então me ajude, livra o meu filho do mal. Com certeza, Deus dará o livramento a sua família. Saiba que Deus é Pai e sabe o que você sente. Portanto, use a fé com inteligência. Nós temos filhos e não os obrigamos a seguir o nosso caminho. E enquanto são pequenos, eles nos acompanham; mas, depois que crescem, passam a ter a própria capacidade de escolha, e decidem os seus próprios caminhos. Quem é sábio ouve os conselhos de Deus.

Que Deus abençoe todos abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 10 (BM, ed. 633)
Tema: Vai ter com a formiga

A formiga é um inseto que trabalha em unidade. Alguns estudiosos, pesquizando a espécie numa mata, observavam várias formigas caminhando enfileiradas que, em um determinado momento, pararam ao se depararem com um rio no meio do caminho. Imediatamente algumas formaram uma ponte, unindo-se uma a outra; e quando todas passaram, cansadas, caíram e morreram afogadas. Elas deram a vida pelas demais, ou seja, estavam em um só espírito, trabalhando numa completa e total unidade.

O próprio Deus, na Sua Palavra, faz menção da ausência de preguiça nas formigas:

"Vai ter com a formiga, ó preguiçoso, considera os seus caminhos e sê sábio. Não tendo ela chefe, nem oficial, nem comandante, no estio, prepara o seu pão, na sega, ajunta o seu mantimento." (Provérbios 6.6-8).

Ele nos deu além da inteligência, a terra, a semente, as quatro estações do ano, os braços e pernas, para que venhamos fazer a nossa parte e não fiquemos esperando o fruto cair do céu ou que outros venham trazê-lo em nossas mãos.

A formiga trabalha duro, incessantemente, reservando-se para o futuro. E por ser trabalhadora, ela vence todos os seus obstáculos. Semelhantemente é a fé que também exige trabalho e atividade constante no seu exercício. Por isso ela não pode ser teórica, mas colocada em prática.

O homem precisa aprender a materializar a sua fé e, para isso, tem que ter coragem e ânimo para ir à luta. Ainda que encontre problemas, mas, com certeza, irá vencer.

Na realidade, as bênçãos dependem de um conjunto, de um trabalho de Deus com você e de você com Deus. É uma parceria assim, como o marido é parceiro de sua esposa (e vice-versa). Deus é parceiro do homem nas conquistas, mas é preciso que o homem tome atitudes e faça aquilo que Deus não pode fazer. Deus é espírito, e o homem, carne. Ocorre da seguinte forma: o espírito de Deus vem sobre o homem e lhe dá forças para lutar e vencer. É assim que acontece o milagre do verdadeiro encontro.
Ao buscarmos o Espírito de Deus, recebemos a Sua força, energia que vem do céu, e aí nos tornamos dispostos e determinados para lutar e vencer!

Por isso é que Deus faz uma severa advertência contra o preguiçoso, mandando-o observar a formiga que, mesmo não tendo comandante ou um dirigente, sabe o que vai fazer. Cada um sabe da responsabilidade de fazer a sua parte.

Amigo leitor, Deus também lhe deu talento e o capacitou para também fazer aquilo que tem de ser feito. Faça a sua parte, e Deus fará a d'Éle. Porém, se você não cumpre a sua parte, Ele fica desobrigado de fazer a d'Ele.

Todos os milagres relatados na Bíblia teve a participação do ser humano. Depois que Deus criou Adão e Eva, jamais operou um milagre sozinho.

Tanto é que, ao criar os animais, incumbiu a Adão de dar nome aos mesmos, por quê? Porque Ele não tinha a pretenção de fazer tudo sozinho. E ainda hoje, Deus quer que sejamos Seus parceiros e aliados na realização dos nossos sonhos.

Já o preguiçoso fica deitado, parado, vendo a "banda passar". E por isso não conquista nada. "Ó preguiçoso, até quando ficarás deitado?" (Provérbio 6.9).

A Igreja Universal é uma instituição que abre as suas portas de segunda a segunda, de janeiro a janeiro, o dia todo, de manhã, à tarde e à noite.

Temos visto muitos aventureiros indolentes e preguiçosos, ingressando na obra de Deus por acreditarem que achariam moleza e facilidade.
Aliás, aquele que trabalha não pode ter uma vida semelhante ao do preguiçoso. Nesse caso, a igualdade é uma grande injustiça!

E, se o candidato à obra de Deus não orar, jejuar, chorar na presença de Deus pelo povo, se ele não sacrificar a própria vida e lutar para que o seu trabalho desenvolva, jamais logrará êxito, e a sua fé jamais irá se desenvolver. E o seu trabalho se tornará palha.

Que Deus abençoe todos abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 11 (BM, ed. 635)
Tema: O princípio da vitória

Para que a fé se manifeste na vida do ser humano é necessário haver coragem, e para que haja coragem é preciso revolta contra a situação vivida. A revolta, nesse aspecto, vem a ser, então, mãe da coragem, que, por sua vez, impulsiona a uma atitude de fé.

O Senhor Jesus é o Autor e Consumador da fé; Ele nos tem dado o dom da fé sobrenatural, para que a exercitemos no cumprimento da Sua Palavra.
No livro de Apocalipse 2.10, Deus até permite a ação do mal no mundo, ainda que o seu tempo já esteja determinado, mas, em compensação, nos deu uma arma capaz de neutralizar toda e qualquer ação maligna: a Sua Palavra.

Amigo leitor, a fé que temos no coração foi depositada pelo Espírito de Deus, para que venhamos fazer uso dela como única arma contra o mal. Toda e qualquer conquista tem um preço, e o preço do bem é a vitória sobre o mal. Não se pode conquistar definitivamente nada de bom, sem antes vencer completamente o mal.

O Senhor Jesus deixou isso bem claro, ao ensinar que quando o valente guarda a casa, estão seguros todos os seus bens; sobrevindo, porém, um mais valente, vence-o e toma tudo o que lhe pertence. Ora, esse tem sido o princípio da vitória desde o início da humanidade. Vence aquele que é mais forte!

A ordem de Deus era de que o Seu povo derrotasse completamente os inimigos. Não poderia haver alianças, concessões ou exceções. O espírito de luta, de guerra, que leva à vitória, tem de ser esse. A vitória tem de ser total e completa!

O Senhor Jesus nos prometeu uma vida abundante; mas, para que isso se torne realidade, é preciso lutar e vencer completamente o inimigo, e conquistá-la.

O mal não pode continuar dominando e se apossando daquilo que nos foi prometido. E a vitória do bem sobre o mal só é possível se houver um confronto direto, isso é inevitavel. Há uma necessidade de lutar contra aquele que tem bloqueado o caminho, e vencê-lo. Do contrário, a promessa tornar-se-á como uma miragem. Nosso Senhor disse claramente que não veio trazer paz à terra, mas espada! E a espada é uma arma de ataque e defesa! Se nós não a utilizarmos contra o mau, ele a usará contra nós!

Se nós a temos e não fazemos uso dela contra o nosso inimigo número um, então jamais conquistaremos a nossa terra prometida! A ordem é atacar, vencer e conquistar. A verdadeira fé só se completa em nosso coração quando é motivada pela revolta santa contra o mal e tudo o que nos oprime.

Que Deus abencoe todos abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 12 (BM, ed. 644)
Tema: Crescimento que incomoda

O crescimento evangélico faz surgir severas restrições e também perseguições por parte daqueles que se sentem incomodados com o sucesso deste segmento. É natural que isso aconteça, pois ninguém é perseguido sem nenhum motivo, e para toda perseguição existe uma razão. Neste caso específico, o motivo principal é o fato de o cristão alcançar os seus objetivos.

Quando o homem conhece a Verdade, imediatamente abandona a religiosidade, os dogmas e filosofias e se vê livre dos grilhões do império mau que outrora o impedia de conhecê-la; que o mantinha

escravo do sistema religioso desse mundo. É elementar que haja oposição contra aqueles que estão alcançando almas e as convertendo através das boas novas.

