

## **Sara Nossa Terra e as estratégias argumentativas do discurso religioso midiático<sup>1</sup>**

André Luiz de Castro SILVA<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente artigo analisa as táticas argumentativas usadas pela mídia eletrônica da Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra. Tal instituição religiosa se apropria tanto no rádio quanto na televisão de argumentos que funcionam de maneira estratégica e atraente a partir de elementos que qualificam o dizer com o intuito de promover a interação e a fidelização dos fiéis. Aqui apresentaremos um recorte da pesquisa desenvolvida no mestrado que apresenta os efeitos de sentido do discurso religioso praticado pela denominação liderada pelo bispo Robson Rodovalho. A pesquisa de caráter exploratória e qualitativa expõe os conceitos relativos à argumentação e o campo religioso. Através da análise de sequências discursivas do programa “Vida com Esperança” veiculado na Rede Gênese de Televisão e na Rádio Sara Brasil FM verificamos as tipologias argumentativas, os recursos e elementos argumentativos construídos a partir dos quadros teóricos dos estudos da argumentação apoiados principalmente em Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) e Ducrot (2009). As análises apresentaram enunciados que provocam efeitos de sentido aos quais destacamos a referência ao mundano, à obediência ao divino, a eficiência da palavra, a credibilidade de exemplos triunfais, a segurança pela “verdade bíblica” e a confiança plena em Deus.

**PALAVRAS-CHAVE:** religião; argumentação; mídia; sara nossa terra.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada em Engenheiro Coelho, SP, 18/8/2016.

<sup>2</sup> Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU), graduado em Comunicação Social-Jornalismo pelas Faculdades Integradas de Caratinga/MG. E-mail: profalucaastro@yahoo.com.br

## **1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS**

O discurso é efeito de sentido que surge a partir da expressão comunicativa, quando alguém se dirige a outro com o objetivo de comunicar ou expor. Pesquisadores indicam que a mídia é lembrada como ferramenta essencial para a difusão da mensagem religiosa. Este artigo é resultado de uma pesquisa que é fruto de uma percepção no cotidiano pessoal voltada para os programas radiofônicos e televisivos evangélicos que são apoiados nas mensagens de apelo emocional, pelas multidões de pessoas que compartilham e testemunham histórias de problemas das mais variadas formas com mensagens de fácil assimilação sob a mediação de pastores-apresentadores que contavam com argumentações cada vez mais convincentes.

No Brasil, uma das denominações que mais tem investido nos meios radiofônicos e televisivos para atingir novos espaços e expandir suas mensagens é a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (SNT). A denominação criada em 1992 em Brasília conta com um número expressivo e crescente de fiéis que apresenta discursos que tratam do cristianismo agregada com elementos que abordam o modo de viver das pessoas no âmbito pessoal ao qual se destacam a vida familiar, financeira, a formação acadêmica, o relacionamento interpessoal e intrapessoal. As mensagens apresentadas pela denominação através da mídia eletrônica (rádio e TV) também abordam regras para uma vida profissional de êxito com enfoque na carreira e nos negócios.

Nesse artigo apresentaremos um recorte das análises dos eixos argumentativos da pesquisa que foi desenvolvida no programa de pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da UFU. Seguimos aqui os preceitos da Teoria da Argumentação baseados especialmente em Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) e Ducrot (2009). Avaliamos ainda a relação entre a mídia e a religião cujos principais referenciais são Fausto Neto (2004), Campos (2008) e Cunha (2007). A materialidade linguística está registrada em sequências discursivas com origem nos discursos enunciados por pastores da SNT ao qual enfatizamos nas análises a tipologia argumentativa, os recursos argumentativos e os efeitos de sentido que atravessam os

discursos religiosos. A materialidade discursiva foi extraída do programa “Vida com Esperança” veiculado na rádio Sara Brasil FM e na Rede Gênesis de Televisão.

