

A IURD e seus heróis

*Ronivaldo Moreira de Souza*¹

RESUMO

A proposta deste artigo é analisar o *ethos* discursivo no gênero Testemunho Religioso utilizado pela igreja Universal do Reino de Deus na mídia. Com a migração desse gênero da tradição oral para a mídia, sua estrutura narrativa passou por uma (re)configuração, tendo em mente a adaptação ao novo suporte e aos objetivos de comunicação, já que esta mudança de suporte também representa uma passagem da comunicação interpessoal para a mediada. Esse distanciamento entre enunciador e enunciatário impossibilita qualquer construção pré-discursiva que possa validar o *ethos* do enunciador. Para investigar esse processo de construção discursiva, esta pesquisa adota como pressuposto teórico metodológico a Análise do Discurso de linha francesa, selecionando como *corpus* os depoimentos que a Universal mantém em sua página na internet: www.eucreioemmilagres.com.br. Constatou-se que o fio condutor da narrativa nos testemunhos é estruturado para descrever a jornada de um herói, atribuindo aos depoentes um *ethos* discursivo do herói.

PALAVRAS-CHAVE

Análise do Discurso. Igreja Universal do Reino de Deus. Testemunho Religioso.

¹ Mestre em Ciências das Religiões pela Faculdade Unida de Vitória. Doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: ronivaldomds@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this paper is to analyze the discursive *ethos* in the genre Religious Testimony used by the Universal Church of the Kingdom of God in the media. With the migration of this genre of oral tradition to the media, its narrative structure underwent a (re)configuration related to the adaptation to the new support and communication objectives, since this change in support is also a passage from interpersonal communication to the mediated one. This gap between enunciator and enunciatee makes any pre-discursive construction that can validate the *ethos* of the enunciator impossible. In order to investigate this process of discursive construction, this research adopts as methodological theoretical assumption the French Analysis of Discourse, by selecting as *corpus* the testimonies on Universal website: www.eucreioemmilagres.com.br. The narrative of the testimony is structured in a way to describe the journey of a hero, giving the interviewees a discursive *ethos* of the hero.

KEYWORDS

DiscourseAnalysis. Universal Church of the Kingdom of God. Religious Testimony.

Introdução

A parceria entre religião e mídia alterou a forma de demarcação de espaços e adesão de fiéis entre as religiões. Se antes este processo se baseava mais no corpo a corpo, hoje a luta pela exposição midiática e a comunicação voltada para as massas são o centro desta disputa. Diante de um intenso processo de trânsito religioso, realidade que as mega igrejas assumem e pretende mudar, a sobrevivência está condicionada à instauração da legitimidade organizacional de cada igreja e a aceitação desta legitimidade por parte do receptor da mensagem.

Para adaptar-se a esse novo cenário de comunicação, as religiões precisam migrar seus gêneros tradicionais alterando a linguagem e a composição narrativa para o contexto midiático. Tais alterações implicam numa hibridização de narrativas onde a tradição se funde com as novas estruturas narrativas midiáticas.

Partindo destas constatações, este artigo investiga como a Igreja Universal do Reino de Deus apropria-se do gênero Testemunho Religioso para estabelecer seu *ethos* institucional. Para investigação do fenômeno recorre-se aos pressupostos teórico-metodológicos da Escola Francesa de Análise do Discurso aplicando-os ao objeto da pesquisa: a página de testemunhos www.eureioemmilagres.com.br. Constata-se que o gênero testemunho religioso é uma narrativa mítica baseada no arquétipo do herói.

O testemunho religioso: da tradição oral à mídia

O testemunho religioso pode ser definido como “um modo de narrar a vida a partir das mudanças instauradas pela crença”². A proposta desse gênero articulado em dois momentos centrais – *antes e depois* – é construir no tempo presente uma nova identidade e um novo modo de afirmação social atravessado pelos valores da crença³. Sobre esse *binômio* da estrutura narrativa do gênero na religião cristã, Mafra acrescentou que a “estrutura típica do testemunho [...] organiza-se segundo um processo de reconhecimento de um determinado estado volitivo *x* que, com o auxílio ou intervenção de Jesus, transformou-se no estado *y*”⁴.

Segundo o Dicionário Internacional de Teologia do Novo Testamento⁵ a palavra *martyria* (testemunho), bem como o grupo de palavras que dela derivam⁶, no mundo grego neotestamentário estava claramente ligada

² FRANCISCO, Adilson José. *Vivências e ressignificações do neopentecostalismo em Rondonópolis – MT*. 2007. p. 158. Tese (Doutorado) – Doutorado em História, PUC-SP, São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=4677>.

³ FRANCISCO, 2007, p.163.

⁴ MAFRA, Clara Cristina Jost. *Religiosidades em trânsito: O caso da Igreja Universal do Reino de Deus no Brasil e em Portugal*. Lusotopie, 1999. p.369-382. Disponível em: <<http://www.lusotopie.sciencespobordeaux.fr/mafra.pdf>>. Acesso em: maio 2015.