Por que razão Deus permite que o Seu povo tão amado sofra tantas injustiças e perseguições? Seria para prová-lo? Não cremos que os sofrimentos pelos quais o cristão passa no presente tenham outra finalidade senão empurrá-lo para uma revolta contra as forças malignas atuantes nos perseguidores. Nossa resistência ao mal é que vai nos permitir ter experiências com Deus, e isso nos obrigará a manter comunhão com Ele.

A paz circunstancial que vivemos por falta de perseguições nos impõe uma acomodação natural da fé, e isso é terrível sob todos os aspectos, pois não havendo o exercício da fé, ela tende a ficar morna e, conseqüentemente, inútil. Ora, se nossa vida depende da fé, e esta se torna infrutífera, obviamente a nossa vida também se tornará infrutífera.

A perseguição, na verdade, é a coroa do cristão. Quanto mais for perseguido, mais perto de Deus estará. Quanto menor for a perseguição, mais distante estará do Altíssimo.

O cristão é discriminado no trabalho, é motivo de risos entre os seus companheiros, amigos e até vizinhos, que chamam-no de fanático, enfim, por toda a sociedade que não tem nada com Deus, sem contar com os próprios familiares e parentes. Daí a razão pela qual o cristão tem que estar com a sua fé avivada, andando de acordo com a vontade de Deus.

A perseguição é o termômetro que mede o grau da nossa espiritualidade. Se somos muito perseguidos é porque o nosso grau de espiritualidade é elevado, mas se somos pouco ou não somos perseguidos, o nosso grau de espiritualidade é baixo. Agora você pode saber como está a sua espiritualidade, dentro da sua vivência espiritual. Se você é perseguido, é porque está bem com Deus. Se não há perseguição, é porque está faltando mais comunhão com o Criador.

Amigo leitor, se você está sofrendo por causa de uma perseguição, alegre-se, pois saiba que está no caminho certo. Caso isso não esteja acontecendo, é porque tem alguma coisa errada.

E pensar que muitas pessoas abandonam a fé por causa de uma perseguição... Elas agem dessa forma por não serem dignas de serem chamadas pelo nome do Senhor Jesus.
E também são citadas no livro do Apocalipse, que explica que as tais não herdarão o Reino de Deus. São aqueles que fogem da perseguição e abandonam a fé.

"Quanto, porém, aos covardes, aos incrédulos, aos abomináveis, aos assassinos, aos impuros, aos feiticeiros, aos idólatras e a todos os mentirosos, a parte que lhes cabe será no lago que arde com fogo e enxofre, a saber, a Segunda morte." (Apocalipse 21.8).

Que Deus abençoe todos abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 13 (BM, ed. 638)
Tema: O que faz a diferença

Há uma grande diferença entre as pessoas. Isso ocorre por causa da fé inerente a cada um. A fé sacrificial é que faz a diferença, e não, a fé teórica. Quando falo de sacrifício não estou refirindo-me à sua oferta, pois o que Deus quer é a sua vida 100% nas mãos Dele. Servindo-O, você presta um bem a si próprio, pois está renunciando às paixões mundanas, às vontades carnais. Vivendo uma vida pautada dentro da Palavra de Deus, dentro de uma honradez, de uma integridade, da verdade, você está servindo-O e também preparando um futuro abençoado.

Mas tem um porém: muitos querem servir a Deus dentro da igreja. Até optam em sacrificar uma oferta, mas continuam servindo a si mesmos lá fora, vivendo uma vida de corrupção, de mentira, de sujeira etc. Muitos que nós apoiamos na área política e que se corromperam estão fora. E assim será com os outros que trilharem o mesmo caminho! E Deus vai levantar outros no meio do Seu povo para ocupar o lugar deles. E, se por acaso estes também se corromperem, serão arrancados até Deus colocar pessoas corretas e fiéis para que mudem essa situação crítica, caótica que temos em nosso País.

Há aqueles que se dizem servos dentro da igreja, mas lá fora servem a si mesmos. Mentem, enganam e se corrompem. Eles pensam que pelo fato de se batizarem nas águas e viverem um vida de fachada vão enganar a Deus e servirem a si próprios. Estão enganados, não vão conseguir nada! Eu posso afirmar isso com o meu próprio testemunho. Há 40 anos sirvo ao meu Senhor. Eu poderia ser um grande político e escrever o meu nome na história do Brasil. Ou poderia ser um diretor de televisão... Mas eu não troco nada neste mundo por servir ao meu Senhor. O meu prazer, minha glória, minha riqueza é servi-lO de todo o meu coração.

Sempre desejei o melhor para todos, porque servir a Deus é servir ao Seu povo. É fazer o melhor, é saber o que fazer para que as pessoas se convertam e tenham suas vidas transformadas. Mas nós não podemos sacrificar sozinhos. Aquele que deseja uma vida transformada tem que sacrificar permanentemente a própria vida para que o seu sacrifício tenha sabor e razão de ser.

Em Israel, havia 12 tribos. Quando elas saíram do Egito e foram para a Terra Prometida, apenas 11 receberam herança. A tribo dos Levitas não possuía, pois sua herança era o Senhor; tinha apenas que sacrificar ao Senhor. Na verdade, Deus tinha uma tribo exclusiva só para fazer sacrifícios a Ele. As outras trabalhavam e faziam as suas ofertas e sacrifícios pacíficos, e o seu relacionamento com Deus era através dos sacerdotes – aliás, o significado desta palavra sacerdote é: o que oferece sacrifícios a Deus.

Quando Jesus veio ao mundo, através d'Ele todos nós nos tornamos sacerdotes. Todo aquele que oferece sacrifícios ao Senhor, independentemente de ser um pastor, bispo ou auxiliar, é um sacerdote do Altíssimo. E Deus espera que tenhamos uma vida de sacerdócio, que venhamos a exercitá-la todos os dias. E se você serve a Deus, amigo leitor, então, Ele vai te honrar.

O Espírito Santo vem para orientar, para dar inspirações apenas àqueles que vão servi-lo. Se você quer o Espírito Santo para conquistar bens materiais ou para servir a si próprio, nunca vai tê-lo em sua vida. Ele vem para inspirar aos que O servem com o melhor. Daí, é notável a diferença entre cristãos e cristãos, entre pessoas e pessoas justamente porque uns servem a si mesmos e poucos realmente estão servindo a Deus.

Que Deus abençoe a todos abundantemente. Bispo Macedo.

Texto nº 14 (BM, ed. 649)
Tema: Compromisso com Deus

Deus jamais fará algo na vida do ser humano sem que receba permissão para isso, pois Ele nos deu o livre-arbítrio. A diferença entre os que recebem e os que não recebem a graça está no coração. Porque os que recebem, tiram do coração o que é impuro. Neste caso, o Espírito Santo tem a oportunidade de enchê-lo. Somente o homem tem o direito de escolher o que quer para si. Se ele ouve os Seus conselhos e aceita, então Deus tem a oportunidade de interferir na sua vida. Se ele não quer ouvi-Lo, Ele fica impossibilitado de agir.

Desde a criação da humanidade, Deus não fez nenhum milagre na face da Terra sem a participação do homem. Ele criou os animais, mas foi o homem quem pôs nome neles. O mesmo acontece entre os homens nos dias de hoje. Para que ele seja uma nova criatura é preciso entregar-se totalmente para Ele.

Deus não nos vê de acordo com os nossos méritos, mas segundo o que Lhe oferecemos: a nossa entrega.

Se nós nos oferecemos para Deus 100%, então Ele vem sobre nós e faz o milagre acontecer. Foi assim desde o início da humanidade. Não existe nenhum milagre na Bíblia realizado sem a participação do homem. Essa sociedade, homem e Deus, é que faz nascer uma nova vida. Muitos se dizem convertidos ao Evangelho, mas não usam a sua capacidade de raciocínio. Vivem como muitos, seguindo a procissão, sem entenderem o porquê de agirem dessa maneira. Até têm uma fé em Deus porque aprenderam na infância, mas, no seu interior, não conhecem a Deus. Não são Seus sócios nem tampouco têm um compromisso com Ele. E por isso não há uma transformação em suas vidas. Talvez o compromisso seja com a igreja que freqüentam. Mas não tem com o principal, que é Deus.