## **2 A BUSCA DO SAGRADO PELA RELIGIÃO MIDIÁTICA**

Aragão (2012, s/p) destaca que atualmente 2,5 bilhões de pessoas assistem e ouvem programas cristãos de rádio e TV todo o mês no mundo. A previsão para o autor é de que esse número chegue a 3,8 bilhões em 2025. Isso sem contar a internet que sequer pode ser medida *a priori*. A título de comparação, o autor afirma que em 1982 cerca de 750 milhões de pessoas tinham acesso a programas cristãos nos meios de comunicação, ou seja, quase cinco vezes menos em relação aos dias atuais.

A história da civilização humana nos mostra que sempre o homem de alguma maneira está à procura de um ser superior a quem possa recorrer a fim de solicitar uma ajuda, responder perguntas, indagações, inclusive realizar milagres. Esta instituição é a Igreja<sup>3</sup>. Atualmente ligamos a televisão ou o rádio e por algum momento sintonizamos em um programa religioso. Estes podem ser católicos, protestantes, pentecostais, neopentecostais, espíritas, umbandistas, entre tantos outros. No campo da religião todas as denominações são organizadas socialmente.

A quantidade crescente de programas religiosos na mídia eletrônica evidencia uma disputa pelos espaços midiáticos entre as denominações cristãs, ao qual destacamos as igrejas cristãs neopentecostais brasileiras, seja no investimento em horários em emissoras terceirizadas ou na formação de emissoras próprias. Para Klein (2006), “ampliar a voz do evangelho pelos meios eletrônicos de comunicação é, antes de tudo, uma estratégia missionária, o falar com a finalidade de arrebanhar novos fiéis”. (KLEIN, 2006, p.143).

Se por um lado os templos se mantêm de pé, o campo religioso se pluralizou para espaços que, segundo Fausto Neto (2004, p.141) é conhecido como “Templo

---

<sup>3</sup> Etimologicamente, o termo Igreja vem do grego *ekklesia* que é composta por dois radicais: *ek* que significa *para fora* e *klesia* que significa *chamados*, ou seja, “os que foram chamados”. Designa também as assembleias do povo ou a reunião de pessoas. Desde o século IV também indica um templo religioso. (O QUE É A IGREJA? Disponível em: <<http://www.gotquestions.org/Portugues/definicao-igreja.html>>. Acessado em: 20 mar.2015

Midiático”. Para ele, as religiões não contam com a prédica de religião abstrata, mas ela necessita de uma “economia de contato<sup>4</sup>”, ou seja, é aquela que usa da mídia para criar um “ambiente SOS” e de terapeutização por meio de uma “palavra pronta”. A religião, mesmo sendo um sistema de fé ou de crença, se difere da crença privada na medida em que se tem um aspecto público.

Ela acabou tomando uma nova formatação a partir do momento que adotou a mídia como ferramenta de propagação de seus valores, criando métodos de interação através de discursos distintos, com argumentos variados e diretos. Surge assim a Religião Midiática ou Religião da Mídia, que se reporta, segundo Fausto Neto e Valdetaro (2010) a uma arquitetura comunicacional midiática, promovendo relações entre produtores e receptores de mensagens, levando em conta as transformações sociais e econômicas existentes em seu macroambiente.

Essa Religião Midiática é resultante de um fenômeno que Gomes (2008) chama de *Midiatização*. Para ele, o fenômeno é uma reconfiguração de uma ecologia comunicacional, ou seja, é a transformação da sociedade dos meios – não relacionada apenas com a existência de ferramentas sócio-técnico-discursivo que promove a intermediação e a interação entre os campos sociais – “em uma sociedade onde a cultura, lógicas e operações midiáticas afetam, relacional e, transversalmente, a própria sociedade, no âmbito mesmo de suas diferentes práticas” (GOMES, 2008, p.03). Ele reforça ainda que a midiatização é a chave hermenêutica para a compreensão e interpretação da realidade, ou seja, a sociedade se percebe a partir do fenômeno da mídia que foi ampliado a partir do rádio e da televisão. Isso acaba possibilitando a condição da mídia, para o estudioso, como *locus* da compreensão da sociedade.

