

# **Liturgia e *marketing* religioso: uma análise dos testemunhos no “Congresso para o Sucesso” iurdiano**

Liturgy and religious marketing: an analysis of testimonials of the Universal Church's “Congress for Success”

*Sarita dos Santos Carvalho\**

*Breno Martins Campos\*\**

## Resumo

A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) é a mais conhecida igreja brasileira com fundamentos na teologia da prosperidade e excelente estrutura midiática. Em sua programação na TV e *internet*, a IURD veicula encontros diversos a fim de atingir públicos específicos. Dentre eles há o Congresso para o Sucesso (CpS), que incentiva o empreendedorismo de sucesso àqueles que dele participam. Este artigo trata do que produzem os testemunhos de sucesso dos fiéis que frequentam o CpS iurdiano, com base teórica na Análise do Discurso (AD) e nas técnicas de persuasão da propaganda (relacionadas, sobretudo, às técnicas de conversão religiosa). Procura-se demonstrar que esses testemunhos não são apenas parte litúrgica dos encontros na IURD, mas fortes elementos de propaganda institucional religiosa. A AD e as técnicas de persuasão apontam caminhos para desvendar elementos-chave de um discurso autoritário e regido por líderes eclesiais.

Palavras-chave: IURD. Testemunho. Análise do Discurso. Liturgia. *Marketing*.

## Abstract

The Universal Church is the most popular Brazilian church based on Prosperity Theology and on excellent marketing. In its programming on TV and online, the Universal Church hosts several encounters in order to address specific audiences. One of these is the Congress for Success, which focuses on encouraging successful entrepreneurship among its followers. This article analyzes the testimonies of success from believers who attend the Congress through the theoretical fundamentals of Discourse Analysis and of persuasion marketing techniques (related, above all, to techniques of religious conversion). We aim to show that these testimonials are not only a liturgical part of the Universal Church's meetings, but also instead strong elements of institutional religious propaganda. Discourse Analysis and persuasion techniques show how to unlock the key elements of an authoritarian discourse governed by ecclesiastical leaders.

Keywords: The Universal Church. Testimonial. Discourse Analysis. Liturgy. *Marketing*.

---

\* Mestra em Ciências da Religião (PUC-Campinas). E-mail: [sarita.scarvalho@gmail.com](mailto:sarita.scarvalho@gmail.com)

\*\* Doutor em Ciências Sociais (PUC-SP). Professor do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciências da Religião (PUC-Campinas). E-mail: [brenomartinscampos@gmail.com](mailto:brenomartinscampos@gmail.com)

## Introdução

As teorias linguísticas da Análise do Discurso (AD) e as técnicas de persuasão da propaganda são instrumentos metodológicos dos quais vamos nos valer neste artigo para análise de um modelo específico de discurso religioso – o do *Congresso para o Sucesso* (CpS) da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) – que utiliza técnicas específicas de convencimento com vistas à conversão religiosa dos participantes.

Aqui, não entendemos conversão como uma categoria pertencente aos domínios da teologia, por exemplo, no caso de uma *conversão para a salvação*, segundo o linguajar interno de algumas igrejas, a passagem da morte para a vida (eterna) ou do inferno para o céu. Com Peter Berger (1995, p. 29), aprendemos sociologicamente que “o mundo é construído na consciência do indivíduo pela conversação com os que para ele são significativos (como os pais, os mestres, os amigos)”. Por conseguinte, entendemos conversão religiosa como a passagem de um mundo social que já não faz sentido para *um outro* – com novo sentido, adquirido e sustentado como realidade subjetiva para o indivíduo por meio de novas conversações.

O que há de religioso, então, em nossa proposta de conversão religiosa? Para Berger (1995, p. 15): “Toda sociedade humana é um empreendimento de construção do mundo. A religião ocupa um lugar destacado nesse empreendimento”; assim, devemos entender que o religioso e o social nunca estão dissociados, ambos são empreendimentos humanos. A conversão religiosa é a mudança de um discurso que constrói e mantém o mundo (social) para outro discurso que sustenta também um outro mundo. O caminho metodológico proposto permite-nos analisar o que há de inconsciente no funcionamento ou por detrás das explicações religiosas que ordenam o comportamento de determinado grupo de fiéis.

À primeira vista, pode parecer que as estruturas da propaganda e as do discurso religiosos sejam autônomas, mas, acompanhando o grupo escolhido para nosso estudo de caso, as testemunhas fiéis na IURD como personagens de propaganda testemunhal, podemos perceber a justaposição das técnicas de propaganda nos discursos religiosos. Apesar de carregar todo um relato histórico do fiel, o discurso da testemunha não se desvincula do discurso religioso pré-estabelecido pela igreja; antes, está submetido a determinadas regras de

enunciação e é parte fundamental para demonstrar a importância da fidelidade para o convencimento do público – o que pretende levar à conversão de outros.

Chamamos de testemunhas de sucesso aqueles participantes do CpS que oferecem seu testemunho como elemento que compõe a ordem litúrgica, relatando seus infortúnios de antes da conversão à IURD e seus sucessos após a adesão ao sistema, regras e normas da igreja e, neste caso particular, do CpS. Segundo esses discursos testemunhais, o sucesso está intimamente atrelado à obediência das regras iurdianas, à participação assídua nas reuniões, à oferta do sacrifício, que nada mais é que a doação em dinheiro de recursos que o fiel tenha ou venha a ter durante o processo de conversão e frequência nos eventos.

O fiel do CpS recebe da igreja um saquitol de tecido preto e dourado que deve ser levado para casa. O congressista é instruído a colocar nele durante a semana toda oferta que lhe aprouver. Levando o saquitol para a igreja às segundas-feiras, o fiel deve transferir o valor do saquitol a um envelope e, então, ofertar (depositar) no altar. Aos fiéis que mais ofertam é dada a possibilidade de testemunhar em público ou fazer a gravação de um vídeo. Assim, aqueles que desejam a prosperidade são também impelidos a *desejar testemunhar*, pois o ato pode conferir a ele um novo *status* e selar na igreja o seu sucesso. Esses testemunhos são gravados durante as reuniões e vários deles são reproduzidos em programas de TV, exibidos pelos canais CNT e Ideal TV ou pela Rede Record durante os programas iurdianos, e disponibilizados em canais da *internet*, como *Youtube*, redes sociais, como *Facebook*, e blogs de bispos e pastores da IURD.

Lembramos que na IURD os testemunhos de fiéis não ocorrem somente no CpS, mas em outros tipos de reuniões, como as de cura e libertação, restauração de relacionamentos, libertação das drogas. Contudo, fizemos um recorte no objeto de estudo, delimitando-nos aos eventos do CpS, reuniões que ocorrem sempre às segundas-feiras, em diversos horários, no Templo de Salomão (TdS) em São Paulo – local de maior evidência pelo seu tamanho e importância conceitual – e em todos os grandes templos da IURD pelo país. Os frequentadores, em geral, são empreendedores, empresários e aqueles que desejam se tornar empresários ou donos do próprio negócio. O CpS incentiva o trabalhador a se tornar empreendedor autônomo. O sucesso, segundo a teologia do CpS, vem pela doação e obediência do fiel: a frequência assídua às reuniões, o empenho em trabalhar, a oferta para a igreja. As palestras dos CpS são calcadas basicamente em palavras de incentivo e

autodeterminação, com estabelecimento de pontos de memorização, e a pregação é motivacional.

No TdS, as reuniões às segundas-feiras ocorrem em seis horários ao longo do dia. A programação do TdS é a base para muitas outras igrejas, que seguem os mesmos temas durante os dias da semana. A fundação do TdS tem importância significativa na estrutura da IURD, ele tem se tornado referência de espiritualidade para os fiéis da igreja, sendo comum receber visitantes de forma regular, inclusive de fiéis que moram em cidades distantes, que chegam em caravanas ou mesmo individualmente. Há em jogo um processo de *rejudaização* da religiosidade cristã por meio da utilização de elementos simbólicos trazidos do judaísmo antigo.

O TdS é o maior empreendimento de construção que a IURD já realizou, o maior templo cristão da América Latina, inaugurado em julho de 2014, localizado na Av. Celso Garcia, no bairro do Brás, em São Paulo. O templo abrange uma área total de 100 mil m<sup>2</sup>, comporta 10 mil pessoas sentadas e possui uma estrutura comparável às grandes construções religiosas pelo mundo afora.<sup>1</sup> Além da estrutura física, cada reunião no TdS conta com um grande corpo de funcionários atendendo ao público de fiéis e visitantes. Como peça integrante de um projeto maior, o TdS carrega uma teologia monárquica e simbólica, com base em conceitos do Antigo Testamento, para centralizar o poder da IURD no TdS, gerando uma identidade neojudaica, que remete à centralização do poder no Templo de Jerusalém. Segundo informa a própria IURD, no TdS está o "maior Altar de Deus aqui na Terra" (Lellis, 2017, p. 78). Se é o maior altar, conseqüentemente, carrega de poder simbólico o discurso daquele que fala em nome de Deus, pois remete à presença física de um rei soberano na Terra. A estrutura física colabora para a noção de que existe um altar com um trono, do qual emana diretamente ao fiel toda ordem e poder.