Amigo leitor, o Senhor quer ter um compromissso com você! Você acredita nisso? Ele não quer ficar no céu e você na terra. Ele aspira viver dentro de você. Deus, na pessoa do Espírito Santo, deseja fazer morada dentro de ti. Assim como marido e mulher, que no ato sexual se tornam uma só carne, o Senhor quer entrar em você para que se torne uma nova criatura.

Imagine, no trabalho, na escola, na rua, onde quer que seja, a presença do Espírito Santo dentro de ti. Imagine você não O carregando. Há quem goste de carregá-Lo no pescoço... Queira que Ele more e faça morada dentro de você, porque Deus é espírito. Mas para que possa receber o Espírito de Deus, você tem que tirar as impurezas que estão no seu interior. Pois se não se esvaziar dessas coisas, Ele não poderá ocupar um lugar que já está ocupado. Então, se você quer receber o Espírito e ter um vida nova, transformada, tem que limpar o seu interior e esvaziar-se de si próprio.

Que Deus abençoe a todos, abundantemente.
Bispo Macedo.

Texto nº 15 (BM, ed. 652)
Tema: A fé inteligente

Muitos são aqueles que têm conhecimentos da Bíblia, porém nem todos têm o entendimento, que realmente faz a diferença. Muitos crêem em Deus, na Sua Palavra, mas suas vidas são tão pobres, tão mesquinhas, tão miseráveis, que têm vergonha de dar testemunho a respeito do Senhor Jesus. Não adianta falar palavras quando a vida não exprime aquilo que estão confessando. Esse quadro se repete em todo o mundo. Nas minhas viagens missionárias tenho encontrado pessoas sinceras, honestas e que não vivem na prática do pecado, porém a vida está totalmente arrasada. Vidas que são mais caricaturas do cristianismo do que propriamente pessoas cristãs, sabe por quê? Porque atentam mais para o conhecimento bíblico do que para a prática daquilo que está escrito. Não adianta simplesmente ter o conhecimento bíblico. Satanás tem conhecimento da Bíblia, no entanto, não deixa de ser diabo. O que faz a diferença em nossa vida é o entendimento dela e sua praticidade.

No Livro de Provérbios 19.8 está expresso exatamente isso: "O que adquire entendimento ama a sua alma..."

Amigo leitor, ao congregar, não vá apenas para somar conhecimentos bíblicos, históricos sobre Israel ou do cristianismo. Não! Mas deseje de todo o seu coração o entendimento de como a Palavra de Deus pode fazer a diferença em sua vida. Se o conhecimento não for plenamente entendido e praticado, então será apenas como um verso decorado. Por exemplo, existem aqueles que decoram apenas versos, que ficam gravados na memória, apenas isso. No entanto, não há entendimento do conteúdo. "... o que conserva a inteligência acha o bem."

A fé sem a inteligência não conduz a lugar nenhum, porque com a inteligência nós captamos o entendimento, o discernimento e conferimos as coisas espirituais. Eu não estou falando simplesmente

de uma inteligência de grau ou de autoconhecimento, pois isso não é suficiente. Estou me referindo à inteligência espiritual.

Quando a pessoa tem o entendimento da Sagrada Escritura e a pratica, então ela confere em sua própria vida o resultado da fé inteligente. Porque uma fé sem inteligência leva as pessoas ao fanatismo, oriundo de uma fé sem sabedoria. Não basta crer em Deus, é preciso que se tenha mais do que essa convicção. É preciso, por exemplo, que se tenha uma experiência com o Senhor Jesus.

A Palavra de Deus produz entendimento para aqueles que a buscam. Muitos estudiosos conhecem profundamente a Bíblia, mas não têm entendimento e discernimento espiritual, que é de suma importância para o nosso bem-estar.

Que Deus abençoe todos, abundantemente.
Bispo Macedo.

ANEXO B – Reportagens

Texto nº 16 (MG, ed. 590, reportagem)
Tema: A sua oferta é aceita por Deus?

Belo Horizonte/MG - Durante a análise da Palavra de Deus na principal reunião de domingo, às 10 horas, na Catedral da Fé, o bispo Gonçalves exortou todo povo a observar o incondicional respeito ao Senhor e às coisas concernentes a Sua obra.

Ele inicialmente leu Malaquias 1.6: ¨O filho honra o pai, e o servo, ao seu senhor. Se eu sou pai, onde está a minha honra? E, se eu sou senhor, onde está o respeito para comigo? - diz o Senhor dos Exércitos a vós outros, ó sacerdotes que desprezais o meu nome...¨

- Quando é que a pessoa desrespeita Deus? Quando sobe no altar e realiza um sacrifício imperfeito. Se ela despreza o altar, está desprezando aquele que nele habita. Ela despreza o nome de Deus que é grande e poderoso.

E continuou citando a Bíblia: ¨Quando trazeis animal cego para o sacrificardes, não é isso mal? E, quando trazeis o coxo ou o enfermo, não é isso mal? Ora, apresenta-o ao teu governador; acaso, terá ele agrado em ti e te será favorável? diz o Senhor dos Exércitos. Agora, pois, suplicai o favor de Deus, que nos conceda a sua graça; mas, com tais ofertas nas vossas mãos, aceitará ele a vossa pessoa? - diz o Senhor dos Exércitos" (Ml 1.8,9). Então, isso significa que Deus é favorável àqueles que apresentam o sacrifício perfeito - afirmou o bispo.

Ele disse ainda que ¨Deus está vendo a oferta que você está nas mãos e, de acordo com ela, você será ou não aceito, como foi o caso de Abel e Caim¨:

- Por que Deus aceitou a oferta de Abel e não a de Caim? A oferta de Caim ¨não tinha sangue¨; ele pegou o que já existia. Caim ficou tão triste que entrou nele um espírito que o levou a matar o irmão. E tudo começou na oferta. Você é aceito por Deus pela oferta que coloca no altar. E isso não somos nós que estamos falando, é a própria Bíblia - declarou.

Tendo lido o versículo 10: ¨Tomara houvesse entre vós quem feche as portas, para que não acendêsseis, debalde, o fogo do meu altar. Eu não tenho prazer em vós, diz o Senhor dos Exércitos, nem aceitarei da vossa mão a oferta¨, o bispo declarou:

- E quando nós falamos que a pessoa tem que cumprir o voto que fez é como se tivéssemos fechando as portas. Muitos dizem ¨essa igreja fecha as portas aos pobres¨, mas Deus diz ¨Tomara houvesse entre vós quem feche as portas...¨. E nós temos coragem de fechar as portas, coragem de chamar a pessoa para ela sair da condição que se encontra e subir até a condição de Deus, a fim de que não ofereça a Deus sacrifício inútil.

Ainda abordando o tema, nos versículos 11 ao 14, o bispo Gonçalves explicou:

– Muitos dizem ¨de que aproveita eu subir no Altar de Deus e colocar minha oferta?¨ Ela despreza o Altar de Deus, não o considerando como um lugar que vai subir e ter um encontro com Deus até mudar de vida. O Senhor não está querendo animais nem precisa de dinheiro, pois ele é dono de tudo. E quer que você suba no Altar e deixe o seu tudo. E quando você sair do outro lado, saia com o Dono de tudo. É aí que você vai fazer a diferença na sua vida. A pessoa promete uma coisa e oferece outra. Quando você promete algo a Deus, já é dEle. E se não cumprir, ficará na sua vida com algo que é de Deus. Ao fazer um sacrifício defeituoso, está dizendo que Deus é pequeno. É por isso você vê gente dentro da Igreja que não vai para frente.