Aceitar a midiatização como um novo modo de ser no mundo põe-nos numa nova ambiência que, mesmo que tenha fundamento no processo até agora desenvolvido, significa um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal. Mesmo que as mediações material e simbólica estejam unidas no processo de midiatização, essa não é um degrau a mais no processo

---

<sup>4</sup> Examinada por Matta (1999) destaca o papel dos meios em tentar a presença, na esfera pública, de rostos e vozes, ou seja, os meios destacam-se como lugar de encontro, de realização de uma comunidade inclusiva.

evolutivo, mas um novo qualitativo, síntese na dialética sujeito/objeto.  
(GOMES, 2007, s/p)

Para o autor, a midiatização está para a história humana assim como está para a invenção da escrita. Quer dizer que à medida que os meios de comunicação foram se desenvolvendo as instituições religiosas foram se apropriando desses meios como extensões da voz, da imagem e da própria ação.

Fausto Neto (2004) destaca que a midiatização, especialmente no campo religioso, evolui no Brasil por três diferentes fatores: primeiro ele afirma ser por conta da Indústria Cultural, pois capturar fiéis é uma ação que pode ser compreendida se observarmos o alto investimento das igrejas na propagação de suas mensagens nas emissoras de rádio e televisão comerciais no Brasil. A SNT, por exemplo, investiu na aquisição da Rede Gênese e na Rádio Sara Brasil; na internet investiu em lojas virtuais com estruturas de *e-commerce* para vendas; na comercialização de CD's e DVD's através da gravadora Sara Music, além da participação dos líderes da denominação em eventos ao qual destacamos o bispo Robson Rodvalho. Mesmo sendo líder religioso, ele ministra palestras em conferências com temas ligados a ciência, a física quântica e a administração financeira para pessoas físicas e pessoas jurídicas (empresas com ou sem fins lucrativos). Já a bispa Lúcia Rodvalho – esposa do líder da SNT – pela sua formação na área de psicologia com especialização em terapia familiar, apresenta palestras para públicos diversos com temas ligados a gestão do tempo, o poder da mente, vida familiar, sexualidade na adolescência e relacionamentos voltados para casais e solteiros, dentre outros.

Seguindo o mesmo raciocínio de Fausto Neto (2004), o segundo motivo da evolução da midiatização no campo religioso brasileiro se deve a existência de um mercado religioso para as ofertas que são apresentadas na mídia. Promessas de transformações, de curas milagrosas, de restauração na vida sentimental, na restituição da vida financeira. A SNT atinge diretamente uma classe populacional diversa que, tradicionalmente, “saíram em busca de uma vida mais digna [...] e que são alvo das mais diferentes políticas públicas, sociais, assistenciais e religiosas postas em práticas pelas instituições” (FAUSTO NETO, 2004, p.146, 147).

O terceiro motivo deve-se ao protagonismo do campo religioso em virtude da falta de envolvimento do Estado e outras instituições perante as ações político-assistenciais. Segundo o autor, a religião deixa de ser uma abstração. A SNT, por exemplo, se coloca como um horizonte de resolução, mesmo que provisória, dos problemas cotidianos de um espaço social.

A própria SNT sabe do papel dos governantes no que se refere à manutenção da qualidade de vida da população. Mesmo assim, a denominação assumiu a responsabilidade de ajudar com creches, clínicas de recuperação para usuários de drogas, serviços escolares, por exemplo, para uma camada da população que pode ser desprovida do suporte que é prioritariamente do Estado.

### **3 A ARGUMENTAÇÃO NA MÍDIA ELETRÔNICA RELIGIOSA**

Podemos dizer que a argumentação é tudo aquilo que ilumina ou que proporciona uma percepção de uma ideia que leva a compreensão. O discurso religioso midiático enunciado pelos pastores na mídia eletrônica da SNT pode ser visto, seguindo o raciocínio de Plantin (2008, p.70, 74-75), enquanto modo de construção de respostas a perguntas que organizam um conflito discursivo, além de ser um modo de gestão da diferença e um tipo de atividade linguística desenvolvida em uma situação argumentativa.