O caso não é exclusivo da IURD, outras denominações evangélicas também têm se engajado nesse processo de ressignificação do Antigo Testamento. Segundo Magali do Nascimento Cunha (2014), a partir dos anos de 1990, signos anticotestamentários passaram a ser inseridos em canções, pregações, liturgias e outras práticas em várias igrejas evangélicas – incentivadas especialmente pelo mercado fonográfico. Canções com ênfase na guerra, inserção de letras com palavras em hebraico, ornamentação dos espaços cômicos com candelabros e utensílios judaicos, uso da estrela de Davi ou da bandeira de Israel, campanhas

ou festas com nomes da tradição judaica são alguns elementos que compõem essas novas práticas (Cunha, 2014). Tudo acompanhado de um retorno à teologia da realeza, do poder e do domínio que podem ser compartilhados na Terra em detrimento do pastoreio e do serviço comunitário: "Deus precisa ser compreendido como dominador, soberano e vencedor – assim a estima dos súditos é elevada. E mais elevada a ponto de se interpretarem não como vassallos, mas como herdeiros, príncipes" (Cunha, 2014, p. 140). Podemos encarar o contexto neojudaico, portanto, como mais uma relação entre mercado e religiosidade nos caminhos truncados da economia e da teologia.

Para interpretar todo esse contexto religioso, social e econômico, utilizamos a AD como método de análise para ter a possibilidade de localizar os aspectos sócio-histórico-ideológicos presentes no discurso religioso da testemunha fiel; as teorias da propaganda, por sua vez, permitem-nos enxergar o que nem sempre é visto, ou seja, a aplicação de técnicas que levam ao ponto decisivo para o convencimento, que é a sugestão (e a suposição) de fatos que encaminham o sujeito para o desejo. Na propaganda, a sugestão não é uma técnica banal, mas fundamental; cercada de provas visuais ou testemunhais produz certezas, como nos casos de sucesso testemunhados nas reuniões do CpS na IURD, principalmente, no que se refere à exposição literal ou simbólica da aquisição de bens. A dúvida é inimiga da persuasão (Brown, 1965).

Falar de fidelidade e integridade na sociedade do século XXI, paradoxalmente, é levantar dúvidas; vivemos tempos em que acordos e contratos são desfeitos ou burlados com certa facilidade, e a palavra empenhada representa pouco valor. Na contramão da sociedade, podemos observar o raro fato que é o valor de credibilidade dado às testemunhas religiosas por aqueles que participam, de uma forma ou de outra, numa mesma igreja, comunidade ou denominação. O *status* de verdade é concedido às falas porque há um elemento divino (tornado sagrado) a colocar em risco a desconfiança quanto às testemunhas. Desautorizar uma testemunha religiosa pode ser algo que beira à heresia. O discurso religioso e a propaganda religiosa fazem parte de um conjunto de normas com objetivos específicos, que se constroem na ilusão de reversibilidade do discurso religioso.

## 1. Princípios da análise do discurso (AD)

Apesar de a língua e a gramática interessarem à AD, o que ela estuda de fato é o *discurso*, definido como a palavra em movimento ou a prática da linguagem. Não se trata de verificar gramaticalmente aquilo que fala um sujeito determinado, mas aquilo que constitui um objeto sócio-histórico (o que o sujeito enunciou, seu discurso) – que passa de simples produção da fala para o *status* de materialidade ideológica manifestada por meio da língua.

Cada sujeito do discurso – ou cada sujeito que enuncia – carrega uma ideologia. Segundo Michel Pêcheux (1988), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia; a ideologia constrói o sujeito do discurso que, ao proferi-lo, manifesta seus sentidos e historicidade. É da busca em revelar esses sentidos que a AD se ocupa, sentidos expressos no que foi proferido e também no que foi evitado (o dito e o não dito) – o que perfaz uma infinidade de possibilidades interpretativas.

A Linguística, o Marxismo e a Psicanálise são os três domínios disciplinares da AD. Pela Linguística, entendemos que a língua – a relação linguagem-pensamento e pensamento-mundo – não é unívoca, não é uniforme de um indivíduo a outro. Cada um carrega especificidades promovidas pelo seu legado histórico (numa condição de princípio da materialidade do Marxismo), o que não é totalmente claro nem à sociedade nem ao próprio indivíduo; e, portanto, transpõe o falante da condição de ser humano para a de sujeito determinado inconscientemente por uma ideologia (a convocar imediatamente as contribuições da Psicanálise).

Diferentemente de como a comunicação expõe seus elementos de composição na transmissão de informação – emissor (aquele que fala), meio (língua falada ou escrita, imagem etc.), mensagem (conteúdo presente no meio) e receptor (alvo da mensagem) –, o discurso põe os indivíduos numa relação de sujeitos afetados pela história de argumentação e subjetivação, ou seja, indivíduos dentro de uma prática discursiva são mais que emissores ou receptores, mas são sempre produtores de discurso porque elaboram mensagens, tanto na emissão quanto na recepção, de acordo com o que seus construtos históricos, subjetividade e individualidade permitem-lhe produzir – mensagens cujos os sentidos acabam sendo múltiplos e variados. Daí surge a definição de que o discurso é o efeito de sentidos entre locutores (Orlandi, 2013). Tanto o que fala quanto o que ouve produzem discurso, porque estão permeados de seus fundamentos ideológicos, e

o discurso não é apenas o que é proferido, mas aquilo que é silenciado também. Uma mensagem de emissão, portanto, jamais será exatamente a mesma, em conteúdo, quando se torna uma mensagem de recepção, pois quem a recebe já a interpretou de variadas formas, similares ou diferentes daquelas desejadas pelo emissor. Há, portanto, um desejo de controle de sentidos que não se satisfaz, pois que o discurso presente no outro já é novo e se multiplica.

No esquema de funcionamento entre a testemunha iurdiana e aquele que a ouve, estabelece-se um acontecimento discursivo em que a testemunha é um sujeito histórico-ideológico, que relata fatos reais ou ficcionais de sua trajetória, revelando e escondendo elementos que carregam materialidade histórica, e que são previamente modulados por aquilo que o ambiente, o momento e o local permitem enunciar. O ouvinte, por sua vez, é outro sujeito do discurso, que carrega também um construto histórico-ideológico e interpreta o que ouve, gerando para si um novo discurso, adaptado a sua ideologia.

Em perspectiva epistemológica, na medida em que busca o sentido da linguagem que se inscreve na história, a AD não se interessa pelo *sentido verdadeiro* que pode estar oculto num texto, mas pelos gestos de interpretação, os sentidos de objetos simbólicos constituídos de significância para e por sujeitos (Orlandi, 2013). No mecanismo do discurso há uma porção de elementos simbólicos e seus significados que são peculiares a determinado sujeito e que produzirão para ele sentidos que podem ser exclusivamente seus. Quando alguém diz "você vai tomar chuva", a frase pode ser recebida de diversas maneiras – memórias de um dia de chuva refrescante de verão, talvez numa tarde feliz da infância, por exemplo, moldam a interpretação subjetiva de uma pessoa. De outra forma, pode atingir a memória discursiva de alguém que sofreu frio e desconforto durante uma noite fria de inverno, o que confere significações totalmente díspares ao enunciado. Assim é a incompletude do discurso, pois o sujeito que fala não tem a capacidade de colher todos os efeitos de sua enunciação, que serão produzidos de acordo com a memória discursiva do outro.

Para a AD, é imprescindível definir as condições da produção de um discurso, que envolve o sujeito e a situação (circunstância da enunciação), ou seja, o contexto imediato. Em sentido amplo, as condições de produção incluem fatores mais abrangentes, como o contexto sócio-histórico e ideológico. Pensando no discurso das testemunhas de sucesso na IURD, consideramos como condição de

produção *imediate* o contexto que envolve o ambiente religioso do templo iurdiano, a situação de inquirição por parte do ministro religioso e a exposição frente aos demais fiéis ou frequentadores da igreja. Em contexto *abrangente*, as condições de produção podem ser a própria história da testemunha, de pessoa antes desfavorecida, que restitui ao presente uma memória discursiva de fatos e novas possibilidades de interpretação, bem como suas crenças anteriores e atuais que permeiam a construção ideológica.

A memória discursiva de que falamos é o interdiscurso, quer dizer, algo que vem à mente no momento do discurso, fatos previamente estabelecidos na memória do sujeito e que vêm à tona modulando os sentidos possíveis. É um já dito, pré-construído, que podemos identificar, por exemplo, quando uma testemunha fala da falta de assistência básica – fome, dor, desamparo, doença –, que automaticamente traz ao presente as informações de que isso é um problema grave, constrangedor, desesperador, no qual o indivíduo se encontra impotente e fraco.