⁵ BROWN, Colin; COENEN, Lotthar (orgs). *Dicionário internacional de teologia do Novo Testamento*. 2. Ed. São Paulo: Vida Nova, 2000, p.2503-2515.

⁶ Champlin afirma que existem três palavras hebraicas para designar “testemunho” no Antigo Testamento (*Edah, Ed, Teudah*). Já no Novo Testamento, três palavras gregas são traduzidas como testemunho: *Martúron* – testemunho; *Diamartúromai* – testificar amplamente; *Epimarturéo* – testificar além. CHAMPLIN, Russel Norman.

à esfera jurídica. As testemunhas eram convocadas em um inquérito judicial, ora para testemunhar de fatos ocorridos no passado, ora para oferecer substanciação futura em transações legais, como na assinatura de contratos. A apropriação da palavra na tradição cristã neotestamentária remonta ao livro de Atos e aos escritos joaninos, onde o relato de uma experiência pessoal com Cristo abre caminho à fé de outros, como exemplifica a narrativa da mulher samaritana no Evangelho de João 4,39: “Muitos samaritanos daquela cidade creram nele, em virtude do testemunho da mulher, que anunciara: ele me disse tudo quanto tenho feito”⁷.

Nesta perspectiva, Oliveira⁸ afirma que essa atividade comunicacional, no cristianismo, está atrelada à tarefa de comunicar o evangelho, contribuindo para a divulgação da religião cristã. Segundo sua constatação, tradicionalmente o testemunho religioso se dava na forma de comunicação direta, interpessoal, ora de pessoa a pessoa, ora de forma pública durante as reuniões informais nas casas, e formais (cultos, missas) nos templos. Percebe-se no conjunto dessas definições que o testemunho é um gênero de compartilhamento da crença e, portanto, fundamental para o nascimento e manutenção da fé, já que:

as crenças só são ativas quando compartilhadas [...]. De fato, o homem que tem verdadeira fé sente invencível a necessidade de difundir-la; para isso ele sai do seu isolamento, aproxima-se dos outros, procura convencê-los, e o ardor das convicções por ele suscitadas vem reforçar a sua⁹.

Em sua busca por uma teoria da religião que compreendesse os fundamentos da expressão religiosa humana, Stark constatou que a religião

Enciclopédia de bíblia, teologia e filosofia: s – z e índice. 3 ed. São Paulo: Candeia, 1995. p.521.

⁷ A BÍBLIA sagrada. Tradução de João Ferreira de Almeida. 2 ed. Barueri-SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993, p.80.

⁸ OLIVEIRA, Derli Machado de. *Testemunho, mídia e prosperidade: o evangelho segundo o capitalismo neoliberal*. 2010. p. 26. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2010. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=196747>.

⁹ DURKHEIM, Émile. *As formas elementares de vida religiosa*. São Paulo: Paulinas, 1989, p. 503.

provê compensadores por galardões que são escassos ou indisponíveis. A religião oferece meios alternativos para os seres humanos alcançarem as mais escassas e, portanto, valoradas recompensas. O autor observa que, para atenuar os riscos entre a recompensa e sua conquista e manter a credibilidade para com o fiel, a religião recorre à criação de evidências. O testemunho é apontado pelo autor como “a primeira técnica por meio da qual os grupos religiosos atuam coletivamente, visando a suscitar fé nos próprios compensadores”¹⁰. Stark atesta que, quando os depoentes transmitem sua certeza pessoal de que as promessas da religião são verdadeiras, “proveem evidências de que a religião ‘funciona’”¹¹. O sociólogo considera que os depoimentos são mais persuasivos quando a testemunha tem menos razões para exagerar os benefícios da religião, ou seja, o depoimento de companheiros de comunidade soa mais confiável do que o do clero pelo fato de a subsistência desse último grupo ser dependente da fidelidade do rebanho.

O uso do testemunho pela Igreja Universal

Diante das particularidades do gênero e dos indicadores de sua finalidade na prática religiosa, pode-se recorrer a estudos já realizados nesse campo, tendo como objeto a recorrência do uso dos testemunhos pela IURD.

A espontaneidade discursiva que marcava o gênero em sua forma tradicional foi substituída na IURD pelo formato do tipo espontâneo-administrável, em que predomina um claro direcionamento daquilo que o depoente deverá dizer, eliminando assim tudo o que poderia destoar do discurso padrão da igreja¹². Nessa mesma perspectiva, Francisco constata que o roteiro narrativo do testemunho dos fiéis da IURD se concentra na resposta a três perguntas básicas: “Como era sua vida antes de chegar

¹⁰ STARK, Rodney. *O crescimento do cristianismo: um sociólogo reconsidera a história*. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 192-193.

¹¹ STARK, Rodney. *O crescimento do cristianismo: um sociólogo reconsidera a história*. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 193.