Uma das bases para as análises registrada nesse artigo se refere às técnicas ou *tipologias argumentativas* com base em Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005). O primeiro é o *argumento de reciprocidade* que promove, de acordo com os autores, a aplicação do mesmo tratamento a duas situações correspondentes, ou seja, uma relação recíproca, de empatia, de condutas complementares, uma relação simétrica. Tais argumentos possibilitam a apresentação do antes e o depois de uma mesma relação. Quer dizer que tal argumento existe na medida em que quanto maior for a ação, positiva ou não, maior será a consequência. No discurso religioso midiático da SNT os argumentos de reciprocidade são referências. Uma das propostas do referido discurso é proporcionar ao fiel a oportunidade de se envolver mais intensamente com o que é

santo, ou seja, com o que é de Deus. Porém, caso o envolvimento com o divino não aconteça, os sujeitos pastores apresentam consequências negativas para os que não acatam tal argumento.

A segunda tipologia é o *argumento de transitividade* que é uma propriedade formal de certas relações que autoriza ou permite passar da afirmação à conclusão, possibilitando relações de igualdade, superioridade, inclusão e ascendência através de demonstrações. Quando o fiel passa por uma fase difícil e se interage com o programa religioso na mídia eletrônica, ele é desafiado a “semear na obra de Deus”, ou seja, ajudar com uma oferta em dinheiro. À medida que os testemunhos de fiéis alegando êxito na vida são apresentados há uma argumentação transitiva para com o fiel que enfrenta dificuldades. O fiel pode deixar de viver uma vida em pecado e de enfrentar adversidades nas mais variadas áreas quando, por exemplo, o sujeito pastor apresenta um argumento de transitividade ao afirmar que o alocutário quando “aceita a Jesus” terá uma nova história.

Há também o *argumento de comparação*. Neste caso, para os autores, ele é determinado pela *oposição* (o bem e o mal) e por *ordenamento* (mais forte que, mais fraco que). Segundo Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), as interações entre termos de comparação podem ser devidas à percepção de vínculos reais entre o que se busca independente de sua origem. Para eles os termos de comparação adaptados ao auditório podem ser elementos essenciais para a obtenção da eficácia argumentativa. Um dos elementos do argumento de comparação é o uso do superlativo<sup>5</sup>.

A última tipologia que encontramos para a constituição de nossa análise é o *argumento de autoridade*. Ele é um tipo de argumento que é validado pela integridade e respeitabilidade que o locutor passa para o alocutário, ou seja, pelo modelo, pela referência, pela qualificação, pelas experiências vivenciadas que, no caso, o sujeito pastor deve ter. “Quanto mais importante é a autoridade, mais indiscutíveis parecem suas palavras. No limite a autoridade divina sobrepuja todos os obstáculos que a razão poderia opor-lhe” (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.351).

---

<sup>5</sup> “Esse se expressa reputando algum objeto seja superior a todos os seres de uma série, seja incomparável e, por isso, único em seu gênero” (PERELMAN & OLBRECTHS-TYTECA, 2005, p.279).



As tipologias argumentativas no discurso religioso midiático possibilitam o envolvimento do sujeito pastor com o fiel. Isso não se difere da relação face a face, já que a influência ou aceitabilidade<sup>6</sup> pode ser obtida pela audiência.

A seguir realizaremos a análise das táticas argumentativas, ou seja, analisaremos um discurso que deve ser observado, segundo Andrade (1998), como um efeito de sentido<sup>7</sup> desenvolvido dentro de um determinado contexto (religioso) que é materializado por meio de um gênero discursivo (falada, sermão, homilia, pregação), veiculado em um determinado suporte material (mídia eletrônica) com o intuito de constituir uma determinada interação com o público alvo.

Não discutiremos sobre religião, dogmas, doutrinas, nem a respeito de Deus. Nosso intuito é analisar o discurso religioso midiático do programa *Vida com Esperança* para compreender as táticas argumentativas usadas pela mídia eletrônica da SNT, ou seja, essa análise é de cunho científico e não teológico.

Na sequência apresentamos as análises e os resultados referentes à análise do discurso religioso midiático.