Todo ser humano, ainda que não tenha experimentado, por exemplo, a fome, desencadeia sentimentos de repulsa ao fato, instintivamente, e aquele que, porventura, já tenha vivido a situação atualiza imediatamente a lembrança do sofrimento. Em ambos os casos, o sentimento de solidariedade aparece, gerando sentidos diferentes de interpretação de um mesmo discurso. Assim, o interdiscurso se encarrega de informações de experiências passadas, adquiridas ao longo do tempo e de formas distintas para cada indivíduo. O gatilho para o retorno da memória discursiva pode estar em uma palavra proferida, uma imagem, um gesto, um objeto, um detalhe. Tudo e qualquer coisa podem reativar uma memória que passa a modular o sentido. É pela existência do interdiscurso que determinadas palavras despertam sentidos em um e não em outro indivíduo, pois aquele tem determinada memória que neste não é desencadeada.

O discurso também é permeado pelo esquecimento, que pode ser caracterizado por duas formas (Pêcheux, 1988). Uma delas é o tipo que regula, na enunciação, aquilo que não foi falado por comparação com o que foi falado, por exemplo, a escolha de uma forma de falar e não de outra. Usar uma e não outra forma de falar produz a ilusão referencial de que o *enunciado* só poderia ser dito daquela forma – o que evidencia certos tipos de interpretação. Como exemplo, podemos verificar o uso de certas palavras mais impactantes que outras, a prática



de alterar a ordem sintática da frase, favorecendo às vezes o verbo em detrimento do sujeito. No caso dos testemunhos na IURD, podemos citar a explicitação do longo tempo de miséria por que o indivíduo passou, que pode ser definido por um tempo exato (um ano, cinco anos) ou um tempo indeterminado (muito tempo, vários anos), o que altera o modo de interpretação dos significados, levando a sentidos diversos. Desta forma, entendemos que a sintaxe também significa algo, e que, portanto, o modo de dizer não é indiferente aos sentidos (Orlandi, 2013).

A outra forma de esquecimento é aquela que revela a ideologia pela qual o falante é afetado. Na produção de um discurso, o falante retoma sentidos e informações preexistentes, pré-construídos em sua ideologia, e isso se expressa de forma inconsciente. Não percebemos que somos afetados o tempo todo por aquilo que é nosso construto histórico-ideológico, e que se manifesta em nossas ações continuamente. São construções que não se originam em nós, mas já nos foram dadas desde que nascemos e, ao longo da vida, foram assimiladas por nós. Esse esquecimento (que é totalmente presente) é o que traz a utilização de certas formas para uma testemunha, por exemplo, que tenha nascido em família de classe média e tenha experimentado a falência, diferentemente de outra que tenha vivido desde sempre nas classes mais baixas. Todos somos tomados, o tempo todo, por uma série de significações que em nós foram impressas, formas exclusivas de falar e escrever (próprias dos diversos meios), que podem ser encaradas como um esquecimento ideológico, ao passo que se mostram como naturais a quem deles participa.

Nesse jogo de sentidos, a AD classifica diferentes formas de interpretação por meio da paráfrase e da polissemia. A paráfrase é o processo pelo qual alguns termos do discurso podem ser substituídos, mantendo-se outros a fim de manter também o sentido. Já a polissemia é um processo de deslocamento, de quebra na significação, uma interpretação equívoca, que não pode ser controlada por quem discursa. Esses processos estão continuamente em jogo, levando à possibilidade de interpretação do sentido desejado, bem como de sentidos totalmente fora do esperado. No caso dos testemunhos dos fiéis, determinadas falas tanto podem levar à compaixão quanto à repulsa, tanto podem produzir credibilidade quanto podem despertar dúvida e descrédito. É real o risco que se corre na produção da propaganda testemunhal, por exemplo, quando o testemunho pode parecer falso ou exagerado – gerando, conseqüentemente, repulsa e descrédito (indesejados).

Para tentar evitar sentidos não previstos, especialmente os indesejados, há o mecanismo de antecipação, que é o dispositivo pelo qual todo sujeito do discurso pode ocupar o lugar de seu interlocutor, prevendo, assim, o que o outro vai interpretar. Esse mecanismo é o que regula a argumentação, de tal modo que o sujeito produzirá seu enunciado ou de uma forma ou de outra (Orlandi, 2013), em face das expectativas. Um sujeito pode prever se o interlocutor é seu cúmplice ou adversário, e, assim, organizar seu discurso da melhor forma para realizar suas intenções. Há também as relações de força, estabelecidas principalmente por padrões sociais, que podem ser relações hierárquicas pré-estabelecidas ou simplesmente imaginárias. No discurso da testemunha, há uma relação de força, uma certa posição hierárquica, que é legitimada pelo ministro religioso ao conceder a ela o direito – e autoridade, ainda que momentânea – de falar à frente da igreja (pelo microfone do ministro para toda a igreja). Na AD, não se pode menosprezar a força que a imagem e o imaginário conservam na constituição do dizer.

Num só discurso, portanto, há várias formações discursivas, que são próprias de cada contexto sócio-histórico-ideológico. Uma mesma enunciação, dentro de discursos diferentes, produz sentidos diferentes por carregar ideologias diferentes. No âmbito iurdiano, uma testemunha fiel relatar que realizou sacrifício representa ter doado alguma coisa, com a proeminência de recursos financeiros, quem sabe, tudo o que possuía. Não se trata somente de um esforço excessivo, pois, no discurso iurdiano, o sacrifício vem sempre acompanhado de conotação religiosa que envolve culpa, pecado e redenção diante de Deus.

A AD confirma que o sujeito do discurso não é, como ele mesmo poderia pensar, um elemento autônomo e livre. Ao contrário, há aquilo que chamamos de *assujeitamento*, compreendido pelo fato de o indivíduo não poder discursar tudo o que sua mente deseja. Ele o faz mediante uma série de regras sociais, construções ideológicas e históricas, que não permitem a liberdade total de expressão. O sujeito do discurso é aquele que se sujeita a uma situação de controle.

Em face de tamanhos desafios de apreensão de sentidos, as palavras de Eni P. Orlandi (2013, p. 59) apontam os dispositivos de análise da AD, que precisa estar atenta tanto ao enunciado (lembrado) como ao silenciado (esquecido):

O dito em relação do não dito, o que o sujeito diz em um lugar com o que é dito em outro lugar, o que é dito de um modo com o que é dito de outro modo, procurando ouvir, naquilo que o sujeito diz, aquilo que ele não diz, mas que constitui igualmente os sentidos de suas palavras.

O esforço da AD, como se vê, não é o de procurar o sentido verdadeiro, mas um sentido real dentro da naturalidade discursiva. Segundo Pêcheux (2015, p. 53),

todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro (a não ser que a proibição da interpretação, própria ao logicamente estável, se exerça sobre ele explicitamente). Todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série [...] de pontos de deriva, oferecendo lugar de interpretação.

Tal instabilidade é justamente o que permite a nós a interpretação dos testemunhos de forma diversa daquela pretendida pela própria testemunha ou pela instituição que representa. Graças ao fato de o discurso ser equívoco e levar a equívocos interpretativos que nos é possível analisá-lo. O analista de discurso, portanto, procura descrever o gesto de interpretação do próprio sujeito do discurso, sabedor de que ele mesmo também é um sujeito, um interlocutor a interpretar esse discurso, o que exige dele a consciência da relação e a necessidade da máxima neutralidade possível. Segundo Orlandi (2013, p. 61), o analista se diferencia do hermeneuta: "não interpreta, ele trabalha (n)os limites da interpretação".

A escolha, construção e análise do *corpus* da investigação estão interligadas, pois decidir o *corpus* já é fazer uma prévia análise de suas propriedades discursivas. Neste artigo, já iniciamos a análise ao selecionar como objeto o *modus operandi* do CpS e dos testemunhos que lá ocorrem. Decisão que não foi – e nunca deve ser – pautada por juízo de valor acerca da veracidade ou fidedignidade o que é falado pelas testemunhas, mas, sim, pelo conteúdo e condições dos discursos, pelo que afirmam ou descartam. Não deve importa se são relatos de evidências, fatos reais, mas nos interessam os sentidos que trazem, pois eles é que são reais e possíveis. Importa-nos observar a produção dos sujeitos-autores a construir uma unidade de texto.

Para a AD, real e verdadeiro é o fato de o discurso e o sujeito do discurso carregarem a possibilidade de dispersão e incompletude, equívoco, contradição de sentidos; e que, apesar disso, apresentem-se numa mesma construção de fala, ou texto, segundo as normas da língua – aqui, sim, de forma clara, coerente, concisa. Se, para o senso comum, um discurso pode ser julgado verdadeiro ou falso, pela AD, ele é um acontecimento e por existir ele é verdadeiro.