Durante a reunião, o bispo Gonçalves afirmou:

- Alguns contestam: ¨Bispo, o senhor está lendo Malaquias, no Velho Testamento. Eu hoje estou na graça¨. No entanto, no Novo Testamento, em Atos 4.36,37, conta: ¨José, a quem os apóstolos deram o sobrenome de Barnabé, que quer dizer filho de exortação, levita, natural de Chipre, como tivesse um campo, vendendo-o, trouxe o preço e o depositou aos pés dos apóstolos¨, ainda em Atos 5.3-5: ¨Então, disse Pedro: Ananias, por que encheu Satanás teu coração, para que mentisses ao Espírito Santo, reservando parte do valor do campo? Conservando-o, porventura, não seria teu? E, vendido, não estaria em teu poder? Como, pois, assentaste no coração este desígnio? Não mentiste aos homens, mas a Deus. Ouvindo estas palavras, Ananias caiu e expirou...¨, e Atos 5.9,10: ¨Tornou-lhe Pedro: Por que entrastes em acordo para tentar o Espírito do Senhor? Eis aí à porta os pés dos que sepultaram o teu marido, e eles também te levarão. No mesmo instante, caiu ela aos pés de Pedro e expirou...¨

Quantas pessoas estão caídas na Igreja? E por quê? Porque não há respeito com o Altar de Deus. Ananias e Safira caíram, e eu não quero que isso aconteça com vocês. O propósito é você subir como uma águia.

Mas para isso acontecer, você tem que ser fiel - disse o bispo.

Texto nº 17 (SC, ed. 600, reportagem)
Tema: Palestras para empresários e trabalhadores

Florianópolis/SC - As estatísticas comprovam que o país passa por um dos maiores índices de desemprego da história. Até junho deste ano o número de desocupados (sem emprego e procurando trabalho) aumentou em 449 mil pessoas em seis regiões metropolitanas pesquisadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). Soma-se a isso o grande número de empresas que fecharam suas portas, concordatas e pedidos de falência. Mesmo com dados tão negativos a situação tem sido diferente para aqueles que participam todas as segundas-feiras das palestras pela vida financeira que acontecem no Centro Coletivo de Ajuda de Florianópolis.

Rosa Marli Dalsotto, empresária na área de publicidade e corretora de seguros, teve sua vida financeira totalmente restaurada a partir do momento em que seguiu as orientações recebidas nas palestras.

- Eu estava com minhas duas empresas falidas, sendo que uma era em sociedade com outra pessoa, e o faturamento de ambas não cobria as principais despesas - conta.

A situação vivida por Rosa refletia diretamente em outras áreas de sua vida, causando insônia, depressão, profundo desânimo e falta de forças para vencer aqueles obstáculos.

- Fazia diversos empréstimos para poder pagar aos meus funcionários e comprar comida para dentro de casa. Procurei ajuda em vários lugares, mas não obtive resultados positivos - relembra.

A grande transformação aconteceu quando Rosa participou das palestras realizadas na Av. Mauro Ramos 184, Centro de Florianópolis. Com o objetivo de dar a volta por cima, Rosa descobriu o segredo da prosperidade aliando determinação, fé e coragem com sua força interior.

- A prosperidade é notória na minha vida, pois minhas empresas possuem fechamento positivo, e a que estava dividida com um sócio, está só em meu poder. Em cada palestra aprendo como devo agir e, assim, alcançar estabilidade financeira - testemunhou.

As palestras direcionadas a empresários, trabalhadores em geral e desempregados acontecem todas as segundas-feiras, às 18h, com o palestrante pr. Ricardo Medeiros, e em especial às 20h, com o palestrante estadual pr. Alexandre Mendes.

Texto nº 18 (BA, ed. 602, reportagem)
Tema: Elizabete venceu a depressão

Elizabete Rocha Santos sofreu com depressão durante a juventude, devido a problemas sentimentais. A não aprovação dos pais referente a um namoro, levou-a a ter sintomas depressivos, ela não queria sair do quarto, tamanha a tristeza que sentia, não queria conversar com ninguém. ¨Eu perdi o prazer em viver. Não queria mais estudar, nesse período eu não aproveitei a minha mocidade¨, lembra.

Após ser levada por sua mãe, a um Centro de Ajuda Coletiva, Elizabete compreendeu que havia algo ruim em sua vida que só poderia se extinguido pala fé em Jesus Cristo e assim obteve a restauração da sua vida. ¨Eu fiquei livre da depressão, deixei o passado para trás, a mudança ocorrida no meu interior se refletiu em todos os aspectos da minha vida¨, conta.

Elizabete voltou a ter prazer em viver, dedicou-se com afinco à vida acadêmica, graduou-se em Farmácia Bioquímica pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), fez mestrado e doutorado em Saúde Pública na Universidade de São Paulo (USP), é proprietária de um carro importado, tem um apartamento em um ótimo bairro de Salvador e vive feliz também na vida sentimental.

- Hoje, posso falar que vivo a plenitude da vida que Deus promete nas Sagradas Escrituras, a fé e a perseverança que Ele nos dá através do Espírito Santo nos proporciona vitórias contínuas e forças para permanecer firmes diante das circunstâncias adversas - testemunhou Elizabete, que freqüenta as palestras realizadas no Centro de Ajuda Coletiva do Aquidabã.

Texto nº 19 (TF- RJ, ed. 605, reportagem)
Tema: Não há dúvida: a felicidade é o resultado da fé!

¨Enquanto houver dúvida no seu coração, você será infeliz!¨, disse o Bp. Romualdo Panceiro durante uma de suas palestras, que têm o objetivo de ensinar e manter o uso do poder divino da fé, para que as pessoas sejam verdadeiramente felizes.

Ele salientou que a religiosidade e o espírito caridoso cria a ilusão de que se tem fé em Deus, porém, ante as adversidades logo se percebe que a pessoa vive enganada, pois fica insegura e entra em desespero.

O palestrante ressaltou ainda, que só é possível ter uma vida de qualidade através da fé, por isso, sua manutenção é primordial. ¨A fé é um poder, existe e está dentro de você. É a fé que faz vencer os obstáculos e encontrar a solução para os seus problemas. O resultado da fé é a felicidade! Mas, isso só acontece quando você se despoja de tudo para entrar no Reino de Deus¨, frisou.

A artesã Maria Aparecida dos Santos é testemunha desta fé em sua vida e consequentemente, em seu lar e casamento, hoje, abençoado, porém no passado, conturbado pelas amantes que seu marido tinha e pela depressão que sentia antes de ter um encontro com Deus. ¨Minha saúde foi afetada, a família desestruturada e ainda por cima sofremos dificuldades financeiras¨, relembrou.

Texto nº 20 (RJ, ed. 613, reportagem)
Tema: Empresária coleciona vitórias

Rio de Janeiro/RJ - ¨Eu entrei em um Centro de Ajuda Coletiva pela primeira vez em busca de cura para os meus filhos¨, diz a empresária Elza Teixeira Rangel, 55 anos. Duas de suas três crianças tinham problemas de estrabismo e visão; Elza pediu pela cura de ambas e foi atendida. O que ela não imaginava é que Deus faria muito mais, principalmente pela sua vida financeira.

Elza, que é cabeleireira, era dona de um salão de beleza, no qual recebia uma média de cinco clientes por dia. Ela achava que seu negócio ia bem, mas, ainda assim, ficou endividada. Resolveu então participar das Reuniões dos 318 Pastores, destinadas às pessoas que desejam alcançar a prosperidade. A situação dela e do marido começou a melhorar. Compraram um carro novo cada, um imóvel comercial novo e um apartamento.

- Íamos ao Centro de Ajuda Coletiva e sempre obtínhamos o que pedíamos a Deus usando nossa força interior. Mas um dia as coisas começaram a não ir tão bem: percebemos que estava na hora de darmos a contrapartida de tudo que tínhamos obtido, sendo fiéis a Deus - conta.