#### **4 ANÁLISE BASEADA NA MATRIZ DISCURSIVA**

Com o intuito de construir uma organização metodológica da análise dos eixos argumentativos efetivamos a construção da matriz discursiva desenvolvida por Araújo (2011). Os elementos da análise estão registrados da seguinte forma: categoria; sequência discursiva extraída do programa “Vida com Esperança”; tipologia argumentativa – que apresenta o estilo e as táticas argumentativas desenvolvidas pela

---

<sup>6</sup> A aceitabilidade está relacionada a aceitação ou não pelo alocutário acerca da mensagem que ele lê ou escuta. “É a expectativa do receptor de que o conjunto de ocorrências com que se defronta seja um texto coerente, coeso, útil, relevante, capaz de levá-lo a adquirir conhecimentos ou a cooperar com os objetivos dos produtos” (VAL, 1999, p.11)

<sup>7</sup> Segundo Pechêux (1990), Efeitos de Sentidos são os diferentes sentidos possíveis que um mesmo enunciado pode assumir. Esses sentidos mudam conforme a formação ideológica dos atores do processo comunicativo incluindo quem interpreta. Parecem ser evidentes, porém correspondem a efeitos ideológicos que provocam a ilusão de que um enunciado quer dizer o que realmente diz.



SNT com base em Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) e os recursos argumentativos que mostram as ferramentas que qualificam a mensagem transmitida.

Aqui definimos o recorte temático após sistematizarmos a gravação do programa “Vida com Esperança” no dia 13 de fevereiro de 2015 na Rádio Sara Brasil FM de acordo com um dos efeitos produzidos pelas igrejas neopentecostais no cristianismo segundo a linha mencionada por Cunha, que aborda o desenvolvimento de uma prática religiosa avivalista, ou seja, que possui ênfase emocionalista.

<b>Matriz Discursiva</b>		
Categoria: Libertação   Lúcia Rodovalho   Vida com Esperança   Rádio Sara Brasil – 13/02/2015		
Sequência discursiva (Libertação)	E hoje eu quero chegar para você com palavras que saram ,palavras que curam, palavras que libertam o seu coração. Hoje eu quero falar sobre a culpa. A culpa é um sentimento que aflige muitas mulheres e muitos homens. As mulheres se manifestam mais. Os homens ficam calados e carregam esse peso. E a única coisa que pode nos libertar do poder desmedido da culpa é a paz e o perdão de Jesus Cristo. Nós precisamos enfrentar os nossos problemas pessoais, encarar que eles existem e que eles precisam ser tratados. Ao assumirmos trazermos a luz de Deus, o Espírito Santo derrama o seu óleo sobre nós, ele derrama o óleo sobre casas que foram deformadas no decorrer de nossa vida por tanto sofrimento que nós enfrentamos. Casas que cobrem o nosso coração, que encobrem o seu verdadeiro “eu” e Deus vai conduzindo tudo. Só o fato de assumirmos com sinceridade que temos ferida, que estamos feridos já estaremos em grande parte andando para a libertação. Que Deus te abençoe!	
Tipologia Argumentativa	<b>Comparação:</b> <i>A culpa é um sentimento que aflige muitas mulheres e muitos homens. As mulheres se manifestam mais. Os homens ficam calados e carregam esse peso.</i>	<b>Autoridade:</b> <i>E hoje eu quero chegar para você com palavras que saram, palavras que curam, palavras que liberem o seu coração.</i>
	<b>Transitividade:</b> <i>Só o fato de assumirmos com sinceridade que temos ferida, que estamos feridos já estaremos em grande parte andando para a libertação.</i>	<b>Reciprocidade</b> <i>E a única coisa que pode nos libertar do poder desmedido da culpa é a paz e o perdão de Jesus Cristo. Nós precisamos enfrentar os nossos problemas pessoais, encarar que eles</i>

		<i>existem e que eles precisam ser tratados.</i>
Recursos Argumentativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metáforas: “a luz de Deus”, “casas que cobrem o nosso coração”, “derrama o óleo sobre casas”, “derrama o óleo sobre nós”.</li> <li>- Pausas</li> <li>- Entonação vocal</li> <li>- Música instrumental</li> <li>- Intertextualidade</li> <li>- Operador argumentativo de restrição: só (1)</li> <li>- Operador argumentativo de mudança de estado: já (1)</li> </ul>	

Na sequência discursiva detectamos no eixo argumental um discurso de autoridade a partir do momento que a bispa Lúcia Rodovalho menciona “[...] *eu quero chegar para você com palavras que saram, palavras que curam, palavras que liberem o seu coração*”. Esse eixo vai, de certa forma, atingir um objetivo claro que é produzir um efeito de sentido na mente do alocutário. Pode atuar diretamente no emocional e em outros sentidos que perpassam esse efeito de sentido, por exemplo, a ideia de autoridade pela posição, por ser líder na denominação – o senhorio – através de uma referência (a bíblica), além das relações de poder estabelecidas no discurso. O argumento de autoridade produz um efeito de sentido de valor. Ele dá força, credibilidade na fala do sujeito pastora Lúcia Rodovalho.