Para que um discurso seja acontecimento, há uma "multiplicidade de técnicas de gestão social dos indivíduos" (Pêcheux, 2015, p. 30), ou seja, o discurso é significado dentro de uma comunidade selecionada socialmente. Elementos de coerção selecionam os participantes de um grupo social discursivo. Pelas características discursivas se estabelecem espaços discursivos nos quais se supõe que todo sujeito sabe do que fala e a quem fala. Assim, a relação de discurso da testemunha iurdiana com seus ouvintes é modulada por classificações: há um padrão geral que se espera de todos os indivíduos que se encontram numa reunião do tipo CpS, e que leva a testemunha a certos tipos de enunciação e não a outros. São caracterizações que fazem parte do desejo de estabilização (de sentidos, para uma facilitação de controle) das instituições.

Há uma série de normas socialmente estabelecidas que regem o discurso e as comunidades discursivas, há procedimentos de controle que condicionam o funcionamento do discurso, determinando regras que incluem ou excluem outros indivíduos, permitindo ou não que tenham acesso a ele (o discurso): "ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências, ou se não for, de início, qualificado para fazê-lo" (Foucault, 2014, p. 35). A possibilidade de a fiel testemunha discursar existe porque ela se submete a uma série de condições e regras da IURD, mais especificamente, do CpS, moduladas também pelo controle do bispo que entrevista a testemunha. Se a testemunha não seguir as regras é excluída do grupo, tem sua exposição suprimida e rejeitada. O bispo ou o pastor têm o poder, pela ordem hierárquica, de controlar o que pode ou não ser exposto naquele momento.

Cabe pensar que, no discurso da testemunha de sucesso, é permitido falar do fracasso do passado, e mesmo de situações íntimas e constrangedoras às quais a testemunha tenha passado, relatos que poderiam ser classificados como indizíveis em outros contextos, relatos que a maioria dos seres humanos prefere velar e esquecer, porque representam o fracasso pessoal dentro da sociedade capitalista – mas, no contexto iurdiano, esse tipo de relato é permitido e exposto. As consequências negativas do *sacrifício*, ou seja, o que pode ter acontecido de ruim no ambiente familiar ou pessoal após a testemunha fiel ter doado, por exemplo, todo o seu ganho mensal, não se permite relatar. Como confirma Michel Foucault (2014, p. 35), "nem todas as regiões do discurso são igualmente abertas e penetráveis; algumas são altamente proibidas (diferenciadas e *diferenciantes*), enquanto outras parecem quase abertas a todos os ventos e portas, sem restrição

prévia, à disposição de cada sujeito que fala". O grupo de fiéis e de líderes do CpS constitui, então, uma "sociedade de discurso" (Foucault, 2014, p. 39), na qual o número dos indivíduos que falam tende a ser limitado. São indivíduos cercados por uma doutrina que os liga a certos tipos de enunciação e proíbe outros. Os enunciados permitidos são os que ligam os indivíduos (os fiéis empresários e aqueles que o desejam ser) e os identificam, diferenciando-os dos demais.

Os discursos das testemunhas, mesmo que muito parecidos em seu desfecho (de certa forma, previsíveis no contexto em que são produzidos), são diferentes porque são acontecimentos diferentes. Para Orlandi (1987), a mera repetição já significa diferença, por gerar modificação no processo discursivo, ou seja, não é mera repetição, mas afirmação ou reafirmação, uma cadeia de outros sentidos que vão além da duplicidade de informação.

## **2. O discurso religioso**

O discurso das testemunhas no CpS da IURD vem amparado, ou é antecedido, pelo discurso religioso iurdiano, ou seja, as intervenções dos bispos e pastores durante o sistema de entrevista estão carregadas de sentidos que, se observados pelo viés da teoria, podem ser bem compreendidos. Compreendemos que o discurso das testemunhas vem moldado pelo discurso religioso da instituição e está sujeito a ele, obedecendo a uma certa ordem formal que tende à noção de irreversibilidade (um dos critérios para classificar tipos específicos de discurso).

A reversibilidade é a condição do discurso, está ligada à polissemia, portanto, quanto mais polissêmico for o discurso, com mais possibilidades de sentidos, mais estará distante do discurso autoritário. Ao enunciar, o falante coloca em jogo o sentido desejado e outros sentidos que vêm à tona no conjunto da enunciação – por força do corpo, gestos, entonação, e mesmo pela sequência sintática e morfológica. O receptor, que também é um sujeito do discurso, vai receber o enunciado já inferindo ou o mesmo sentido dado àquele conjunto ou outros sentidos, devido a seu próprio construto sócio-histórico-ideológico e ao acionamento de sua memória discursiva.

Um discurso que tende ao autoritarismo, como no caso do discurso religioso, vai procurar formas de impedir a multiplicidade de sentidos (que não os

desejados pelo falante) por força do que a instituição propõe. O discurso autoritário – inclusive, o religioso – tende à monossemia, à polissemia contida ou estancada (Orlandi, 1987). De que forma o discurso religioso põe em prática essa interdição à interpretação? Uma instituição religiosa – nas igrejas e denominações cristãs é assim – estabelece uma ideologia de hierarquia, que é a chave para uma interdição à polissemia do discurso. Na hierarquia, encontra-se um Deus que se nomeia superior e absoluto (Sujeito-religioso), os líderes religiosos (sujeitos-religiosos) e os sujeitos-fieis (subordinados a uns e ao Outro). "Deus é o Sujeito e os homens são os seus interlocutores-interpelados, os seus espelhos, os seus reflexos (não foram criados à sua imagem?)" (Orlandi, 1987, p. 241). Dentro dessa ideologia de sujeitos e subordinados, há uma situação estável de sujeição e *assujeitamento* porque, pelo livre-arbítrio, o sujeito-fiel se dispõe à submissão, pois o indivíduo é interpelado como sujeito (livre) para que aceite (livremente) a sua sujeição (Althusser, 1980). O livre-arbítrio traz em si a coerção não física, mas ideológica, que transforma a obediência em dever.

O dever do fiel é obedecer a seu superior, à voz da instituição reconhecida como instrumento da vontade de Deus. No momento em que o sujeito aceita a condição de sujeição, aceita também a interdição de seu livre discurso, limitando-se àquilo que é autorizado pela voz do sujeito-religioso. Por este mecanismo, podemos entender o papel e a importância do bispo iurdiano que conduz uma entrevista com a testemunha, bem como os momentos em que ele interrompe o relato, refaz uma pergunta, desvia o assunto, promove digressões, levando a testemunha a elaborar novos textos, conforme a condução que interessa à instituição. Não são poucas as vezes em que o sujeito-religioso sugere ao sujeito-fiel a supressão de detalhes para dar celeridade à fala a fim de atingir aquilo que mais interessa, o relato de sucesso alcançado pelo entrevistado.

A voz de Deus se expressa na de seus representantes – a Bíblia ou a voz do padre, pregador, pastor, bispo, missionário. Fica, assim, caracterizado o desnivelamento fundamental na relação entre locutor e ouvinte religioso: o locutor é do plano espiritual (Deus) e o ouvinte é do plano temporal (seres humanos). Os representantes do Sujeito-religioso não são o próprio Deus, contudo, o que está em funcionamento é o mecanismo de incorporação de vozes (Orlandi, 1987), pelo qual a voz de Deus está representada pela voz do ministro religioso – é a *subsunção* de uma voz pela outra, sem que se mostre exatamente o mecanismo pelo qual isso ocorre. Na IURD, quando Edir Macedo (outro bispo ou pastor) fala em nome de

Deus, é como se a própria voz de Deus fosse ouvida, autenticada por meio do uso e comentário de textos sagrados, que estabelecem um processo de *mistificação* (Orlandi, 1987) – capaz de promover o apagamento da diferença entre a voz do Sujeito-religioso e a do sujeito-religioso, tornando-as uma só. A relação mística entre o ministro e Deus leva a uma possibilidade de obscuridade que dissolve a ideia de que o ser humano esteja falando por si mesmo, antes, pelo contrário, permite a ele elaborar diferentes interpretações em nome de Deus.

Mesmo que pareça improvável que pessoas se submetam a um discurso proferido por um sujeito em nome de Outro, é esta a dinâmica que ocorre não somente no contexto iurdiano, mas em tantos outros que envolvem noções de autoritarismo – religioso, político, ou de outra natureza. Devemos lembrar que o sujeito que profere o discurso nesses contextos foi, na maioria das vezes, outorgado pela instituição e aceito por livre-arbítrio pelos ouvintes como líder, conferindo-lhe autoridade sobre eles. É este o mecanismo do discurso religioso verificado nas diversas religiões que exercem certo poder de controle de significados, na intenção de limitar as interpretações e os sentidos não desejados, desautorizando – primeiramente, ao próprio fiel – uma produção de sentidos que não os permitidos.