Elza decide fazer um voto
As vitórias de Elza multiplicaram-se a partir do momento em que começou a participar da Fogueira Santa de Israel. Ela já era uma cabeleireira conhecida, mas depois que passou a ser fiel, participando dos propósitos, ganhou viagens para o exterior e fez cursos na Europa.

- Hoje coleciono prêmios como o Tesoura de Ouro - que já ganhei três - e Qualidade Brasil, entre outros. O meu faturamento aumentou 20 vezes. Hoje, meu salão recebe uma média de cem clientes por dia - comemora.

O salão de Elza funciona em um prédio de três andares, com 120m2 em cada andar, num total de 360m2, no bairro nobre de Icaraí, na cidade de Niterói, no Rio de Janeiro. Lá trabalham 31 funcionários.

- Eu chego ao ponto de entrar no banheiro e orar pedindo: ¨Senhor, não manda mais cliente hoje, manda amanhã, porque hoje eu já não agüento mais atender ninguém¨. Antes, tudo para nós era difícil, o dinheiro era contado; hoje, temos três terrenos, quatro apartamentos, dois carros, minha empresa vai muito bem, mas, acima de tudo, eu me sinto feliz por ter meu trabalho reconhecido - conclui.

Texto nº 21 (MG, ed. 616, reportagem)
Tema: A fé sobrenatural vence as barreiras

Belo Horizonte/MG - cc e as conseqüências decorrentes delas foram o tema da palestra do bp. Wágner Negrão durante a principal reunião que acontece aos domingos, às 10 horas, no Templo Maior, no Centro Coletivo de Ajuda, na Avenida Olegário Maciel 1.206, no bairro de Lourdes.

Após citar a passagem verificada nas Sagradas Escrituras, onde consta o exemplo de despreedimento, fé, confiança, amor e atitude da Viúva Pobre, o palestrante fez a seguinte explanação:

- O Senhor chamou Seus discípulos e mostrou-lhes aquela mulher dizendo-lhes: “os ricos apresentaram o que lhes sobrava; no entanto, a viúva ofereceu todo o seu sustento, ou seja, tudo quanto possuía”. Ali, através desta atitude, ficou claro que ela ofereceu o seu melhor para Deus e não “as sobras”. Você acha que a viúva, com aquela atitude sincera, tendo ido embora, e fosse morrer de fome, acaso o Senhor permitiria tal coisa? É claro que não! - disse o palestrante.

Outro aspecto da utilização da fé sobrenatural também foi alvo de análise do bp. Wágner Negrão, durante a palestra das 10 horas no Templo Maior: a revolta.

- Existem muitas pessoas que estão levando uma vida de extrema necessidade sem, no entanto, se revoltarem contra a situação na qual estão atravessando.

Aquele que se revolta contra as adversidades, seja ela em qual setor for, crendo que Deus poderá transformar a situação, este vive a fé do "tudo ou nada", e mesmo que o inferno inteiro se elevante contra ele, não retrocede e prova a sua fé através de atitudes que expressem essa confiança.

E concluiu:

- Existem aqueles que até mesmo tem dentro de si o desejo de vencer na vida; de ter novas perspectivas; de conquistar. No entanto, se não houver dentro deles uma revolta, qualquer situação contrária é capaz de pará-los. Mas, o que crê realmente no que Deus irá fazer em sua vida e se revolta contra a situação, ninguém consegue detê-lo.

Texto nº 22 (SP, ed. 621, reportagem)
Tema: A autoridade que vem da natureza divina

"Quando Deus criou o homem (Adão), deu a ele toda autoridade sobre a terra, inclusive sobre o mal. O domínio que Deus concedeu a Adão era maior que tudo e só tem essa autoridade - que é espiritual - o nascido de Deus!", destacou o palestrante Bp Darlan Ávila, na abertura de mais uma Terapia Espiritual em São Paulo.

"Essa autoridade, entretanto, Adão perdeu quando desobedeceu a Deus, entregando-a a Lúcifer. Desde então, passou a existir o reino das trevas sobre a terra", explicou.

Com isso, compreendemos o porquê de muitos não conseguirem resistir à tentação que lhes sobrevêm. Todavia, o fato de estarem dentro de uma igreja não significa, absolutamente, nada.

A verdade é que a pessoa não possui a natureza divina, e sim a adâmica! "Ou seja, ela não nasceu de Deus, por isso, está sempre sujeita à queda. Porque ela não é filha de Deus, o mal tem autoridade sobre a sua vida e faz o que bem entende", ressaltou.

"Enquanto você não tiver essa autoridade divina, não conseguirá vencer! Entenda: você estará dentro da igreja, participando de reuniões, mas presa a um círculo vicioso. Cedo ou tarde, não resistirá às investidas do mal e, fatalmente, cairá!", advertiu o palestrante, sob olhares atentos dos participantes.

Quando, porém, a pessoa sepulta a natureza adâmica (por meio do batismo nas águas), passa a ter a natureza do Senhor Jesus, ou seja, a natureza espiritual. "Veja que o próprio Senhor Jesus foi tentado, mas porque Ele estava cheio do Espírito Santo (descreve a Bíblia), venceu. Ou seja, o nascido de Deus vence, e não por uma semana, um mês, um ano, mas sempre!", concluiu.

Essa autoridade divina fez de Ubirajara Xavier de Souza um "gigante". "Sim, porque quando aqui cheguei tinha em mente o seguinte propósito: ou Deus mudava ou me matava", disse, relembrando as sérias conseqüências que sofreu por conta de um acidente de carro, ficando, inclusive, debilitado por muito tempo, razão pela qual o trouxe à Igreja, juntamente com a esposa. "Cheguei arrastado, com muitos problemas, endividado, mas tomei posse da palavra que ouvi, e me entreguei... Hoje, muito além de ter minha saúde restaurada, nasci de Deus e tudo o que determino acontece! O mal não consegue mais chegar até minha vida!", testificou.

Texto nº 23 (GO, ed. 617, reportagem)
Tema: Recuperou os bens quando teve a verdadeira fé

Goiânia/Go – Lesley sempre teve uma vida abundante e, de repente, perdeu tudo. O sofrimento foi terrível porque ela experimentara do bom e do melhor que se pode usufruir no que diz respeito a vantagens materiais; uma experiência dramática, muito mais sofrida em comparação a quem é de origem pobre e nunca teve nada na vida.

Lesley perdeu o emprego, no qual, o salário era compatível aos seus luxos. Acabou perdendo também o carro importado e acumulando muitas dívidas. A perda de seu privilegiado ganha-pão levou-a a se envolver com agiotas, gerando mais dívidas, todas a juros altíssimos.

Depois do suicídio de seu irmão, Lesley começou a sonhar com ele diariamente. Nos pesadelos, ele a chamava para o mesmo lugar onde ele estava. É claro que todas as noites ela acordava assustada, o que deu início a um doloroso período de insônia, depressão e dores de cabeça.

– Cheguei a pensar em suicídio por causa de meu irmão, pois ele se matou por não suportar a forma como vivia, e comecei a achar que seria a melhor solução para mim, também – admite.

Ela já não tinha coragem de atender aos telefonemas, porque eram credores querendo receber valores que Lesley não tinha condições de pagar. Eram mais de R$ 30 mil em dívidas, sendo que ela já havia se desfeito de vários bens para quitar algumas delas.

Mesmo no fundo do poço, ela não deixava o orgulho e a soberba. Uma amiga fazia vários convites para ela participar das palestras no Centro de Ajuda Coletiva, mas Lesley não admitia sua derrota. Depois de muitos apelos, ela aceitou participar da consultoria empresarial realizada todas as segundas-feiras. No início foi difícil para ela entender que para Deus mudar sua vida era necessário deixar o orgulho de lado e compreender o mecanismo da fé. Hoje, depois de muitas lutas, Lesley garante que a visão que recebeu na Vigiília dos 318 ajudou-a a reconquistar tudo que havia perdido.