¹² CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis/São Bernardo do Campo: Vozes/UMESP, 1997, p. 306.

à igreja? Como você chegou até a igreja? Como está sua vida agora?”¹³. Esse roteiro assegura os eixos narrativos *antes/depois*, tendo como ponto de transformação a intervenção da IURD.

Ao mensurar o fenômeno de forma quantitativa, Fonseca¹⁴ constatou que o *antes* nos testemunhos dos fiéis da IURD, definido pela expressão “fundo do poço”, ocupa em média 75% da narrativa e é sempre o ponto de partida dos depoimentos. A estrutura se justifica porque o “modelo testemunhal da experiência a nível individual está condicionado a uma disponibilidade anterior da pessoa para a transformação, quer dizer, sem a insatisfação não há como produzir milagres”¹⁵. Em outros termos, o fiel só desejará a recompensa ofertada pela igreja se de fato tiver necessidade dela e é por meio dos testemunhos que a audiência consegue identificar os problemas que devem ser solucionados em sua vida, ou seja, os “testemunhos funcionam como tipos ideais, sempre tocando em pontos nevrálgicos que afligem boa parte das pessoas”¹⁶.

Mitos e arquétipos

A investigação de um mito não pode ser alçada de seu contexto social e histórico. Não pode ser investigado pelo processo de dissecação, considerando estritamente uma estrutura mórbida e sem vida, que só se transforma em objeto de estudo após a sua morte, perdendo sua existência presente e aniquilando sua projeção futura. Eguizábal define o mito como “um relato alegórico [...] que traduz uma generalidade histórica, sociocultural, física e filosófica”¹⁷. Percebe-se desta definição que o mito está entretecido nos liames da vida histórica, social, cultural, biológica e filosófica.

¹³ FRANCISCO, 2007, p. 4.

¹⁴ FONSECA, Alexandre Brasil. *Igreja Universal: um império midiático*. 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. 271.

¹⁵ MAFRA, 1999, p. 379.

¹⁶ MORAES, Gerson Leite de. *Idade média evangélica no Brasil*. São Paulo: Fonte Editorial, 2010, p. 174.

¹⁷ EGUIZÁBAL, Raúl. *Neomitologías: La estrategia del mito*. Revista REDMARKA (Revista Digital de Marketing Aplicado). Universidad de A Coruña – CIECID, p. 98. Ano V, nº 9, 2012, v. 1, p. 91-129.

Apropriando-se da música como metáfora, Campbell defende a ideia de que a mitologia participa das esferas da vida cotidiana de maneira dinâmica e viva, influenciando nossos movimentos e nossa leitura do mundo. Na definição poética do autor, “mitologia é a ‘canção do universo’, a ‘música das esferas’ – música que nós dançamos mesmo quando não somos capazes de reconhecer a melodia”¹⁸.

A mitologia não deve ser definida numa perspectiva estrutural, como unidade estanque, mas sim como um sistema semiológico dotado de significação, onde a própria estrutura torna-se elemento significante. Ao considera-lo uma fala, Barthes define o mito como “um sistema de comunicação, é uma mensagem. [...] ele é um modo de significação, uma forma. O mito não se define pelo objeto de sua mensagem, mas, pela maneira como a profere”¹⁹.

A origem dos mitos

Para estudar a origem dos mitos é preciso retomar os estudos de Jung. O autor constatou que “os mitos são antes de mais nada manifestações da essência da alma”²⁰. Em seu extenso trabalho de investigação do inconsciente, ele percebeu que os mitos se fundam sobre os arquétipos: formas mentais herdadas, presentes no inconsciente coletivo, e preenchidas por ideias universais²¹. Acompanhando esse raciocínio, Cardozo fixa essa relação ao afirmar que “os mitos nada mais são do que uma forma de expressão dos arquétipos, falando daquilo que é comum aos homens de todas as épocas, porque falam dos valores eternos da condição humana”²².

Os mitos vem de tomadas de consciência que encontram expressão em uma forma simbólica, “são os sonhos do mundo. São sonhos arquétipos [...].

¹⁸ CAMPBELL, Joseph; MOYERS, Bill. *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athena, 1990, p. 10.

¹⁹ BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001, p. 131.

²⁰ JUNG, Carl Gustav. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 17.

²¹ JUNG, 2000, p. 91.

²² CARDOZO, Missila Loures. *A construção emocional das marcas: o uso de arquétipos e esteriótipos*. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, p.5-6. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/120111871902791225699358690223233085459.pdf>>.

Arquétipos são as ideias em comum dos mitos. São ideias elementares, que poderiam ser chamadas de ideias ‘de base’²³.