É a igreja que fundamenta a interpretação da palavra e, no caso iurdiano das testemunhas, a instituição fundamenta também o discurso delas. É pelo modo que a testemunha fala, dirigida pelo ministro, que ela pode se incluir na comunidade de fala da igreja, baseada em sua confissão de fé, já que é a fé que vai distingui-la dos não fiéis, bem como vai estabelecer a diferenciação entre convictos e não convictos, formando um espaço de inclusão (os que creem), que é ao mesmo tempo de exclusão (dos que não creem). Para a testemunha iurdiana, torna-se imprescindível obedecer à direção da igreja para não ser excluída do meio que a coloca em um posto intermediário de sujeito do discurso, já que é momentaneamente sujeito-religioso (enquanto dá o testemunho), autorizado pelo representante da voz do Sujeito-religioso, a falar de si mesma sobre o poder e as manifestações do divino em sua história.

Para a testemunha, a posição de poder ultrapassar o limite do simples ouvinte é uma aquisição momentânea de poder. Quanto à possibilidade de evidência social estabelecida pela imagem do testemunho, verificamos que a testemunha alcança, além da atenção da igreja enquanto ouve seu pronunciamento no templo (ou outro espaço físico), também o espaço midiático, já

que a própria IURD se apropria da imagem e discurso da testemunha, e os replica na TV ou *internet*, promovendo a permanência infinita do contexto enunciativo do sujeito. Assim, a IURD tem o controle sobre a testemunha, que, por sua vez e livre escolha, submete-se à ditadura suave da religião e da mídia. A testemunha passa de participante litúrgico a ator mercadológico, fornecedor de dados, proclamador da doutrina – o que perpassa todo seu próprio desejo de exposição. O ator-testemunha iurdiano, após proferir sua história, não tem mais autonomia sobre a própria imagem e fala, mas passa a compor o discurso da instituição, fazendo de sua fala uma voz semelhante de coerção e controle, ditando receitas e padrões de obediência e fé.

Se esperávamos encontrar reversibilidade no discurso das testemunhas iurdianas, em contexto geral, deparamo-nos com a ilusão da reversibilidade, já que o testemunho nada mais é que a confirmação de doutrina, o incentivo à participação na instituição, a afirmação de necessidade de sacrifício para obtenção da salvação e seus benefícios, e a confirmação de que a igreja é eficiente como canal de realização de todos os desejos daqueles que se aproximam dela. Os discursos das testemunhas são o da prosperidade que a IURD prega, e não exatamente o discurso de homens e mulheres comuns, refletindo suas memórias e seu construto sócio-histórico-ideológico apenas.

Com base no pensamento de Pêcheux, Orlandi (1987, p. 125) elabora a ideia de funcionamento discursivo como a "atividade estruturante de um discurso determinado, por um falante determinado, para um locutor determinado, com finalidades específicas". Há um funcionamento discursivo específico no testemunhal iurdiano, que é dirigido a um público determinado (os demais seguidores), com a finalidade de disputar o desejo de replicar a atitude da testemunha (testemunhar também), fazendo novos e obedientes fiéis. Orlandi (1987, p. 125) afirma que "em um discurso [...] não só se representam os interlocutores, mas também a relação que eles mantêm com a formação ideológica. E isto está marcado no e pelo funcionamento discursivo".

Entre os interlocutores (testemunhas e ouvintes) e o discurso encontra-se toda a ideologia iurdiana, que permeia e envolve todo o contexto de enunciação. Segundo Foucault (2002), devemos dar atenção àquilo que é, ou parece ser, a opinião unânime, que desperta a consciência coletiva sobre uma categorização para os diversos tipos de discurso, ou seja, devemos nos dispor a olhar como são



categorizados socialmente os discursos – se emitidos por um religioso como religioso, se emitidos por um professor como forma de ensino –, mas devemos olhar além disso, entendendo que um discurso pode ser categorizado em diversas classes e pretender diversos objetivos que não apenas o de doutrinar religiosamente ou ensinar uma disciplina, por exemplo.

Importa-nos refletir se o discurso da testemunha e o da IURD são essencialmente iguais ou distintos. Devemos estar atentos a esse atravessamento que se faz do discurso das testemunhas fiéis pelo discurso religioso, atravessamento que mescla as categorizações secular e religioso, revelando algo novo. Assim, ao discurso da testemunha iurdiana podemos conceder certo poder doutrinário, normatizador, sagrado, o que é próprio do discurso da instituição religiosa, mas com finalidades de divulgação, proclamação, propaganda. Portando, olhar além das categorizações permite-nos ampliar a possibilidade de novos sentidos, "libertando-os de todos os grupamentos considerados como unidades naturais, imediatas e universais, temos a possibilidade de descrever outras unidades" (Foucault, 2002, p. 33).

Podemos verificar, então, como surge o discurso religioso na voz do fiel, como aparece um enunciado e não outro em seu lugar.

A análise do campo discursivo é orientada de forma inteiramente diferente [em relação à análise do pensamento]; trata-se de compreender o enunciado na estreiteza e singularidade de sua situação; de determinar as condições de sua existência, de fixar seus limites da forma mais justa, de estabelecer suas correlações com os outros enunciados a que pode estar ligado, de mostrar que outras formas de enunciação exclui. (Foucault, 2002, p. 33)

Na análise dos discursos das testemunhas, devemos considerar que são enunciados diferentes em sua forma, mas que compõem um conjunto ao se referirem a um mesmo objeto (o sucesso por intermédio da igreja). Assim, podemos agrupar os enunciados e descrever seu encadeamento devido justamente a essa "identidade e a persistência dos temas" (Foucault, 2002, p. 40) – que, no caso dos testemunhos, estão fundamentadas na teologia da prosperidade. As ideologias se revelam ao longo dos enunciados.

Segundo Orlandi (2016, p. 14), "o efeito ideológico não se relaciona à falta, mas ao excesso: é o preenchimento, a saturação, a completude que produz o efeito de evidência". O efeito ideológico é o que sobressai, o que parece excessivo na

materialidade discursiva, o conjunto de falas, escritos e transcritos (Pêcheux, 2016) – além dos gestos e dos corpos dos fiéis e dos bispos, no caso da IURD. Tudo é materialidade discursiva e, se são materiais da ideologia, sua eficácia ideológica encontra-se justamente no processo de repetições mais ou menos regulado (Courtine; Marandin, 2016), pelo qual se vai fazendo o reconhecimento da ideia. No caso iurdiano, pela repetição do resultado de sucesso em histórias de vida diferenciadas. Podemos comparar as repetições constantes de histórias de sucesso, por exemplo, com as inserções de propaganda testemunhal na mídia, pois é pela repetição – em horário, local e meio para públicos específicos – que a propaganda atinge sua função.

É necessário compreender o mecanismo de persuasão para a conversão religiosa, que perpassa os mesmos mecanismos de persuasão de uma propaganda, entendendo que o processo de conversão do fiel de sucesso, sempre relatado em seu testemunhal, é primordial para a IURD, pois é somente pela conversão que um sujeito se torna fiel e é somente pela fidelidade (pelo livre-arbítrio, pela livre aceitação da coerção) que novos participantes serão também novos fiéis.

### **3. As técnicas de convencimento**

Religiões de padrões hierárquicos mais autoritários têm por prática realizar alguma forma de convencimento do fiel para que permaneça na doutrina e não se desligue de um ordenamento religioso, mantenha-se obediente e submisso ao sistema de autoridade. O discurso religioso, fundamental para esse controle, apresenta padrões similares ao do discurso verificado na difusão da propaganda: o testemunho de sucesso funciona como meio de propaganda institucional iurdiana.

Para James A. C. Brown (1965),<sup>2</sup> a propaganda – em geral, não somente em contexto religioso – consiste numa tentativa de mudar a opinião de outrem, e diversos meios são usados para isso, desde a violência até os modos mais sutis de convencimento. Dentre todos, sabemos que os que atingem psicologicamente o campo do desejo são mais eficientes e eficazes que as técnicas de coerção física. Brown (1965, p. 11) postula que "os pensamentos são criados e modificados sobretudo pela palavra falada ou escrita", por meio da qual o convencimento se instaura de forma definitiva, por isso a valorização do orador eloquente e do texto inteligente. Ainda que distante de nosso tempo e de sua lógica, a opinião de Brown

é bastante válida para a compreensão do funcionamento do testemunho no CpS em relação à persuasão presumida. Há uma dupla vantagem ligada à figura do orador eloquente iurdiano, pois o discurso tem consequências imediatas – por exemplo, no templo em que é proferido e para as pessoas ali presentes – e futuras, *ad infinitum* a juízo da instituição, por meio da veiculação na televisão ou pela exposição e disponibilidade em canais da *internet*.

