

A MUDIATIZAÇÃO DO DISCURSO RELIGIOSO NO PROGRAMA “NUNCA É TARDE” DO PASTOR LUCINHO: ORGANIZAÇÃO ARGUMENTATIVA E ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS

Mônica Santos de Souza Melo¹

RESUMO: Este artigo aborda o fenômeno da midiatização do discurso religioso cristão e tem como objetivo descrever e analisar a organização argumentativa e o esquema enunciativo de uma mensagem de orientação veiculada no programa “Nunca é Tarde”, apresentado pelo Pastor Lucinho Barreto. Para isso vamos descrever sua organização nos planos fílmico, visual e linguístico, tomando como referência pressupostos e categorias da Teoria Semiollingüística de Patrick Charaudeau, aliados à noção de *ethos* discursivo, nos termos de Maingueneau (2005) e aos estudos sobre a mídia televisiva desenvolvidos por Soulages (1999). A análise nos permite identificar uma articulação entre os estratos visual e fílmico, e uma construção argumentativa dialógica, fortemente apoiada na enunciação visual, que caracteriza a comunicação midiática.

PALAVRAS-CHAVE: discurso religioso; midiatização; argumentação.

ABSTRACT: In this paper we discuss the mediatization of Christian religious discourse, adopting as subject matter the argumentative organization and the enunciatif scheme in the program "Nunca é Tarde", presented by Pastor Lucinho Barreto. To do this we analyze a message conveyed in the program, describing its organization in filmic, visual and linguistic plans. Our analysis combines assumptions of Patrick Charaudeau's Semiollingüistics Theory, the notion of discursive *ethos* in terms of Maingueneau and also studies of the television media proposed by Soulages (1999). The analysis identifies a link between the visual and filmic layers, and a dialogic argumentative construction, strongly supported by the visual enunciation that characterizes the media communication.

KEYWORDS: religious discourse; mediatization; argumentation.

Introdução

Nesse artigo pretendemos trazer uma contribuição ao debate sobre a midiatização do discurso religioso, descrevendo e analisando as estratégias argumentativas e o esquema enunciativo, tanto no plano verbal quanto no plano visual, empregadas no programa “Nunca é Tarde”, apresentado pelo pastor Lúcio Barreto (o “pastor Lucinho”). Trata-se de uma produção da Rede Super de TV, que pertence à Igreja Batista da Lagoinha, de Belo Horizonte e presta-se prioritariamente à evangelização do público jovem cristão. Observaremos que o pastor-enunciador utiliza-se da criação de um *ethos* de jovem para captar seu público. Contudo, defende teses conservadoras, afinadas com os princípios ditados pela moral cristã.

¹ Doutora em Estudos Linguísticos pela UFMG. Professora Associada III do Departamento de Letras da Universidade Federal de Viçosa. monicamelo@ufv.br – Pesquisa financiada pelo CNPq –Bolsa Produtividade em Pesquisa.

Nossa análise associa pressupostos da Teoria Semiolingüística à concepção de *ethos* discursivo, estudada mais recentemente por Maingueneau, aos quais tentamos articular estudos sobre a mídia televisiva propostos por Soulages, o que nos permitiu identificar uma articulação entre os estratos visual e fílmico, e uma construção argumentativa fortemente apoiada na enunciação visual, que caracteriza a comunicação midiática.

A midiatização do discurso religioso: uma proposta de descrição a partir da Teoria Semiolingüística

A televisão e a internet têm sido amplamente exploradas pelas Igrejas como mecanismo de captação de fiéis. Com respeito à mídia televisiva, Soulages (1999, p. 57) afirma que “a imersão do fluxo televisual no espaço doméstico dos destinatários lhes confere uma temporalidade específica”², o que contribui para que a programação participe da vida cotidiana. Assim, o recurso à TV permite que a Igreja “busque” o fiel em sua casa. Também a publicação de vídeos e a criação de canais na internet, especialmente no *youtube*, possibilita acesso do fiel, a qualquer momento, ao conteúdo do programa, o que permite que aquele que perdeu o programa transmitido pela TV o assista em outro horário.