A construção narrativa de um mito: o arquétipo do herói

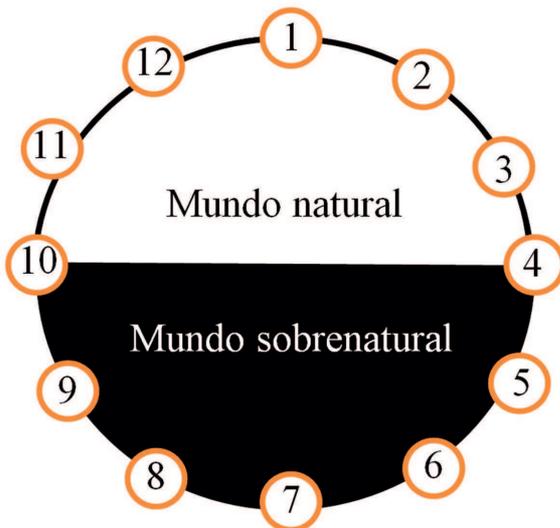
Uma das mais brilhantes pesquisas no campo da mitologia foi realizada por Joseph Campbell, que comparou as estruturas narrativas dos mitos em diferentes culturas apreendendo as semelhanças que existiam entre elas. Os *arquétipos* seriam a explicação mais coerente para explicar essas semelhanças universais nos relatos míticos.

O pesquisador constatou que independentemente da cultura, as narrativas mitológicas baseadas no arquétipo do herói são estruturadas em três fases: *separação – iniciação – retorno*:

Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes²⁴.

Essas três fases se subdividem em 12 etapas na estrutura narrativa:

- 1) O mundo do herói – uma ambientação do herói em sua vida natural cotidiana;
- 2) Chamada para aventura – algo acontece nesse mundo que desestabiliza a ordem natural das coisas impelindo o herói à aventura;
- 3) Recusa do chamado – o herói resiste a esse chamado pelo apego ao seu mundo natural;
- 4) Partida – finalmente o herói aceita o desafio e parte para a aventura;
- 5) Experiência – o herói passa a conhecer seus aliados e inimigos, além de enfrentar testes e provas;
- 6) Aproximação da caverna



²³ CAMPBELL, 1990, p. 29, 46, 62.

²⁴ CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1997, p. 18.

oculta – a sequência dos fatos aproximam o herói da sua mais dura prova; 7) Crise – o herói enfrenta a sua mais dura prova vivendo uma intensa crise; 8) Tesouro – o herói encontra seu objeto mágico dotado de poderes supra-humanos; 9) Resultado – o herói obtém êxito na sua luta e conquista sua maior vitória; 10) Retorno – o herói inicia sua jornada de volta para o seu mundo natural; 11) Nova vida – nessa jornada de volta fica evidente as transformações geradas na vida do herói ao longo da jornada. Sua maneira de habitar o mundo é completamente diferente daquela antes da sua partida; 12) Resolução – O herói retorna ao seu mundo levando consigo o “elixir da vida”, ou seja, o poder para beneficiar seus semelhantes²⁵.

Ethos e pathos no discurso

A noção de *ethos* foi introduzida nos estudos retóricos de Aristóteles²⁶. As investigações do autor levaram-no a concluir que o orador ganha a confiança do auditório ao construir uma imagem de si que seja convincente. Essa boa impressão é causada pela maneira como o locutor constrói o discurso, isto é, desde as palavras que escolhe, argumentos, gestos e postura, até o tom de voz e modulação da fala. O *ethos*, objeto de estudo de Aristóteles, considerou especificamente a imagem que o locutor constrói de si no decorrer do discurso, ou seja, o *ethos* ligado ao próprio ato de enunciação. Ducrot retomou esse conceito ao trabalhar a ideia de que o *ethos* não é dito no enunciado, mas mostrado na enunciação:

É necessário entender por isso o caráter que o orador atribui a si mesmo pelo modo como exerce a sua atividade oratória. Não se trata de afirmações auto-elogiosas que ele pode fazer de sua própria pessoa no conteúdo de seu discurso, afirmações que podem ao contrário chocar o seu ouvinte, mas da aparência que lhe confere a fluência, a entonação, calorosa ou severa, a escolha das palavras, os argumentos²⁷.

Para simplificar, basta concluir que, no momento em que toma a palavra, o enunciador imagina seu auditório e a maneira pela qual esse

²⁵ CAMPBELL, 1997.

²⁶ ARISTÓTELES. *Retórica*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.

²⁷ DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas-SP: Pontes, 1987, p. 188-189.

auditório vai percebê-lo; “avalia o impacto sobre seu discurso atual e trabalha para confirmar sua imagem, para reelaborá-la ou transformá-la e produzir uma impressão conforme as exigências de seu projeto argumentativo”²⁸. Amossy introduz o conceito de *estereotipagem*, definindo-o como

a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado [...]. O locutor só pode representar seus locutores se os relacionar a uma categoria social, étnica, política ou outra [...]. O orador adapta sua apresentação de si aos esquemas coletivos que ele crê interiorizados e valorizados por seu público-alvo²⁹.