A procura pela mídia eletrônica religiosa por parte do fiel ou a enunciação do discurso religioso pela denominação através da mídia eletrônica focam normalmente em outro detalhe observado nessa sequência discursiva: *o argumento de transitividade*. Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005, p.282), tal tipologia argumentativa apresenta um contexto baseado em transformações passando da afirmação do que já existe para algo imaginável. A transformação não corresponde a cura definitiva, mas a libertação de problemas, ou seja, dos males da vida que a mídia eletrônica da SNT enfatiza em sua programação – doenças, ansiedade, dívidas, desemprego, entre outros.

Ao dizer que “*nós precisamos enfrentar os nossos problemas pessoais, encarar que eles existem e que eles precisam ser tratados*”, a bispa Lúcia Rodovalho usa da empatia para mostrar que ela também já viveu ou vive a conjuntura citada, porém aconselha as pessoas a estarem mais próximas de Deus, não afirmando diretamente que

este é o caminho da resolução dos males da vida. Aqui ela usou um argumento de proximidade. Ela relata na continuação que *“só o fato de assumirmos com sinceridade que temos ferida, que estamos feridos já estaremos em grande parte andando para a libertação”*. Isso dá a entender que o eixo argumentativo usado por ela possibilitou obter um efeito de sentido mais pelo discurso da emoção do que propriamente da solução lógica.

No discurso religioso midiático apresentado nessa sequência discursiva não há a determinação do racional, do tangível e do objetivo para a libertação anunciada pela líder religiosa. Depende propriamente de uma iniciativa do indivíduo que precisa se relacionar com a denominação, com seus princípios e acatar os argumentos apresentados. Não há uma garantia para a resolução do problema, mas o efeito de sentido possibilitado pelo argumento pode gerar um novo comportamento, uma nova postura por parte do fiel.

A segunda tipologia apresentada na Sequência Discursiva é a Comparação. *“A culpa é um sentimento que aflige muitas mulheres e muitos homens. As mulheres se manifestam mais. Os homens ficam calados e carregam esse peso”*. Aqui há um argumento de oposição entre homens e mulheres, no qual a bispa Lúcia Rodovalho destaca a figura feminina como mais emotiva do que a masculina. A comparação promove as diferenças, porém no discurso religioso midiático ela serve de base para sustentar o argumento principal que, no caso da sequência discursiva, foi o argumento de Reciprocidade. *“E a única coisa que pode nos libertar do poder desmedido da culpa é a paz e o perdão de Jesus Cristo. Nós precisamos enfrentar os nossos problemas pessoais, encarar que eles existem e que eles precisam ser tratados”*. A bispa Lúcia Rodovalho, ao argumentar que a culpa cessa através da paz e do perdão vindo de Jesus Cristo, apresenta indiretamente que não importa a diferença que exista entre homens e mulheres. A “igualdade” gera unidade de interesses por parte dos alocutários que pode existir e ser tratado. A bispa Lúcia Rodovalho, ao final, apresenta a tomada de atitude necessária para a mudança de vida do alocutário.

Outro tipo de argumento que encontramos foi o de Transitividade. *“Só o fato de assumirmos com sinceridade que temos ferida, que estamos feridos já estaremos em*

*grande parte andando para a libertação*”. Fica evidente que a tipologia, seguindo os preceitos de Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) mostra que uma afirmação (assumir com sinceridade que tem uma ferida) que é recebido pelo alocutário pela mídia eletrônica imagina o contexto de transição (estaremos em grande parte andando para a libertação) acontecendo a seu favor.