Quanto à forma como a IURD faz a propaganda de sua doutrina, entendemos que há um sistema de divulgação de ideias, ao mesmo tempo em que opera um sistema de censura de outras ideias que possam representar ameaça à fidelidade. O controle seletivo de informações para ressaltar, por exemplo, a afirmação contínua de que Deus cumpre suas promessas ao fiel obediente, derramando bênçãos em forma de prosperidade física e econômica, é um modelo de censura de fatos. No excesso de exposição dos abençoados de sucesso, a IURD potencializa sua doutrina da prosperidade, enquanto apaga a ideia de que as bênçãos comuns sejam as mais importantes ou desejáveis, como a vida, o pão de cada dia, os relacionamentos etc.

A seleção das informações é uma tentativa de controlar as atitudes das pessoas pelo cerceamento do pensamento crítico. O propagandista espera resultados rápidos, não se interessa por ensinar a pensar, mas mostra em que pensar – o que revela uma forma autoritária de conduzir as ideias. Em relação à forma do discurso do propagandista religioso, aquele que consegue manipular o desejo das pessoas sabe do valor que há no apelo à autoridade; um sistema de oferecimento de bens que satisfaçam aos desejos é instaurado, e nele a autoridade religiosa dita os meios pelos quais os desejos podem ser satisfeitos. Na IURD, o discurso que dita o que pensar se une com a figura de autoridade (bispo), à qual o fiel acaba tendo prazer em se sujeitar.

No mecanismo de convencimento da propaganda, uma peça-chave é o despertar do público para determinadas coisas que ainda não são desejos existentes ou conhecidos. A exposição dessas coisas – o carro, a casa, a vida próspera – é a subpropaganda que desperta o desejo por conquistar algum objetivo, posteriormente, a propaganda aponta a direção para a pessoa obter tais coisas. No caso da IURD, o caminho para o sucesso é claro: fidelidade à instituição e seu discurso. Na propaganda comercial, institucional ou religiosa, o mecanismo fundamental "é a sugestão, que pode ser definida como a tentativa de induzir a

outros a aceitação de uma crença específica sem dar razões por si mesmas evidentes ou lógicas para essa aceitação, quer elas existam ou não" (Brown, 1963, p. 26). É eficiente a propaganda que convence e promove atitudes, não importando se o convencimento é sobre algo verdadeiro.

Também a conversão religiosa é um processo de convencimento: algo é oferecido ao indivíduo que o faz despertar para uma mudança de atitude – pelo desejo de aquisição de um bem imaterial ou mesmo material. A conversão pode ocorrer de forma emocional ou racional, ou ainda por uma mistura de ambas. Ao longo da história da religião cristã, observamos momentos de moderação e controle que se alternam com momentos de emocionalismo e impulsividade. Sabemos que conversões impressionantes e espetaculares, individuais ou coletivas, são eventos que atingem o público de forma mais rápida e intensa – justamente pelo fato de o despertar emocional ser mais rápido para desenvolver atitudes que o despertar por meio de elaboração racional. Não estamos colocando em questão a durabilidade e permanência da mudança de atitude do convertido, mas entendemos que em relação ao tempo de resposta a emoção leva à rápida tomada de decisão, diferentemente do entendimento racional, que por necessidade de elaboração demanda uma reação mais demorada.

Brown (1965) afirma que a conversão, quer seja emocional ou racional, baseia-se num conflito mental, por um sentimento de inadequação a algum estado pessoal. Caso contrário, a pessoa não teria motivos para se converter (mudar de opinião ou prática). Para a conversão, deve existir algum sentimento no indivíduo de desagrado consigo mesmo, e que o leva a buscar completude e equilíbrio em outrem ou em algo. Casos extremos de insatisfação pessoal podem levar pessoas a encontrar satisfação não somente em uma causa sagrada, mas desvelar um ressentimento fanático próximo do extremismo. São formas que se identificam em nossos tempos, devido a tantas demonstrações de intolerância, que nos levam a discutir acerca do respeito às diversas formas de professar uma fé. A intolerância é o reflexo do fanatismo, para o qual a opinião do outro nunca é a aceitável, ao contrário, deve ser combatida. Fato é que, como sugere Brown (1965, p. 214), "frequentemente, as novas crenças são extraordinariamente similares em conteúdo emocional às antigas" – e, mesmo após uma conversão, velhas crenças e comportamentos podem afetar a nova crença e o novo comportamento com o ressurgimento das velhas práticas (adaptadas a novos estilos).

Em linguagem e argumentos próprios, Brown (1965) argumenta que a conversão não é a mudança total da personalidade de um sujeito, mas a *troca* de um de seus conjuntos, sendo que outros tantos permanecem ativos e em inter-relação. De forma simplificada, para alguém que se converte a uma determinada religião, um conjunto que contenha determinados comportamentos sociais, como o hábito do uso de álcool ou drogas, pode ser substituído pelo hábito de frequentar reuniões no espaço da igreja; mas outros traços da personalidade podem permanecer, como a tendência à agressividade ou mansidão. Daí que a conversão possa ser diferente de sujeito a sujeito: mais emocional, mais racional, ou tudo misturado.

Brown (1965) utiliza de forma crítica o exemplo do método evangelístico cristão fundamentalista em três etapas – para descrever na prática sua explicação da realidade. Primeiramente, vem a inculcação da crença por meio da afirmação (Deus sabe tudo!), da repetição (Aleluia, amém!) e do contágio das multidões (solicitação de confirmação da repetição). A segunda etapa é a da instigação do medo do inferno e das obras demoníacas, podendo acontecer momentos de exposição de possessão e expulsão de demônios. Em terceiro lugar, tendo induzido o medo e a culpa, revela-se como o homem pode ser salvo, com argumentos que nunca são postos em dúvida, pois se mostram eficazes no controle do maligno, apresentado na etapa anterior.

Encontramos tal método de convencimento na dinâmica do CpS iurdiano: na repetição de jargões da igreja e do hino do CpS,<sup>3</sup> na manifestação e expulsão de demônios – principalmente, os da avareza e pobreza – e na conseqüente exortação para a obediência, para que o fiel não seja também possuído. No TdS, há um recurso a mais: o visual obtido por projeções de imagens nas paredes do templo, com alternância de iluminação e escuridão. Bispos iurdianos comumente pregam que a conversão e a fé são racionais, mas entendemos também que o conjunto da proposta de conversão, principalmente no que se refere ao âmbito do CpS no TdS, é fundamentalmente emocional. A racionalidade, comparação de ideias, moderação e análise dos acontecimentos estão em segundo plano; interessa a inculcação de verdades da IURD no público que se encontra, em determinados momentos de espetáculo emocional, fragilizado e desprovido de senso crítico.

O *candidato* a convertido é, certamente, um indivíduo que se encontra só, necessitando de um Deus ou de um organismo coletivo a que se vincular para

compartilhar problemas e insucessos. No movimento crescente de igrejas com produtos religiosos diferenciados, na busca dos sujeitos por satisfação plena, a conversão torna-se também produto religioso e, no caso de não satisfazer ao convertido, este se (re)converte a outra denominação que lhe prometa satisfação maior. Há um jogo constante de insatisfações que são (ou não) satisfeitas momentaneamente, preenchendo por tempo indeterminado a lacuna do desejo.

A sociedade contemporânea, (in)satisfeita com as tecnologias, é a mesma que se (in)satisfaz com as promessas religiosas, na busca incessante de algo que a complete, que responda a suas questões mais íntimas, mesmo que sem muita compreensão consciente dessa necessidade. Entrementes, o *marketing* explora pontos de satisfação e insatisfação de sujeitos e de grupos, utilizando de forma competente – às vezes, excelente – as estratégias de oferta de soluções para as mais diversas necessidades, sejam elas reais ou da fantasia. O *marketing* religioso não se exime dessa capacidade e se aprimora a cada dia.

Não duvidamos da instituição *conversão religiosa*, que possa vir para preencher necessidades de uma pessoa e trazer a ela os benefícios do convívio comunitário. O que expusemos até aqui é uma relação de fatos e hipóteses sobre a indução à conversão, arquitetada com recursos presentes no discurso e no interdiscurso, dos quais instituições religiosas mais atentas a tudo isso, como é o caso da IURD, utilizam-se de maneiras variadas e eficientes. No que segue, fazemos uma aplicação livre de categorias de convencimento e suas técnicas propostas por Brown (1965) ao caso da IURD e seu CpS.

A primeira delas é o emprego de estereótipos que classificam as pessoas numa relação de oposição: no CpS, por exemplo, há o pobre e o rico, o desobediente e o obediente, o acomodado e o que luta para progredir, o fracassado e o vencedor. São termos e conceitos que apagam a noção de que ninguém é cem por cento obediente a algo, que riqueza e pobreza ou sucesso e fracasso são relativos a padrões econômicos, sociais, culturais etc. Pela concepção da propaganda, ou se tem ou não se tem determinado produto, ou a pessoa é possuidora e consumidora de algo ou não é. Fortalecer um modelo positivo desencadeia no público o desejo de estar enquadrado no estereótipo de prestígio, que é o do possuidor (consumidor). Assim, o estereótipo de prestígio iurdiano é o do sujeito vitorioso e de sucesso, que exige obediência e submissão.