– Hoje estou liberta do orgulho, da insônia. Não tenho mais desejo de morrer e possuo uma confecção e uma loja. Quitei todas as dívidas, comprei um terreno para construir uma empresa maior, conquistei o carro dos meus sonhos, enfim, posso dizer que tenho uma vida abundante – comemora.
Quem almeja ter uma vida completa, receber uma visão de grandeza para seus negócios e sair da miséria precisa conhecer a Vigília dos 318, realizada às 15 e, especialmente, às 19h, ministradas pelo pr. Antônio Ferreira, durante as quais ele ensina como exercitar a fé para ter uma vida abundante.

Texto nº 24 (BA, ed. 629, reportagem)
Tema. Como ser vitorioso.

Assuntos referentes a como alcançar o sucesso financeiro e profissional são temas das palestras proferidas pelo conferencista bp. Natan Silva, toda segunda-feira, às 19 horas, no Templo Maior.

Milhares de pessoas comparecem aos encontros, desde empresários e profissionais liberais a pessoas que estão enfrentando dificuldades e aspiram à estabilidade econômica.

Segundo o palestrante, o primeiro passo para conseguir o sucesso profissional em qualquer área é que a pessoa utilize o poder da fé em Deus e siga sua vocação. Outros requisitos imprescindíveis que o profissional de sucesso deve ter são: dignidade, honestidade, respeito a si e aos outros, compreensão, humildade, inovação, treinamentos, entusiasmo, determinação e vontade de aprender.

- A vontade de Deus é de que todos os seus filhos sejam bem-sucedidos. Entretanto, para que isso ocorra é necessário voltar-se inteiramente para Ele, usar a fé, ser perseverante e esforçar-se para melhor executar o trabalho que se propôs a realizar. É importante que as pessoas compreendam que não é vergonhoso começar de baixo, até porque, para se alcançar qualquer coisa, é necessário começar

de alguma forma. Ter fé e confiança em si mesmo, sobretudo em Deus, são primordiais para obter o sucesso profissional - afirma.

Durante as palestras, o conferencista Natan Silva tem esclarecido que é preciso que o profissional e empresário esteja bem espiritualmente, para obter resultados positivos em todos os aspectos da vida. Daí a importância da aproximação com Jesus Cristo.

- Quando a pessoa não está fortalecida espiritualmente, deixa-se abater por qualquer dificuldade, ficando sem motivação e expectativas. Por isso é preciso que todos aqueles que estejam se sentindo dessa forma busquem ao Senhor de todo o coração, a fim de que Ele reestruture suas vidas a partir do seu interior - completa. O Templo Maior fica na Avenida Antonio Carlos Magalhães, 4.278, no Centro.

Texto nº 25 (GO, ed. 631, reportagem)
Tema: Ter uma religião não resolve os problemas

Os diversos tipos de problemas existentes no País têm levado muitas pessoas ao total desespero. Há vários exemplos mostrados diariamente nos telejornais e revistas. São fatos que as pessoas tentam esquecer, mas esta tem sido a atual realidade do mundo. As situações dramáticas são muitas: por exemplo, alguém que, pelo fato de estar desempregado, acaba colocando fogo em seu próprio corpo; ou o marido que, por não aceitar a separação, acaba matando a ex-esposa e os próprios filhos.

Notícias como estas têm 'bombardeado' a humanidade todos os dias, enquanto governantes e autoridades não conseguem dar à sociedade uma explicação lógica para tais acontecimentos. Muitos dizem que é a falta de religião, mas como essa teoria pode se justificar se o Brasil é um país que tem as suas portas abertas para os mais diversos tipos de manifestações religiosas? e até mesmo aquelas que, na época da Inquisição, em nome de Deus, mataram várias pessoas pelo fato de elas professarem uma fé diferente da sua. Em alguns países, os religiosos usam até mesmo o nome de Deus para explicar os atentados cometidos contra uma nação.

Sem compromisso com Deus tudo é mais difícil

A religião tem uma grande parcela de culpa em tudo isso que vem acontecendo nos dias de hoje. As pessoas precisam entender que é necessário ter um compromisso com Deus, é uma questão de raciocínio. O ser humano busca várias maneiras de professar a sua fé e, às vezes, tenta encontrar uma religião a qual permita a ela viver como ela quer, ou seja, nos vícios, na prostituição e na infidelidade, e infelizmente o mundo está cheio destas religiões e falsas doutrinas que têm levado muitas pessoas a viver enganadas, achando que aquilo que está fazendo é certo.

Se a religião solucionasse os problemas, o mundo seria um 'paraíso'.

Texto nº 26 (TF- RJ, ed. 638, reportagem)
Tema. O real significado do voto

De acordo com o dicionário de Antonio Houaiss, voto "é o modo de manifestar a vontade ou opinião num ato eleitoral ou numa assembléia; sufrágio". Pela etimologia, que estuda a origem de uma palavra, o voto vem do latim "votu" e significa "promessa de cumprimento das intenções declaradas". Ou seja, em qualquer lugar do mundo, o voto é o passo dado pelo cidadão comum para a escolha de seus representantes, aqueles que irão lutar pelos interesses daquela determinada sociedade. É natural que, do cumprimento ou não do voto, advenham resultados positivos ou negativos.

No Brasil, a primeira eleição surgiu em 1532, na então colônia portuguesa de São Vicente, em São Paulo, para eleger os membros do Conselho Municipal. De lá pra cá, esta se tornou a melhor ferramenta de escolha e protesto em relação aos representantes políticos do País, deste e de outras nações, ainda que seja voto direto (popular) ou indireto (de uma minoria). Mas o voto não pode ser promovido aleatoriamente.

A Bíblia ensina que quem se precipita é louco, porque o ato do voto é tão santo e forte que em todo o Velho Testamento apenas cinco pessoas o fizeram: Jacó, Jefté, Ana, Absalão e Davi, conforme explicou o conferencista internacional bp. Edir Macedo, durante recente palestra na capital paulista, onde abordou o tema: Monte Sinai: o Monte da definição.

Voto como último recurso

Imagine-se numa ilha. De repente, você encontra uma lâmpada, e ao esfregá-la, um gênio aparece e lhe concede apenas um desejo. O que você pediria? É provável e até natural que tenha pensado em inúmeros desejos, como um emprego ou a quitação de todas as suas dívidas.

Porém, é preciso decidir-se por um único pedido.

"Se você tiver um alvo e colocar toda a sua força naquilo, irá conquistar. Agora, mesmo crendo em Deus, se não estiver definido naquilo que quer, sua vida será um fracasso", lembrou o bp. Macedo.

Ele salientou que a fé é algo individual, o que torna cada um livre para escolher aquilo que julga ser certo ou errado: "Tenho visto muitos que tiveram fé para conquistar coisas grandes, perderem tudo, porque não estabeleceram um compromisso com Deus. De repente, a maior necessidade da pessoa pode não ser financeira, mas, sim, ter um encontro com Deus, pois, sem isso, toda a sua vida pode estar correndo risco", advertiu.

O conferencista citou o exemplo bíblico de Ana, uma mulher que diariamente era humilhada por ser estéril, para demonstrar que o voto é o último recurso para quem deseja conquistar o seu sonho maior.
Determinando a transformação

Aquela mulher fez um voto com Deus, que lhe concedeu o seu maior desejo: um filho homem. Da mesma forma, hoje, milhares de pessoas em todo o mundo têm a oportunidade de viverem a mesma experiência de Ana.
A Fogueira Santa, realizada anualmente pela IURD, é uma espécie de peregrinação espiritual ao Monte Sinai (Israel), onde a "definição" é a palavra-chave. Não só a definição de um sonho que a pessoa deseja tornar realidade, mas, principalmente, a definição de assumir um verdadeiro e fiel relacionamento com o Senhor, através da disposição de sacrificar a própria vontade para obedecer ao Criador.

Os que já fizeram a caminhada, costumam repeti-la, pois afirmam que, a cada ano, coisas novas e grandiosas acontecem em suas vidas.