De acordo com Gasparetto:

O surgimento do fenômeno midiático religioso se deve de modo especial a três fatores: primeiro, o desenvolvimento da Modernidade. Segundo, na conjunção de transição de milênio, o surgimento de outras formas, expressões e práticas de religiosidade-espiritualidade, principalmente no panorama católico ocidental latino-americano; e terceiro, o papel marcante do campo midiático e das novas tecnologias de informação e comunicação eletrônicas na construção e divulgação das outras formas e estratégias de religiosidade. (GASPARETTO, 2011, p.108)

Portanto, para o autor, há, na atualidade, uma conjuntura complexa que favorece o uso das novas tecnologias pelas religiões. Trata-se do processo de “midiatização do discurso religioso”. Desse complexo processo decorre a criação de um novo ambiente, que é um espaço privilegiado de ressignificação da religião. Esse novo ambiente permite que a mensagem não se restrinja ao espaço dos cultos, mas permaneça em circulação em outros espaços, o que favorece uma maior interação do público nas práticas simbólicas religiosas.

² Tradução nossa.

Tal situação nos leva a tentar descrever o processo de mediação do discurso religioso, para compreender como esse processo afeta o esquema enunciativo das mensagens de cunho religioso que adotam a mídia como dispositivo de comunicação. Para isso, vamos tomar por referência pressupostos da Teoria Semiológica, de Patrick Charaudeau.

Charaudeau (2008) considera que o ato de linguagem é produto de uma situação de comunicação do qual participam um emissor e um receptor (os *parceiros*) que, por serem pessoas diferentes, podem atribuir a uma expressão linguística diferentes interpretações. Para Charaudeau (2008), todo ato de linguagem se insere num projeto geral de comunicação que é concebido por um sujeito comunicante, o qual precisa organizar seu discurso em função da situação em que se encontra. Para fazê-lo está subordinado a um espaço de restrições, que compreende as condições mínimas às quais o ato de linguagem deve satisfazer para que seja válido, e a um espaço de estratégias, que corresponde às escolhas que os sujeitos podem fazer na encenação comunicativa. As restrições são estabelecidas pelo contrato comunicacional, que se referem a uma espécie de obrigação convencional de cooperação que liga os parceiros numa finalidade de dizer e que atribui a eles determinados papéis linguageiros, definindo restrições que devem seguir no ato de linguagem e que codificam as práticas sociolinguageiras em função das circunstâncias do discurso, a partir das quais vão se definir as estratégias a serem adotadas.

Sendo assim, quando o discurso religioso “incorpora” o midiático, há uma espécie de hibridismo que faz com que os indivíduos pertencentes à instância de produção procurem se adaptar a uma nova situação de comunicação. Com isso, o locutor tem de se submeter às restrições de um novo “contrato”³. Esse reconhecimento das restrições impostas por uma nova situação de comunicação vai repercutir sobre as características discursivas dessas interações, fazendo com que o falante passe a adotar diferentes estratégias, uma vez que ele visa produzir diferentes efeitos sobre o interlocutor, recorrendo a procedimentos de ordem linguageira, que dizem respeito ao uso de certas categorias de língua, organizadas em função da finalidade do ato de comunicação.

Nessa perspectiva, o processo de mediação do discurso religioso consiste na adoção, por parte da Igreja, de variados dispositivos midiáticos para se comunicar com o fiel. Consequentemente, essa instituição passa a ser afetada pela natureza desses dispositivos.

³Segundo Charaudeau (2008, p. 56), a noção de contrato refere-se a uma espécie de acordo entre os indivíduos que pertencem a um mesmo conjunto de práticas sociais quanto às representações linguageiras dessas práticas.