Outra característica é a substituição de nomes reais por categorias simbólicas – que remetam a algum sentimento –, por exemplo, na IURD, a expressão *empresário de sucesso* apaga ou diminui a exploração da classe trabalhadora, que é fundamental ao capitalismo. O empresário de sucesso, na visão iurdiana, é aquele que cresce, posto que abençoado, independentemente de como isso ocorra – trata-se de milagre divino. Importa o sucesso da empresa do fiel, mesmo que pelo insucesso de concorrentes (não fiéis) ou pela exploração de terceiros.

A seleção de fatos é outra característica necessária ao convencimento. No caso da IURD, não se deve destacar o tempo real de espera pelo sucesso financeiro, nem os negócios que não deram certo, nem as dificuldades do dia a dia. Fatos como o desligamento de obreiros da igreja também são evitados. Os membros são incentivados a não ver, ouvir ou propagar essas notícias, são aconselhados a ignorá-las. Quanto à IURD, não nos interessa qualificar suas práticas como verdadeiras ou falsas – fato é que a IURD tem de lidar o tempo todo com denúncias de ex-bispos ou ex-pastores, que também ocupam espaços na mídia. Os membros e seguidores da IURD são sempre incentivados a desconsiderar os relatos de ex-obreiros, sob o argumento que ressalta a infidelidade deles à instituição. Obreiros idôneos nunca sairiam da instituição.

A repetição e afirmação de palavras-chave ou *slogans* também fazem parte do convencimento na propaganda. Por isso é que a publicidade segue o sistema de inserções contínuas nas mídias de massa, aumentando o número de impactos e ampliando a área de cobertura do público desejado com suas campanhas. Além disso, há a repetição dentro da própria peça de campanha: um *jingle* ou uma música que não saia da memória do consumidor; imagens, falas de atores, situações cotidianas bem-humoradas ou dramáticas, que se insiram na memória emocional do público. Nas reuniões iurdianas, o público é instado a gritar palavras de ordem, de descarrego e exorcismo, e de afirmação do compromisso com a igreja. Pela TV, os programas ocupam-se principalmente em repetir testemunhos, intercalados com palavras de incentivo dos bispos e pastores apresentadores.

As outras duas características do convencimento na propaganda são a necessidade de localizar um inimigo e o apelo à autoridade. No caso da propaganda em geral, o inimigo pode ser outra marca, outro estilo de governo, outra empresa etc.; no caso da propaganda religiosa na IURD, o inimigo é o diabo, representado

das mais diversas formas: nas doenças, pobreza, avareza, depressão, objetos, além disso, na figura de pastores e igrejas concorrentes. A autoridade religiosa é quem determina quem é o inimigo. Como consumidores, não é incomum avaliarmos que determinado produto seja melhor que outro tão somente por carregar a marca de uma empresa de prestígio. Assim também a IURD, com sua abrangência na mídia, patrimônio, presença em um grande número de cidades do país e exterior, adquire um tipo de autoridade que se estabelece por sua eficiência em se manter grande e dominadora.

Apesar de todas as técnicas acima elencadas serem identificadas na propaganda religiosa, sabemos que, para sua total eficiência, deve haver no público uma predisposição, um desejo inerente à satisfação de alguma necessidade. O profissional de propaganda e *marketing*, religioso ou não, sabe que deve descobrir algum desejo humano latente para que seja oferecida a satisfação. No caso do CpS iurdiano, sucesso, evidência social, enriquecimento e afins são desejos que despontam na intenção do público, e a igreja consegue sugerir produtos e meios para que sejam alcançados.

A construção do TdS é um fator importante a ressaltarmos sobre a questão da autoridade. Segundo Lellis (2016), pela estrutura do TdS, a IURD consegue firmar um tipo de controle da massa de fiéis, reinterpretando episódios anticotestamentários que remetem à governabilidade direta de Deus sobre os homens – ou seja, da autoridade incontestável do Sujeito-religioso. No passado, o tempo do Templo é aquele em que os profetas param de falar e agir, e a autoridade é concedida aos sacerdotes –no caso da IURD em nosso tempo presente, os bispos.

Para Roberto Romano (2017, p. 66), as catedrais iurdianas são os novos modelos das catedrais católicas, templos cada vez mais amplos e luxuosos, que "exibem poder e força aos crentes alistados e candidatos", todavia, "com uma burocracia simplificada", que faz com que as construções sejam realmente *usadas* frequentemente para diversas reuniões. Há, então, um complexo jogo de convencimento que vai além da simples estrutura hierárquica religiosa, mas é estrutural, visual e material. Outro fator que concede autoridade à IURD é seu poder político. A associação de bispos e pastores com o meio político, diretamente (lançando candidatos) ou indiretamente (apoiando candidatos), cria uma via de mão dupla: a igreja se beneficia com os candidatos que apoia e obtém "prestígio repartido, os sucessos nas urnas trazem prosperidade a candidatos, mesmo os que



não pertencem às hostes de Macedo", o que faz da IURD uma "sólida base para qualquer candidatura a cargos públicos" (Romano, 2017, p. 66-67).

### **Considerações finais**

Estamos convencidos de que no estudo da IURD como a mais eficiente igreja no uso do *marketing* no Brasil dos últimos anos, de acordo com o recorte dos testemunhos dos fiéis de sucesso, necessitamos atentar aos detalhes dos enunciados, discurso e interdiscurso, mediações dos entrevistadores, dentre outros fatores. Segundo Ricardo Mariano (2003, p. 253), os pastores da IURD são criativos, persuasivos, determinados:

Pressionam e constroem os fiéis e inculcam neles sentimentos de culpa e de temor às forças e maldições satânicas. A estratégia mais eficaz, porém, consiste em granjear sua submissão voluntária. O que implica apelar para seu interesse imediato: "colher milagres".

Segundo o funcionamento próprio de um mecanismo, ou melhor, de uma maquinaria de consumo religioso, identificamos o despertar do desejo (possuir o bem e se livrar do mal) e a oferta do produto (o milagre), por meio da relação de troca (submissão e oferta) e satisfação (poder), regidos pela eficácia do convencimento e do discurso, que são formas ideológicas de conversão da massa. Interessante considerar que vivemos tempos em que não é tão simples falar da relação entre propaganda (ou mídia em geral) e religião. Não sabemos se a religião estabelece o tipo de propaganda ou meio para sua divulgação e de sua ideologia, ou se são as mídias que convencionam as práticas religiosas, já que elas carregam características emolduradas pela economia vigente.

Segundo Stewart M. Hoover (2014, p. 106), mídia e religião caminham juntas no "contexto de modernidade social, cultural e econômica. Elas funcionam em mercados modernos e de acordo com as lógicas dos meios modernos de gerenciamento, publicidade e política". A mídia e a propaganda estão intrinsecamente aliadas às relações humanas, comerciais, econômicas e religiosas. Quanto à credibilidade da religião exposta na mídia, no que se refere à credibilidade dedicada aos testemunhos dos fiéis, Hoover (2014) descreve o caso dos televangelistas norte-americanos da década de 1980, e atribui o crédito que o público conferia a eles, bem como a confiança em suas intenções e abordagens, ao fato de o telespectador se sentir participante da missão, de estar *do mesmo lado*

da câmara.<sup>4</sup> Relacionamos esta informação com o tipo de abordagem que a IURD usa nos programas televisivos, inserindo constantemente os testemunhos de fiéis que, à semelhança dos televangelistas, tende a criar no público a noção de participação ativa no acontecimento transmitido. O expectador se sente identificado, comovido, envolvido com o testemunho alheio, pois encontra nele similitude com algum fato de sua própria vida.

Para o consumidor conservador que se identifica com a presença das igrejas nas mídias, é mais vantajoso observar a religião no meio de comunicação, como que a dominar os veículos com a Palavra de Deus, que deixar que sejam apenas espaços de entretenimento e mercado. Ainda segundo Hoover (2014, p. 111), "a mensagem evangélica ou pentecostal estar lá, como parte das mídias públicas, é algo de grande importância cultural". A mídia religiosa conta hoje com apoio da maioria dos fiéis, os expectadores dos programas religiosos, seja pelo uso de TV, rádio, *internet* ou, ainda, de recursos multimídia nas reuniões e encontros comunitários presenciais.