Texto nº 27 (TM- RJ, ed. 639, reportagem)
Tema: Projeto que virou realidade

Quando criança, já mostrava o seu temperamento forte; na adolescência, coragem, ousadia, espírito renovado e vigor da juventude; aos 27 anos, entre lutas e lágrimas, amadureceu mostrando ao mundo que sua força está no trabalho nos guetos, nas favelas, onde haja alguém sofrendo. Quando iniciou o trabalho da Igreja Universal do Reino de Deus, em 1977, o bispo Edir Macedo já tinha certeza de que

iria levar o Evangelho a um imenso número de pessoas, ultrapassando as fronteiras do Brasil. Presente em 88 países, a IURD é uma instituição respeitada por autoridades em todo o mundo.

O 27º aniversário da IURD será comemorado com um propósito de oração.

Este mês bispos e pastores irão ao Monte Sinai, no Egito, onde será realizada a Fogueira Santa. O bispo Romualdo Panceiro, responsável pelo trabalho da igreja no Brasil, falou sobre a importância da IURD e a proposta da Fogueira Santa.

– Nesses 27 anos de existência, a Igreja Universal tem sido ferozmente perseguida. O bispo Edir Macedo chegou a ser preso por pregar a Palavra de Deus. Porém, ao contrário do que se esperava, a igreja não só prevaleceu, como cresceu, e hoje está presente em quase todo o mundo. Em relação ao propósito da Fogueira Santa do Monte Sinai, é uma boa oportunidade para você exercitar a fé, fazer o seu sacrifício e ser ou não aceito por Deus. A decisão é sua – ressaltou.

O propósito da Fogueira Santa é realizado em todos os estados brasileiros e países onde a Igreja Universal realiza seu ministério.

Este ano as pessoas estão sendo orientadas a fazer apenas um pedido, pois a intenção é que definam suas vidas, conforme explicou o bispo Macedo.

– Quando a pessoa tem no seu coração a definição do que ela quer, ainda que o mundo inteiro esteja contra ela,todos lhe criticando, não importa. Quem é de Deus sabe o que quer, tem autoridade para vencer e ver o seu propósito se realizar – garantiu.

Texto nº 28 (BA, ed. 640, reportagem)
Tema: Vitória contra o câncer por meio da fé

Salvador/Bahia - Enquanto há saúde, todos os problemas parecem ser possíveis de ser administrados. Mas, quando esta fica precária, as adversidades parecem muito maiores. Algumas doenças desencadeiam terríveis sintomas. Os efeitos psicológicos negativos ainda agravam sofrimento, tanto para o doente quanto para sua família. Jaqueline Pereira do Nascimento, 22 anos, viveu dias de angústia ao descobrir que estava com três tumores malignos: um no nariz e dois no pescoço, sendo que o do lado direito chegou a medir oito centímetros. A doença afetou a jovem rapidamente; mesmo com diversos tratamentos, a cura só foi possível por meio da crença divina.

Em recente palestra da Terapia Espiritual, no Templo Maior, às 10 horas, o conferencista bp Sidnei Marques convidou Benedita Pereira do Nascimento, 43, mãe de Jaqueline, para testemunhar como a fé, através da Fogueira Santa do Monte Sinai, promoveu a vitória contra o câncer.

Desespero.

Benedita conta que após exames realizados no Hospital das Clínicas da Bahia, foi diagnosticado câncer, necessitando um tratamento urgente.
– Em junho de 1999, ela ficou muito doente; em agosto, piorou, perdendo o olfato e não se alimentava direito. Debilitada, a situação se agravou tanto que ela já não falava nem ouvia, as mãos ficaram atrofiadas, perdeu a visão do olho esquerdo e não andava. Foram meses horríveis porque ela gritava de dor. Quem passava na rua em frente a nossa casa ouvia os gritos dela. Foi triste ver minha filha tão magra e com odores ruins por causa das inflamações causadas pelos tumores. O mais triste foi quando os médicos disseram que não tinha mais jeito, pois o câncer estava se espalhando, chegando até o cérebro – lembrou.

Jaqueline lembra que sentia dores atrozes e muita tristeza pela situação em que estava vivendo por não ter uma vida normal como qualquer jovem da sua idade.

– Eu sentia um peso na cabeça, pedia sempre para minha mãe colocar compressas de água quente para diminuir a dor, mas era tudo em vão.

Toda hora eu molhava o rosto para sentir alívio, mas as dores continuavam. Sentia tanta tristeza, chorava, não conseguia dormir por causa das dores, pensava que nunca mais andaria, esse pensamento me trazia uma angústia muito grande – contou.

Fé para vencer

Como percebeu que a situação da sua filha caminhava para o pior, Benedita resolveu usar a fé em Jesus Cristo, após ter ouvido uma mensagem de otimismo e motivação transmitida pelo pastor, num Centro de Ajuda Coletiva, decidiu participar da Fogueira Santa de Israel com o propósito de obter a cura dela.

– Eu fiz um sacrifício muito grande, fiquei verdadeiramente na dependência de Deus, mas agi a minha fé sobrenatural e acreditei que o Senhor podia curar Jaqueline.Quando eu entrei no propósito parecia que tudo ficou pior, ela sentia dores ainda maiores, estávamos com problemas financeiros, pois gastávamos muito com medicamentos.

Felizmente, não me deixei levar pelas circunstâncias e mantive a minha confiança em Deus. Então, após tanto sofrimento, alcancei a minha vitória – disse.

Em dezembro de 1999, Jaqueline expeliu o câncer. A partir daquele dia, ela começou a se restabelecer rapidamente, ganhando peso porque começou a se alimentar corretamente. Ouvia, falava e sorria. Recuperou todos os movimentos das mãos e das pernas, conseguia ver perfeitamente com os dois olhos e dormia todas as noites em paz, o desespero havia acabado, segundo Benedita, emocionada.

Jaqueline sente-se vitoriosa e atribui a Jesus a sua felicidade.
– Fiquei leve, feliz por Deus ter me concedido a cura, senti um alívio no coração, algo que não consigo explicar. Sofri muito, mas hoje estou livre, curada e feliz, para a glória do meu Senhor. Digo às pessoas que estão passando pelo que passei que creiam em Jesus de todo coração, pois Ele pode tudo – completou Jaqueline.

Texto nº 29 (AM, ed. 643, reportagem)
Tema. Quando descobriu forma de servir a Deus obteve êxito na vida

Manaus/AM - Um carro completo zero quilômetro, um apartamento quitado e o pagamento de todas as suas dívidas: essas são algumas das muitas conquistas de Ricardo Lopes Moraes, que, no entanto, teve muitas dificuldades no passado .

– Minha empresa estava falida, as dívidas ultrapassavam os 80 mil reais e eu já não tinha condições de comprar mercadoria para vender; a vida financeira estava totalmente destruída – relembra.

Na época o empresário pertencia a uma denominação evangélica, ocupava cargo de confiança na igreja e pregava a palavra de Deus. Dizia para as pessoas como ter uma vida reta com o Senhor Jesus, mas não obtinha os resultados positivos em sua própria vida.

– Não conseguia entender porque aquelas coisas aconteciam comigo, afinal, eu achava que estava servindo a Deus. Os dias passavam e as dívidas ficavam ainda maiores. Envergonhado com aquela

situação, me sentia humilhado e não sabia mais o que fazer, até que aceitei os conselhos de um amigo, membro da igreja onde eu congregava – diz.

Ricardo devia mais de R$ 22 mil, só em mercadorias, para este amigo, que era seu fornecedor, porém, depois de contar tudo o que estava acontecendo em sua vida, o amigo disse que a única chance era recorrer ao Senhor Jesus e pedir uma direção.

Não demorou muito para Ricardo receber o sinal de Deus. Um dia, depois de ter clamado a Ele, o empresário ouviu na rádio Você FM que o Centro de Ajuda Coletiva na cidade estava realizando uma reunião especial para todos os líderes de outras denominações evangélicas que estavam passando por dificuldades.