Assim, a instância de produção é remodelada, o que repercute sobre os atores envolvidos nessa nova “encenação”. Os seres sociais (sujeitos comunicantes, nos termos de Charaudeau), que, nesse caso são, normalmente, padres e pastores, assumem novos papéis, convertendo-se em apresentadores, animadores, entrevistadores. Da mesma forma, na instância de recepção, os fiéis e crentes assumem o papel de telespectadores e/ou internautas. Porém, os sujeitos envolvidos nesse processo não abrem mão de seus papéis sociais, o que deixa evidente a complexidade do esquema enunciativo do qual fazem parte.

Esse fenômeno mostra-se como um mecanismo adicional que favorece a influência e o controle da Igreja sobre o fiel, ampliando o chamado “poder pastoral”, nos termos de Foucault (2004), noção que abordaremos brevemente a seguir.

O domínio de prática religioso e o poder pastoral

Os domínios de prática social se definem por serem lugares de produção das interações sociais que se organizam em setores de atividades. Para Charaudeau:

Os *domínios da prática* são lugares de produção das interações sociais organizadas em setores de atividade social que se definem por um conjunto de práticas finalizadas. Eles resultam de um jogo de regulação das relações de força que aí se apresentam, e instauram um recorte do espaço social como lugar simbólico de uma atividade ordenada de atores sociais em torno de uma finalidade que implica regras de troca. Em termos bourdieusianos, poderíamos falar de “campos” da prática social. (CHARAUDEAU, 2010, p. 286)

Adotando essa perspectiva, o domínio de prática religioso se compõe de uma série de interações e práticas que têm a Igreja (na figura de autoridades como padres, bispos, pastores, etc.) como instância produtora de discursos e a população em geral – e o fiel, de forma específica - como instância de recepção. Esses “atores” se relacionam num espaço não apenas físico, mas também simbólico, regido por regras que revelam uma relação hierárquica entre as instâncias de produção e recepção do discurso.

Sabe-se que a religião exerce um poder incontestável sobre o fiel. Trata-se do chamado “poder pastoral”, nos termos de Foucault (2004). Para Foucault, esse tipo de poder instituído pelo cristianismo se caracteriza pela presença de indivíduos que passaram a desempenhar, na sociedade cristã, o papel de verdadeiros condutores (“pastores”) em relação ao grupo (“ovelhas”) e cuja função é garantir o bem-estar desse grupo e promover a

“salvação” individual. Essa salvação, contudo, depende da obediência, por parte do indivíduo, de uma série de leis que não coincidem, necessariamente, com as leis comuns já existentes na sociedade e que são impostas no âmbito do domínio jurídico. Essas leis seriam disseminadas pelo pastor, que seria também responsável por zelar pelo seu cumprimento. A obediência incondicional ao pastor é, então, condição essencial para se obter a virtude e, conseqüentemente, a salvação.

O pastor é, portanto, aquele que possui o atributo da sabedoria e a função de ensinar a palavra de Deus, a moral cristã e os mandamentos. Sendo responsável por acompanhar seu rebanho, cabe ao pastor, também, controlar as atitudes dos fiéis, o que inclui, dentre outros, seu comportamento sexual. Retomaremos esse ponto ao longo da análise da organização argumentativa da mensagem que tomamos como objeto de análise.

Essas concepções, associadas ao poder pastoral, persistem até os dias de hoje nas igrejas cristãs, em suas várias vertentes. Veremos, a seguir, como elas se manifestam no discurso que adotamos como objeto de estudo.

Pastor Lucinho e o programa “Nunca é Tarde”: diálogo com o público jovem

O Pastor Lucinho, como é conhecido, é pastor na Igreja Batista da Lagoinha (Belo Horizonte/MG). É bacharel e mestre em Teologia. Pesquisador de comportamento da juventude, palestrante e consultor sobre questões relacionadas aos jovens, tem vários livros publicados, como: “Manual de sobrevivência para o jovem cristão”, “100 dicas para pregadores Loucos por Jesus” e a série de três volumes “Loucos por Jesus”, entre outros. Há mais de vinte anos Pastor Lucinho trabalha com estratégias para evangelizar o público jovem e é muito popular nesse segmento, sendo popular por declarações e fotos polêmicas, como a conhecida foto em que aparece cheirando uma Bíblia.