Percebe-se que a eficácia do discurso e seu poder para suscitar a adesão residem na compreensão clara de que o co-enunciador não é um sujeito a quem se propõem ideias que correspondam aos seus interesses. Ele é alguém que tem acesso ao dito por uma maneira de dizer enraizada numa maneira de ser³⁰. O texto não tem por finalidade uma contemplação ou um mero assentimento mental, ele propõe mobilizar seu co-enunciador, fazendo-o aderir “fisicamente” a um determinado universo de sentido³¹. A isso, Maingueneau denominou incorporação: a maneira pela qual o destinatário se apropria do *ethos*, e também a ação do *ethos* sobre o destinatário.

A incorporação opera em três registros indissociáveis: 1) a enunciação leva o co-enunciador a conferir um *ethos* ao seu fiador, ela lhe dá corpo; 2) o co-enunciador *incorpora*, assimila, desse modo, um conjunto de esquemas que definem para um dado sujeito, pela maneira de controlar seu corpo, de habitá-lo, uma forma específica de se inscrever no mundo; 3) essas duas incorporações permitem a constituição de um *corpo*, o da comunidade imaginária dos que comungam na adesão a um mesmo discurso³².

²⁸ AMOSSY, Ruth. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 125.

²⁹ AMOSSY, 2005, p. 125-126.

³⁰ MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes/Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997, p. 49.

³¹ MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2004, p. 99.

³² MAINGUENEAU, 2004, p. 99-100.

A questão do pathos

A imagem do enunciatário constitui para o enunciador uma das coerções discursivas, visto que o ultimo erige seu discurso tendo em mente uma imagem de seu enunciatário. Porém, assim como no caso do enunciador, é preciso entender esse enunciatário como uma construção discursiva. Não se trata de um enunciatário real, uma pessoa biológica, mas sim, um enunciatário ideal, uma imagem de um enunciatário produzida pelo discurso³³.

A eficácia do discurso depende do conhecimento que o orador tem de seu auditório. Aristóteles discorreu sobre as emoções que circundam o auditório para mostrar que “muito conta para a persuasão [...] a forma como o orador se apresenta e como dá a entender as suas disposições aos ouvintes, de modo a fazer que, da parte destes, também haja um determinado estado de espírito em relação ao orador”³⁴. A esse estado de espírito do auditório denomina-se *pathos*.

Contudo, o *pathos* “não é a disposição real do auditório, mas a de uma imagem que o enunciador tem do enunciatário”³⁵. Daí se conclui que a eficácia do discurso se dá quando o *ethos* do enunciador se apresenta a um enunciatário cujo *pathos* tem o mesmo perfil, ou seja, a adesão do enunciatário ao discurso não acontece apenas pelo fato de o discurso expressar um conjunto de ideias de seu interesse, mas, sim, “porque se identifica com um dado sujeito da enunciação, com um caráter, com um corpo, com um tom”³⁶.

Testemunho religioso: o depoente no arquétipo do herói

Sob a luz das teorias já apresentadas, passemos agora a uma análise da estrutura narrativa dos testemunhos que a Universal mantém em sua

³³ FIORIN, José Luiz. *Semiótica e comunicação*. In: DINIZ, Maria Lúcia Vissotto Paiva; PORTELLA, Jean Cristtus (orgs). *Semiótica e mídia: Textos, práticas, estratégias*. Bauru: UNESP/FAAC, 2008, p. 87.

³⁴ ARISTÓTELES, 2005, p. 159.

³⁵ FIORIN, 2008, p. 88.

³⁶ FIORIN, 2008, p. 90-91.

página na internet: www.eucreioemmilagres.com.br. Tomamos um dos depoimentos para ilustrar essa estrutura geral, comum em todas as narrativas do acervo. Partimos da premissa que os depoentes encarnam o arquétipo do herói perfazendo toda a trajetória mitológica da jornada do herói.

Vamos partir da primeira fase narrativa proposta por Campbell: a *separação*. Os depoimentos sempre começam ambientando o depoente/herói em seu mundo natural. Normalmente, descrevem sua infância ou adolescência, mostram sua maneira simplista de habitar o mundo, seu estilo de vida, família, etc.

O mundo natural do depoente é constituído a partir de imagens muito comuns da cena cotidiana na cultura brasileira. No depoimento tomado como exemplo, o texto imagético apresenta um grupo de crianças brincando em um parque. Segue-se a estas imagens o seguinte texto narrado: “As mais marcantes referências de felicidade que “A”³⁷ trazia à memória eram as brincadeiras de criança com os irmãos, mas que logo ficaram no passado dando lugar a um drama que durou anos de sua vida”³⁸.

Nesse ponto, algo acontece que desestabiliza a ordem nesse mundo: uma crise financeira, a morte de alguém muito próximo, uma grave doença. Essas crises impelem o depoente/herói para a aventura, na tentativa de encontrar respostas ou soluções para os dilemas agora presentes em seu mundo. Observe como esse acontecimento é descrito na narrativa. Primeiramente pela própria depoente: “minha mãe faleceu com câncer [...] e eu comecei a fazer o papel da mãe na casa, né?”. Depois pelo narrador: “a morte prematura da mãe causou um trauma emocional sem precedentes em “A”. Além da dor em si, o peso da responsabilidade tornara-se um fardo pesado demais para a tão jovem moça suportar”.