Aqui não foi detectada por parte do público alguma reação durante a mensagem. O nome do quadro apresentado pela bispa Lúcia Rodovalho é “Palavras que saram”. Quando se analisa o nome do quadro podemos fazer duas analogias: a primeira é relativa ao sarar que pode ser relativo ao nome da denominação “Sara Nossa Terra”. A outra pode ser relacionado a cura ou a um simples alento para o fiel que enfrenta problemas na vida.

A líder religiosa aborda assuntos ligados a mente, a consciência, ao caráter, a humildade, a transformação de vida e a moral cristã. Quando ela diz que “*Ao assumirmos trazermos a luz de Deus, o Espírito Santo derrama o seu óleo sobre nós*” ela trata da importância da oração.

A análise respaldada na Matriz Discursiva sinalizou para um discurso não voltado para a persuasão. A mensagem emitida pela bispa Lúcia Rodovalho focou em argumentos voltados para a consciência cristã, para o caráter do indivíduo com base em argumentos de transitividade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O discurso religioso midiático é subjetivista, busca a sensibilização, o emocionalismo e está focado de forma egoísta no indivíduo. O que vale é o sujeito, não o coletivo, negando a ideia de igreja porque tal palavra significa “comunidade” ou “coletivo”. A mídia impacta diretamente as pessoas em seus lares, por meio de demonstrações técnicas de efeito, de luz, de som. Vários cultos são estáticos, parados. A mídia eletrônica ofereceu a chance do “extáticos” – aquilo que produz êxtase, muita gente junto gritando, gerando um espetáculo, cumprindo a função social da religião, talvez não cumprindo a função espiritual. Com a mídia, há um desagregamento do

templo. Há um esvaimento do culto espiritual da prática religiosa coletiva, da ideia de fraternidade, ou seja, estar com o outro.

O discurso religioso midiático da SNT normalmente apresenta o argumento de autoridade como tipologia argumentativa principal e permanente, ou seja, ele está diretamente intrínseco a todos os outros modais argumentativos que encontramos nas análises, seja autoridade bíblica ou pastoral, pois os sujeitos pastores se apresentam enquanto porta-vozes de Deus, do divino.

A denominação, na mídia eletrônica, apresenta argumentos estratégicos para atingir o emocional do alocutário a partir do momento em que os sujeitos pastores analisados afirmam que para ser abençoado é necessário “fazer uma escolha”, ou seja, é preciso acreditar na “verdade” que afirmam ser a Palavra de Deus. Quer dizer que não basta obedecer ao que os sujeitos pastores instruem e nesse caso aparece o argumento de transitividade que reitera a oferta ao “Parceiros de Deus” e uma postura santa dos fiéis que devem se libertar dos pecados que cometem para terem acesso ao que almejam.

A argumentatividade desenvolvida se apropria dos testemunhos tanto de pessoas desconhecidas quanto dos sujeitos pastores. Os exemplos de mudança de vida testemunhados apresentam a eficiência da Palavra de Deus (discurso bíblico). E fechando esses elementos argumentativos, caso venha atingir o emocional do alocutário, a mídia eletrônica da SNT reforça a credibilidade dos exemplos triunfais por meio de entrevistas, de longos testemunhos na programação e até mesmo de intervenções das pessoas desconhecidas convidando os alocutários para “aceitarem o desafio” e “fazerem um voto de fé”.

Vale lembrar que esses elementos discursivos argumentativos não são exclusivos nem definitivos. Pode haver outras conjunturas ainda mais complexas a ser pesquisadas, estudadas e desenvolvidas em novos trabalhos. São táticas que visam promover junto ao fiel a renúncia, a obediência, a crença e a confiança. Tudo com o intuito de persuadir e promover a imagem da denominação enquanto comunidade que busca se apresentar como cristã na essência, seguindo uma cultura local com necessidades espelhadas no real.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Lúcia da Cunha Victório de Oliveira. **Língua falada e língua escrita: como se processa a construção textual.** Apresentado no SBPC, 1998, em Natal, na UFRN. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/dlcv/lport/pdf/maluv013.pdf>>. Acesso em: out 2015.

ARAGÃO, Jarbas. **Número de religiões no mundo passa de 10 mil.** 2012. Disponível em: <<https://noticias.gospelprime.com.br/numero-de-religoes-no-mundo-passa-de-10-mil/>> Acesso em: 18 ago.2015.