Fig. 2- Pastor Lucinho⁴

Ele é, ainda, palestrante em eventos que reúnem milhares de jovens no Brasil, Estados Unidos, Europa, e em países como Índia, Israel, Haiti entre outros. Tem realizado, também, na internet, um trabalho intenso com ministrações pelas redes sociais. Além disso, ele apresenta diariamente o programa “Nunca é Tarde”, para dialogar com a juventude. Encontra-se no rol das figuras religiosas que assumiram o estatuto de “celebridade”, colocando em prática, diariamente, o exercício da evangelização por meio da mídia.

“Nunca é Tarde” é um programa transmitido pela Rede Super de Televisão. A Rede Super é uma emissora de televisão brasileira com sede em Belo Horizonte, Minas Gerais, que começou a operar em 2000. Em 2002, foi vendida à Igreja Batista da Lagoinha, uma igreja de linha pentecostal, fundada em 1957 e que tem como atual presidente o pastor Márcio Valadão. Tal Igreja é conhecida por promover uma evangelização ampla através dos meios de comunicação e por possuir um Ministério de Louvor conhecido nacionalmente: o “Diante do Trono”. Ao ser adquirida pela Igreja Batista, a Rede Super passou a veicular um conteúdo voltado para o público cristão. Sua programação é variada e inclui diversos gêneros, tais como o jornalístico, o esportivo e musicais. Em seu site, a Rede Super assume como missão “transformar a sociedade através da prática e da transmissão dos princípios cristãos.”⁵

O Programa “Nunca é Tarde” se insere nessa linha de programas destinados ao público cristão. Trata-se de um programa que tem como objetivo promover um diálogo com os jovens. Apresenta, diariamente, mensagens e notícias contextualizadas à luz da Bíblia, em formato de crônicas, além de casos de pessoas que já fizeram alguma “loucura por Jesus”.

Analisamos, aqui, a organização discursiva de uma mensagem veiculada nesse programa, no dia 15/07/2015. A princípio, vamos descrever o gênero situacional no qual a

⁴ Foto disponível em <https://www.google.com.br/search?q=foto+pastor+lucinho&newwindow>.

⁵ Informações disponíveis em www.redesuper.com.br/historico. Acesso em 20 mar de 2015.

mensagem se materializa e, em seguida, as categorias relacionadas às enunciações verbal e visual, as quais serão apresentadas em seguida, e que resultam da interseção dos domínios religioso e midiático.

O gênero situacional “mensagem de direcionamento espiritual e moral”

A mensagem de direcionamento espiritual e moral pode ser descrita adotando-se alguns parâmetros definidos por Charaudeau (2004) para compreensão dos chamados “gêneros situacionais”. Para esse autor, a descrição de qualquer gênero depende da observação de características físicas, identitárias e contratuais.

Em relação à situação de comunicação da mensagem de direcionamento em questão, temos como enunciador o pastor Lúcio Barreto e como interlocutores os telespectadores e internautas que assistem a essa mensagem. Em relação às características físicas, constatamos que os parceiros não estão presentes fisicamente, já que se trata de uma troca mediada pela TV e pela internet. No que se refere às características identitárias dos parceiros da troca, temos acesso às do locutor, enquanto, em relação aos interpretantes, há uma expectativa de que se trate, em sua maioria, de um público jovem e evangélico. Contudo, sabemos que essa expectativa pode não se confirmar plenamente, uma vez que não há um monitoramento objetivo de quem, de fato, acessou tal mensagem. Em termos das características relacionais, os parceiros da troca comunicativa são, prioritariamente, jovens evangélicos. Quanto às características contratuais, que dizem respeito à possibilidade de interação entre os parceiros e à finalidade do discurso, verificamos que o contrato não permite uma troca dialogal *stricto sensu*. Porém, há uma situação pseudodialógica, pois Lucinho simula um diálogo com o interlocutor. Quanto à finalidade, podemos identificar, na mensagem de orientação, uma dupla finalidade: a captação de fiéis, através do uso de estratégias de identificação e de credibilidade e a consequente doutrinação, a partir da defesa dos princípios pregados pela igreja.