Por um período, há uma clara resistência, uma nostalgia que prende o depoente/herói ao seu mundo natural. Porém, a resistência é quebrada e ele aceita o desafio. Observe como o narrador descreve essa etapa: ““A” não queria ter tantas obrigações sobre seus ombros. Ela não havia escolhido aquela vida. Pensando assim, a jovem sonhadora partiu em busca da felicidade”.

³⁷ Por recomendação do Conselho de Ética, omitiremos a identidade da depoente.

³⁸ EU creio em milagres. *Milagres de libertação*. Disponível em: <www.eucreioemmilagres.com.br>. Acesso em: maio, 2015.

Na fase de *iniciação*, o depoente/herói cruza o limiar entre seu mundo natural e o mundo sobrenatural. O mundo sobrenatural explica a origem de seus problemas no mundo natural. Aqui o depoente/herói passa a conhecer e nomear seus inimigos (o mal, os demônios, o diabo). Seus pontos fracos ficam evidentes nas constantes tentativas de êxito na vida, que são sempre frustradas pela ação desses inimigos implacáveis. Sua debilidade e insuficiência ante a estes inimigos são claras, e a cada teste há um novo fracasso, a cada prova uma nova derrota.

No depoimento analisado, a depoente conta como seu relacionamento conjugal foi o palco de seus constantes insucessos e fracassos. O rapaz com quem se casara na sua busca pela felicidade era usuário de drogas e alcóolatra. Esse problema desencadeou uma terrível crise financeira. A crise financeira motivava as constantes discussões e troca de agressões do casal.

Nesse ponto, o depoente/herói enfrenta sua pior crise que, curiosamente, é descrita nos testemunhos pelo termo “fundo do poço”. Observe como a situação é narrada pela depoente: “E junto com a dificuldade financeira abalou tudo. Abalou o casamento. A vida já não estava boa porque tinha essa tristeza, né? Esse vazio”. Segue-se à fala da depoente o seguinte complemento do narrador: “Triste, amargurada, desesperançosa. ‘A’ era o próprio retrato da infelicidade”. Observa-se que a caverna oculta é o momento narrativo em que o depoente/herói se encontra mais longe de seu objetivo. Para quem se lançou na aventura em “busca de felicidade”, tornar-se o próprio retrato da infelicidade é o ponto mais evidente de sua crise.

Sem qualquer perspectiva de mudança, o depoente/herói encontra seu objeto mágico, o presente dos deuses: a Igreja Universal. Graças ao poder que emana desta fonte, os ensinamentos e orientações da Universal, o depoente sai da caverna escura – ou do fundo do poço, como eles mesmos descrevem – e vence o inimigo de forma definitiva e convincente. Observe como o narrador descreve esse encontro entre a depoente e a Universal: “Porém, foi em busca de respostas que ela se rendeu a um convite de sua cunhada, e chegou até uma reunião do Cenáculo do Espírito Santo [...]. O que ‘A’ encontrou ali foi um direcionamento para a mudança total e completa de seus dias”.

A terceira fase da estrutura narrativa descreve o *retorno* do depoente/herói ao seu mundo natural, porém, com sua vida transformada. A nova

vida que o depoente/herói encarna estabelece um contraste com aquela vida de outrora. Sua maneira de habitar o mundo evidencia sua superação sobre o problema que o impeliu para aventura. Não há dúvidas de que seu retorno é vitorioso e triunfal. O depoente/herói traz consigo o “elixir da vida”: os ensinamentos e doutrinas da Igreja Universal. Aí está o poder capaz de beneficiar a todos com quem ele fala. Sua trajetória opera como uma evidência discursiva de que a Igreja Universal funciona, sob uma lógica argumentativa direta, porém, implícita: “se funcionou comigo, funcionará com você também”.

No testemunho tomado como exemplo, o triunfo se dá quando a depoente alcança a felicidade que procurava e triunfa sobre seus inimigos do mundo sobrenatural. Nas palavras da depoente:

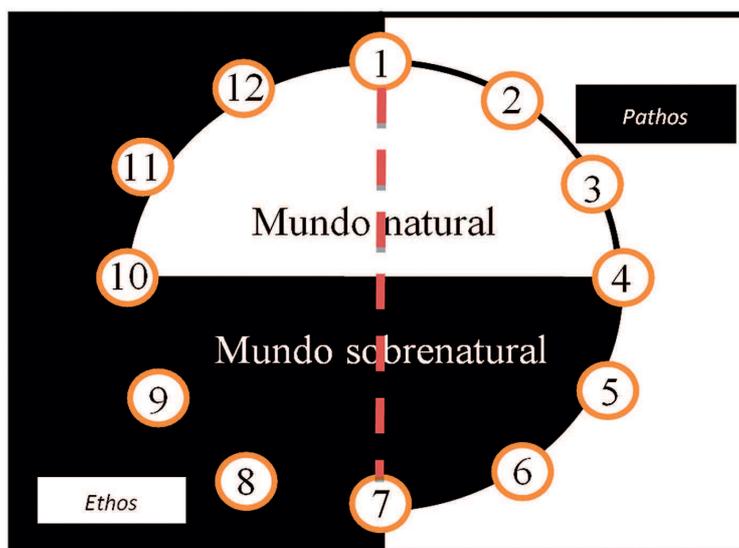
Hoje, a minha vida é totalmente transformada. Nós dois juntos lutamos. Eu sou livre de toda tristeza, de toda a depressão. Sou uma pessoa feliz no casamento, na família. Meu esposo foi totalmente livre dos vícios [...]. Nós que não conseguíamos pagar o nosso aluguel, [...] a gente que não conseguia manter as despesas da casa, [...] hoje eu tenho o que eu quero, nós podemos sair, passear, comprar, comer.

Percebe-se que todos os problemas instaurados na narrativa são solucionados ao final. O contraste entre o antes e o depois é evidente, pois o *ethos* dessa nova vida traz em si toda a carga simbólica da marca: Igreja Universal do Reino de Deus. O narrador finaliza essa jornada mostrando o elixir da vida: “Hoje ‘A’ colhe os frutos de sua determinação. A prática dos ensinamentos recebidos no Cenáculo do Espírito Santo lhe garantiu muito mais do que a paz de cada dia”.

Ethos e pathos no testemunho iurdiano

Descrever a simetria entre *ethos* e *pathos* nessa estrutura narrativa, é constatar como o discurso liga enunciador e enunciatário criando universos em que esse último pode identificar-se e projetar-se neles.

Retomando as etapas da estrutura narrativa mitológica fundada sobre o arquétipo do herói, propomos uma segunda divisão para sistematizar o esquema geral que possibilita *ethos* e *pathos* funcionarem numa



relação de interdependência, estabelecendo papéis e lugares correlatos para enunciador e enunciatário na narrativa mitológica.

Chamaremos aqui de *universo do pathos* as etapas compreendidas entre 1 e 7; e *universo do ethos* as etapas entre 7 e 12. Tomando o testemunho como objeto de análise, pode-se afirmar também que as etapas 1 a 7 descrevem o *antes* da estrutura narrativa, e as etapas 8 a 12 o *depois* da estrutura narrativa.

O universo do pathos

Esse universo é elaborado tendo a imagem do enunciatário como ideia criativa básica. Sua função é fazer com que o enunciatário se encontre na narrativa identificando-se com a autobiografia do depoente. O mundo natural do depoente/herói constrói sua validade ao apropriar-se de cenas do cotidiano. É um mundo em que todos nós podemos facilmente nos encontrar, porque é o nosso mundo. Sua forma de habitar esse mundo, é também a nossa forma de habitá-lo. Nele o enunciatário encontra os mesmos dramas e conflitos que o depoente descreve, identificando problemas pontuais em sua vida com aqueles vividos pelo enunciador.

A grande jogada estratégica nessa narrativa está no cruzamento do primeiro limiar. Como os serviços oferecidos pela Universal se inscrevem no universo espiritual, os problemas que geram sua necessidade de existência também precisam transpor a barreira entre o mundo natural e o sobrenatural. Problemas sobrenaturais, exigem soluções sobrenaturais.

O enunciatório precisa fazer o mesmo movimento de alocar seus problemas no mundo sobrenatural, pois isso será decisivo para que ele descubra o “objeto mágico” capaz de libertá-lo de sua caverna profunda: os serviços da Igreja Universal.

O ponto máximo da crise é também o lugar mais propício da identificação entre enunciador e enunciatório. Essa caverna é constituída a partir de imagens estereotipadas, de pontos nevrálgicos que atingem a maioria das pessoas. Aqui encerra o universo do *pathos* que dá origem ao universo do *ethos*. O “eu já fui você”, dá origem a um “você pode ser eu”.

O universo do ethos

À medida que o depoente constrói seu mundo e sua forma de habitá-lo, torna-se uma referência para que o enunciatório se projete nele, desejando aderir a esse *ethos*. Se no universo do *pathos* o enunciatório acompanhou o enunciador identificando a cada etapa sua própria identidade, no universo do *ethos* ele recebe um convite para continuar acompanhando o enunciador, incorporando seu modo de vida.

Não é por acaso que a primeira etapa após a pior crise é o encontro do objeto mágico. A solução dos problemas do enunciador está atrelada aos serviços oferecidos pela Igreja Universal. Esta solução funciona como um conselho implícito para que o enunciatório alcance os mesmos benefícios que o enunciador alcançou.