Gedeon Alencar (2010) afirma que o neopentecostalismo faz mesmo a opção de veicular mais os testemunhos de sucesso, privilegiando o discurso do empreendedorismo. Isso não exclui a participação de pessoas comuns, trabalhadores assalariados que desejam ascender economicamente, mas há uma ênfase em participantes que desejam alavancar seus negócios, a exemplo das muitas testemunhas de sucesso. Para a IURD, é mais vantajoso lidar com o empreendedor do que com o membro assalariado, pois a igreja pode contar com um espectro maior: um empresário, sua família e a empresa dele dedicados à igreja, já que a vida do fiel assume uma forma integral de religiosidade. O discurso iurdiano do CpS é de que ser empregado não é uma posição de prestígio para quem faz parte da *família de Deus*, porque a pessoa serve a outro senhor, não é senhor dele mesmo nem do Deus que segue.

Tanto a teologia quanto o ascetismo exercido pela religiosidade afirmam que todo detalhe é importante, considerando que aos olhos de Deus nada escapa. Na lógica do discurso institucional religioso, toda atitude do fiel está sob vigilância de um ser superior, levando à necessidade de uma disciplina categórica, que se vê nos relatos das testemunhas depois de sua opção pela obediência. "Para o homem disciplinado, como para o verdadeiro crente, nenhum detalhe é indiferente, mas menos pelo sentido que nele se esconde que pela entrada que aí encontra o poder

que quer apanhá-lo" (Foucault, 1991, p. 129). O fiel se esconde de suas próprias transgressões e desejos, e inibe possibilidades de discursos que não caibam nesse contexto de religiosidade, pois se sabe vigiado pelo seu Senhor e por ele mesmo.

O que perpassa o relato de obediência e disciplina do fiel é um estado, uma ideologia da vigilância de um Deus punitivo, auxiliado pela igreja no processo de observação e na pregação a lembrar e relembrar o sujeito-fiel de suas obrigações, já que ele mesmo se faz comprometido com o sistema ao firmar contrato pela enunciação de fidelidade; pela presença no CpS torna-se prisioneiro desse tipo de coerção. O fiel não é livre, mas se insere numa espécie de prisão subjetiva, sabendo-se vigiado constantemente por Deus e passível de punição se desobediente ou descumpridor de sua palavra, ou pela quebra de contrato com Deus. Diferentemente da prisão e da punição físicas, aciona-se o controle do pensamento, a pressão psicológica tão marcada pelo disciplinamento do corpo: "A vigilância torna-se operador econômico decisivo, na medida em que é ao mesmo tempo uma peça interna no aparelho de produção e uma engrenagem específica do poder disciplinar" (Foucault, 1991, p. 157).

Na condição de personagem testemunha, o sujeito-fiel iurdiano corresponde bem à posição do sujeito na sociedade atual, o que também é uma contradição, pois é, ao mesmo tempo, livre e submisso. O que observamos quanto ao sujeito-fiel iurdiano é a submissão voluntária ao discurso religioso, mas que é também um sujeito-de-direito: a fiel testemunha passa de desconhecida para protagonista ao emitir sua opinião, o que também segue de acordo com a onda de exposição midiática a que as pessoas estão submersas na atualidade, com a necessidade de uma intimidade pública, exemplificada nos *reality shows* e na dinâmica das redes sociais.

Com o CpS, a IURD une a religiosidade e o mercado de forma sutil, assujeitando em seu discurso o fiel, de modo que seu discurso pareça como "instrumento (límpido) do pensamento e um reflexo da realidade" (Orlandi, 2013, p. 51). Portanto, é a ideologia iurdiana que vemos refletida e embutida no discurso dos seus fiéis, não apenas a colocação de fatos e a história que revelam o passado e o presente de um indivíduo, mas a junção de pessoa, religião e ideologia, num mecanismo de traspassamento de informações misturado a uma ordem mística e temporal.

## Referências

- ALENCAR, Gedeon. *Protestantismo tupiniquim: hipóteses sobre a (não) contribuição evangélica à cultura brasileira*. 3 ed. São Paulo: Arte Editorial, 2010.
- ALTHUSSER, Louis. *Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado*. 3 ed. Lisboa: Presença, 1980.
- BERGER, Peter L. *O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. 2 ed. São Paulo: Paulus, 1995.
- BROWN, James A. C. *Técnicas de persuasão: da propaganda à lavagem cerebral*. Rio de Janeiro: Zahar, 1965.
- COURTINE, Jean-Jacques; MARANDIN, Jean-Marie. Que objeto para a análise de discurso? In: CONEIN, Bernard *et al.* (Orgs.). *Materialidades discursivas: a espessura da linguagem*. Campinas: Ed. Unicamp, 2016. p. 33-54.
- CUNHA, Magali do Nascimento. Mídia, religião e mercado: o processo contemporâneo de reapropriação e ressignificação de signos do Antigo Testamento pelos evangélicos brasileiros. In: SILVA, Eliane Moura; RENDERS, Helmut; CAMPOS, Leonildo Silveira (Orgs.). *O estudo das religiões: entre a história, a cultura e a comunicação*. São Bernardo do Campo: Ed. UESP, 2014. p. 121-142.
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. 6 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- \_\_\_\_\_. *A ordem do discurso*. 24 ed. São Paulo: Loyola, 2014.
- \_\_\_\_\_. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. 9 ed. Petrópolis: Vozes, 1991.
- HOOVER, Stewart M. Dimensões emergentes do "religioso" na cultura midiática. SILVA, Eliane Moura; RENDERS, Helmut; CAMPOS, Leonildo Silveira (Orgs.). *O estudo das religiões: entre a história, a cultura e a comunicação*. São Bernardo do Campo: UESP, 2014, p. 101-119.
- LELLIS, Nelson. O Templo de Salomão (IURD) como projeto de nova gestão identitária. *Protestantismo em Revista*, v. 41, p. 36-50, maio-ago. 2016. Disponível em: <file:///C:/Users/infra/Downloads/2608-11098-1-PB.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2018.
- \_\_\_\_\_. *Templo de Salomão: IURD, pós cristianismo e neojudaísmo no Brasil*. São Paulo: Edições Terceira Via, 2017.
- MARIANO, Ricardo. O reino de prosperidade da Igreja Universal. In: ORO, Ari Pedro; CORTEN, André; DOZON, Jean-Pierre (Orgs.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 237-258.
- ORLANDI, Eni P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2013.
- \_\_\_\_\_. Nota introdutória à tradução brasileira. In: CONEIN, Bernard *et al.* (Orgs.). *Materialidades discursivas: a espessura da linguagem*. Campinas: Ed. Unicamp, 2016. p. 9-16.
- \_\_\_\_\_. *O discurso religioso. A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- PÊCHEUX, Michel. Abertura do Colóquio (CNRS – Paris VII). In: CONEIN, Bernard *et al.* (Orgs.). *Materialidades discursivas: a espessura da linguagem*. Campinas: Ed. Unicamp, 2016. p. 23-29.
- \_\_\_\_\_. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 2015.

\_\_\_\_\_. Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Ed. Unicamp, 1988.

ROMANO, Roberto. As hostes políticas de Edir Macedo. *Revista Interesse Nacional*, v. 10, n. 37, p. 59-68, abr.-jun. 2017.

---

<sup>1</sup> Uma descrição detalhada do projeto dos 10 mil assentos do TdS, inclusive a planta com mapa da organização das cadeiras, está disponível em: <http://www.figuera.com/es/proyectos/culto-y-centros-religiosos/1504-templo-de-salomao.html>. Acesso em: 2 dez. 2017.

<sup>2</sup> As considerações de James A. C. Brown a respeito da propaganda e até mesmo da "lavagem cerebral" (expressão em desuso entre os especialistas) no livro *Técnicas de Persuasão*, para nosso artigo, são uma contribuição interessante ao elencar os elementos do processo de persuasão, bem como ao caracterizar os processos de conversão e a disposição mental em que o indivíduo se encontra para tal acontecimento. Não desconsideramos ideias mais atuais sobre a propaganda moldada na satisfação de desejos intrínsecos ao ser humano, mas acreditamos que as ideias de Brown ainda sejam pertinentes na análise do caso iurdiano.

<sup>3</sup> Em 2017, um hino composto especificamente para as reuniões do CpS no TdS passou a ser utilizado nas reuniões. A letra fala de comprometimento do fiel com o CpS, e é praticamente uma declaração de vitória daqueles que participam dos encontros, incentivados a cantar e memorizar o hino. Diz o refrão: "Eu sou Congresso do átrio ao altar / Quem quer ter sucesso tem que lutar! / Eu sou Congresso, levanto as minhas mãos / Sendo obediente e fiel à direção". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UilSMGj5th8>. Acesso em: 15 jan. 2017.

<sup>4</sup> Cabe a ressalva de que a tal confiança talvez fosse um *a priori*, pois, apesar de aqueles programas serem evangelísticos ou missionários, os já crentes ou evangélicos eram seu maior público.

Recebido em 27/02/2018, revisado em 22/10/2019, aceito para publicação em 12/11/2019.