ARAÚJO, Marcelo Marques. **Comunicação, língua e discurso: uma análise terminológica de um dicionário de especialidade.** São Paulo: Mackenzie, 2011. 339 f. Tese (Doutorado em Letras e Comunicação). Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2011.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Evangélicos e Mídia no Brasil: uma história de acertos e desacertos.** Revista de Estudos da Religião, São Paulo, set. 2008. Disponível em: <[www.pucsp.br/rever/rv3\\_2008/t\\_campos.pdf](http://www.pucsp.br/rever/rv3_2008/t_campos.pdf)>. Acesso em: 23 fev.2015.

CUNHA, Magali do Nascimento. **A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil.** Rio de Janeiro: Mauad X/Instituto Mysterium, 2007.

DUCROT, Oswald. Argumentação retórica e argumentação linguística. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 44, n. 1, p. 20-25, jan./mar. 2009.

\_\_\_\_\_. **Provar e dizer: linguagem e lógica.** Tradução de Tradução de Maria Aparecida Barbosa, Maria de Fátima G. Moreira e Cidmar Teodoro País. São Paulo: Global Universitária, 1981.

FAUSTO NETO, Antônio. **A Igreja Doméstica: estratégias televisivas de construção de novas religiosidades.** São Leopoldo: Cadernos IHU, ano 2, n.7, 2004.

FAUSTO NETO, Antônio e VALDETTARO, Sandra (directores). Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina. Coloquio del Proyecto **Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos.** Programa de Cooperación Científico-Tecnológico MINCYT-CAPEL 2009-2010. Cod. BR/08/21

FIORIN, José Luiz. **Ciclo de conferência CPS 2015: Enunciação e Argumentação.** Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=9BzCo3TM-Gw>> . Acesso em 21 ago. 2015.

GOMES, Pedro Gilberto. **Mediatização e processos sociais na América Latina.** XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, Natal, set.2008. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0880-1.pdf>>. Acesso em: 16 set.2015.

\_\_\_\_\_. **Processo de mediatização: da sociedade à Igreja. Entrevista especial com Pedro Gilberto Gomes.** Disponível em: <



<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/10141-processo-de-mediatizacao-da-sociedade-a-igreja-entrevista-especial-com-pedro-gilberto-gomes>> Acesso em: 15 set. 2015.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens da mídia**. Interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina, 2006.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Argumentação e linguagem**. 13. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

MATTA, Maria Cristina. De la cultura massiva a la cultura mediática. **Revista Diálogos de la Comunicación**. Lima: Felafacs, 1999.

MOSCA, Lineide do Lago Salvador. Velhas e novas retóricas: convergências e desdobramentos. In: \_\_\_\_\_ (Org.). **Retóricas de ontem e de hoje**. 3.ed. São Paulo: Humanitas, 2004, p.17-54.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. Discurso e argumentação: um observatório do político. **Fórum Lingüístico**. Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, Imprensa Universitária, v. 1, n. 1, p. 73-82, jul.-dez. 1998.

PACHECO, Gustavo de Brito F. **Retórica e Nova Retórica: a tradição grega e a teoria da argumentação de Chain Perelman**. Disponível em <<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/retorica-e-nova-retorica-tradicao-grega-e-teoria-da-argumentacao-de-chain-perelman>> Acesso em 29 abr. 2015.

PECHÊUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento?** Tradução de Eni P. Orlandi. São Paulo: Pontes, 1990.

PERELMAN, Chain; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PLANTIN, C. **L'argumentation: Histoire, théories et perspectives**. Paris: Presses Universitaires de France. Collètion Qus sais-je?, 2008.

PULGA, Carmem Maria. **Interface - Igreja e mídia: uma experiência de comunicação religiosa na web**. 2006. 172 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

STORTO, Letícia Jovelina. **Discurso religioso midiático: argumentação e língua falada em pregações evangélicas**. Londrina: UEL, 2015. 323 f. Tese (Doutorado em Estudos da Linguagem) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015.

VAL, Maria da Graça Costa. **Redação e textualidade**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.