– Então, não pensei duas vezes: aquela poderia ser minha última oportunidade. Por isso tomei a decisão e fui – relata.

Ricardo conta que a partir do momento que ele se definiu e teve certeza de que precisava de uma ajuda maior, sua vida foi transformada. Atualmente como dizimista, Ricardo sabe que todo o sacrifício que fez valeu a pena.

– Minha vida financeira foi transformada. Hoje, minha empresa é próspera. Antes eu achava que estava agradando a Deus apenas falando Dele para as pessoas, mas Ele queria muito mais; queria que eu vivesse aquilo que pregava, não adiantava falar para os outros e não agir corretamente – diz.

Texto nº 30 (SP, ed. 649, reportagem)
Tema: No tribunal de Deus há justiça

Enquanto alguns entram em desespero ao ver processos empilhados e causas sem julgamento, em função da greve dos servidores do Poder Judiciário do Estado, que ultrapassa os 70 dias, milhares de paulistanos realizaram, neste domingo, 12, um movimento de fé e clamor em busca da justiça divina.

É justo crer em Deus e viver triste, amargurado, humilhado, rejeitado, na miséria? A proposta desse movimento de fé é mudar a sua vida! Não existe outro modo: ou você deixa a sua fé agir e vê a justiça de Deus, ou é destruído pelas injustiças e vive infeliz, ainda que dentro da igreja ? explicou o conferencista Romualdo Panceiro.

Ele salientou que a justiça dos homens é passível de falha, porém, quem apela para a justiça divina prevalece, pois a base do trono de Deus é feita de justiça e juízo.

O Senhor Jesus é o advogado. Você pode apelar para Ele porque nunca perdeu causa alguma. Então, quando você se revolta e apresenta suas causas ao tribunal de Deus, é recebido por esse advogado que o defende. Com isso, o justo Juiz bate o martelo e você sai do tribunal justificado, iluminado pelo próprio Deus finalizou.

ANEXO C – Listas de publicações consultadas

1 Lista de edições coletadas para este *corpus* por número de edição do jornal Folha Universal na sua versão eletrônica e o período de publicação:

Nº 590 (26.07 à 02.08. 03); **Nº 591** (03. 08 à 09.08. 03); **Nº 592** (10. 08 à 16.08. 03); **Nº 593** (17.08 à 23.08. 03); **Nº 594** (24.08 à 30.08. 03); **Nº 595** (31.08 à 06.09. 03); **Nº 596** (não foi coletado); **Nº 597** (14.09. à 20.09. 03); **Nº 598** (21.09 à 27.09. 03); **Nº 599** (28. 09 à 03.10. 03); **Nº 600** (04. 10 à 10.10. 03); **Nº 601** (11.10. à 17.10. 03); **Nº 602** (18.10. à 24.10. 03); **Nº 603** (25.10 à 01.11. 03); **Nº 604** (02.11 à 08.11. 03); **Nº 605** (09.11 à 15.11. 03); **Nº 606** (16-22.11.03); **Nº 607** (23-29.11.03); **Nº 608** (30.11-06.12.03); **Nº 609** (07-13.12.03); **Nº 610** (14-20.12.03); **Nº 611** (21-27.12.03); **Nº 612** (28.12-03.01.04); **Nº 613** (04-10.01.04); **Nº 614** (11-17.01.04); **Nº 615** (18-24.01.04); **Nº 616** (25-31.01.04); **Nº 617** (01.07.02.04); **Nº 618** (08-14.02.04); **Nº 619** (15-21.02.04); **Nº 620** (22-28.02.04); **Nº 621** (29.02-06.03.04); **Nº 622** (07-13.03.04); **Nº 623** (14-20.03.04); **Nº 624** (21-27.03.04); **Nº 625** (28.03-03.04.04); **Nº 626** (04-10.04.04); **Nº 627** (11-17.04.04); **Nº 628** (18-24.04.04); **Nº 629** (25. 04-01.05.04); **Nº 630** (02-08.04); **Nº 631** (09-15.05.04); **Nº 632** (16-22.05.04); **Nº 633** (23-29.05.04); **Nº 634** (30.05-05.06.04); **Nº 635** (06-12.06.04); **Nº 636** (13-19.06.04); **Nº 637** (20-26.06.04); **Nº 638** (27.06-03.07.04); Nº 639 (04-10.07.04); **Nº 640** (11-17.07.04); **Nº 641** (18-24.07.04); **Nº 642** (25-31.07.04); **Nº 643** (01-07.08.04); **Nº 644** (08-14. 08.04); **Nº 645** (15-21.08.04); **Nº 646** (22-28.08.04); **Nº 647** (29.08-04.09.04); **Nº 648** (05-11.09.04); **Nº 649** (12-18.09.04); **Nº 650** (19-25.09.04); **Nº 651** (26.09-02.10.04); **Nº 652** (03-09.10.04); **Nº 653** (10-16.10.04).

2 Edições pesquisadas por Campos (1999) citadas: 118; 120; 124; 125; 127; 130; 146; 168; 170; 174; 178; 193;

3 Jornais e revistas consultados:

Jornal Folha Universal: 19.02.95; 19.03.95; 14.05.95; 19.05.95; 16.07.95; 15.10.95; 12.04.96; 09.06.96; 18.01. 98; 04. 07.04;

New York Times (EUA): 30. 12.87.

Estado de São Paulo: 29.03.89

O Globo (RJ): 29.04.90.

Folha de São Paulo: 20.06.91; 23.02.95; 09.03.95; 23.12.95; 29.12.95; 30.09.05.

Tribuna da Imprensa (RJ): 30.10.04.

Jornal ¡Hola Vida! Comunidad Cristiana del Espíritu Santo, Espanha: 02-03-2004.

Revista Veja: 30.11.88

Revista Época: Ed. 258, 28.04.03.

Revista ISTOÉ: Edições Nº 1424; 1824; 1858.

Informativo do Complexo Hospitalar Hope-Esperança: Ano 09, julho 2004.

ANEXO D – Alguns folhetos de propaganda da IURD no Brasil e exterior

Templo Em Recife (Antiga Catedral):

Templo em Barcelona Espanha:

Templo em Zacatecoluca, El Salvador:

ANEXO E

Relação de Convênios do Complexo Hospitalar Hope-Esperança, Recife

Livros Grátis

(http://www.livrosgratis.com.br)

Milhares de Livros para Download:

Baixar livros de Administração
Baixar livros de Agronomia
Baixar livros de Arquitetura
Baixar livros de Artes
Baixar livros de Astronomia
Baixar livros de Biologia Geral
Baixar livros de Ciência da Computação
Baixar livros de Ciência da Informação
Baixar livros de Ciência Política
Baixar livros de Ciências da Saúde
Baixar livros de Comunicação
Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE
Baixar livros de Defesa civil
Baixar livros de Direito
Baixar livros de Direitos humanos
Baixar livros de Economia
Baixar livros de Economia Doméstica
Baixar livros de Educação
Baixar livros de Educação - Trânsito
Baixar livros de Educação Física
Baixar livros de Engenharia Aeroespacial
Baixar livros de Farmácia
Baixar livros de Filosofia
Baixar livros de Física
Baixar livros de Geociências
Baixar livros de Geografia
Baixar livros de História
Baixar livros de Línguas

Baixar livros de Literatura
Baixar livros de Literatura de Cordel
Baixar livros de Literatura Infantil
Baixar livros de Matemática
Baixar livros de Medicina
Baixar livros de Medicina Veterinária
Baixar livros de Meio Ambiente
Baixar livros de Meteorologia
Baixar Monografias e TCC
Baixar livros Multidisciplinar
Baixar livros de Música
Baixar livros de Psicologia
Baixar livros de Química
Baixar livros de Saúde Coletiva
Baixar livros de Serviço Social
Baixar livros de Sociologia
Baixar livros de Teologia
Baixar livros de Trabalho
Baixar livros de Turismo