No universo do *ethos* o retorno do sobrenatural para o natural também constitui uma importante etapa estratégica. O triunfo conquistado no mundo sobrenatural muda a forma do enunciador habitar o mundo natural. O valor da Igreja Universal só é persuasivo se sua mitologia sobrenatural ocasionar significado no mundo natural, na vida cotidiana habitada pelo enunciatório. Há, no entanto, um paradoxo fundamental: o mundo natural ressignificado é uma fusão de mundos, uma unidade emergente dos valores ideais do mundo sobrenatural aplicados e vividos na cotidianidade do mundo natural. O *elixir da vida* é a prova “material” de que o mundo sobrenatural passa a existir dentro do natural. Eis aí a construção de um universo mitológico onde o enunciatório deseja se ver. Universo que só se torna possível graças à intervenção da Igreja Universal.

Considerações finais

O testemunho dos fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus é uma narrativa mítica baseada no arquétipo do herói. Para humanizar e personificar sua “marca”, a Universal constrói uma narrativa em que o depoente encarna o arquétipo do herói. A jornada do depoente, numa primeira fase, opera como um jogo estratégico de identificação com o enunciatário, um universo onde o enunciatário pode reconhecer-se. O discurso oferece-lhe uma imagem dele próprio, como um espelho em que o enunciatário pode ver-se. A esse primeiro movimento denominamos de universo do *pathos*.

Na segunda fase, o discurso atua produzindo uma projeção daquilo que o enunciatário deseja ser. Aqui opera-se com valores universais, sonhos arquétipos que habitam o inconsciente coletivo. A esse segundo movimento denominamos universo do *ethos*.

O jogo estratégico desse discurso é persuadir o enunciatário a aderir à Igreja. Porém, essa relação não se dá em um plano direto entre o humano e uma coisa – a marca –, mas sim, de maneira estratégica, pois o enunciatário se identifica, *a priori*, com um personagem cuja história de vida “parece-se” com a sua. A relação entre a Igreja Universal e o enunciatário é intermediada num espaço intersubjetivo em que emana sua mitologia e os valores de sua identidade perceptual.

Referências

- A BÍBLIA sagrada. Tradução de João Ferreira de Almeida. 2 ed. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993.
- AMOSSY, Ruth. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- ARISTÓTELES. *Retórica*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.
- BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BROWN, Colin; COENEN, Lotthar (orgs). *Dicionário internacional de teologia do Novo Testamento*. 2ª ed. São Paulo: Vida Nova, 2000.
- CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1997.

- CAMPBELL, Joseph; MOYERS, Bill. *O poder do mito*. São Paulo: Pallas Athena, 1990.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis/São Bernardo do Campo: Vozes/UMESP, 1997.
- CARDOZO, Missila Loures. *A construção emocional das marcas: o uso de arquétipos e esteriótipos*. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/120111871902791225699358690223233085459.pdf>>.
- CHAMPLIN, Russel Norman. *Enciclopédia de bíblia, teologia e filosofia: s – z e índice*. 3ª ed. São Paulo: Candeia, 1995.
- DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas-SP: Pontes, 1987.
- DURKHEIM, Émile. *As formas elementares de vida religiosa*. São Paulo: Paulinas, 1989.
- EGUIZÁBAL, Raúl. *Neomitologías: La estratégia del mito*. Revista REDMARKA (Revista Digital de Marketing Aplicado). Universidad de A Coruña – CIECID. Ano V, nº 9, 2012, v. 1, p. 91-129.
- EU creio em milagres. *Milagres de libertação*. Disponível em: <www.eucreioemmilagres.com.br>. Acesso em: maio, 2015.
- FIORIN, José Luiz. Semiótica e comunicação. In: DINIZ, Maria Lúcia Vissotto Paiva; PORTELLA, Jean Cristtus (orgs). *Semiótica e mídia: Textos, práticas, estratégias*. Bauru: UNESP/FAAC, 2008.
- FONSECA, Alexandre Brasil. *Igreja Universal: um império midiático*. 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.
- FRANCISCO, Adilson José. *Vivências e ressignificações do neopentecostalismo em Rondonópolis – MT*. 2007. Tese de doutorado em História. PUC-SP, São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=4677>.
- JUNG, Carl Gustav. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Petrópolis – RJ: Vozes, 2000.
- MAFRA, Clara Cristina Jost. *Religiosidades em trânsito: O caso da Igreja Universal do Reino de Deus no Brasil e em Portugal*. Lusotopie, 1999. Disponível em: <<http://www.lusotopie.sciencespobordeaux.fr/mafra.pdf>>. Acesso em: maio 2015.

- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2004.
- _____. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes/Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.
- MORAES, Gerson Leite de. *Idade média evangélica no Brasil*. São Paulo: Fonte Editorial, 2010.
- OLIVEIRA, Derli Machado de. *Testemunho, mídia e prosperidade: o evangelho segundo o capitalismo neoliberal*. 2010. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2010. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=196747>.
- STARK, Rodney. *O crescimento do cristianismo: um sociólogo reconsidera a história*. São Paulo: Paulinas, 2006.