Com relação aos níveis de restrições do gênero situacional direcionamento espiritual/moral, propomos a configuração abaixo, que tem como base princípios definidos por Charaudeau (2004).

a) Aspectos situacionais: o direcionamento espiritual é um gênero cujo domínio de comunicação é duplo: o midiático e o religioso. Tais domínios instituem uma situação de comunicação de direcionamento espiritual e moral, na qual o enunciador-conselheiro sugere ao ouvinte uma ação futura que o beneficiará. Para tanto, o sujeito seleciona duas visadas: a visada de informação (fazer-saber) e a visada de incitação (fazer-fazer). Na mensagem analisada, o locutor adota uma visada de informação, ao compartilhar os resultados de uma pesquisa feita numa universidade americana, pela qual as pessoas que se preservam virgens até os vinte anos de idade têm um QI mais elevado e uma visada de incitação, ao propor ao espectador que adote esse mesmo comportamento. Quanto à visada de incitação, o falante pretende levar o fiel a adotar uma postura: a de permanecer virgem.

b) Aspectos discursivos: as restrições discursivas, no gênero em questão, demonstram que, em relação aos modos de organização do discurso, o direcionamento espiritual é um gênero predominantemente argumentativo. A descrição da organização argumentativa da mensagem em questão será apresentada em seguida.

c) Aspectos formais: em termos da organização textual, o gênero descrito comporta uma estrutura com uma introdução do tema e de uma proposta a ele relacionada, exposição de argumentos e conclusão. Na mensagem analisada, o momento introdutório é organizado discursivamente pelo comportamento delocutivo, quando se apresenta uma pesquisa realizada na Universidade da Pensilvânia, que corresponde à tese que o enunciador defende. A essa informação seguem-se argumentos e, finalmente, o momento de aconselhamento (organizado discursivamente pelos comportamentos alocutivo e elocutivo), em que o enunciador aconselha o destinatário em torno do comportamento sexual que deve adotar.

Argumentação: um processo dialógico

As práticas discursivas inseridas no espaço midiático se caracterizam por se constituírem de sistemas de signos complexos e diversificados, nos planos linguístico, visual e, muitas vezes, fílmico. Esses planos oferecem recursos para a elaboração de estratégias elaboradas para captação e persuasão do público.

As mensagens veiculadas no programa “Nunca é Tarde” se caracterizam pelo predomínio de uma organização argumentativa, por se tratarem de textos de doutrinação. Pretendemos, aqui, abordar como se dá a argumentação na mensagem analisada, tendo em vista a interseção dos domínios religioso e midiático. Para isso, partimos de uma proposta que encara a argumentação como um processo dialógico, que não se restringe ao signo linguístico, mas se constrói também a partir da enunciação verbal.

Para Charaudeau (1992) a argumentação é um processo dialógico, intersubjetivo, já que exige, além de um sujeito que desenvolva uma asserção sobre uma tese, outro sujeito que constitui o alvo da argumentação e a quem o sujeito que argumenta pretende levar a partilhar não a mesma verdade, mas uma veracidade, que dependeria das representações socioculturais partilhadas pelos membros de um grupo dado em nome da experiência e do conhecimento; assim, a existência de um dispositivo argumentativo não determina a forma particular que assumirá a argumentação num texto, mas depende dos fatores situacionais, isto é, da influência determinada pela situação de troca e pelo contrato de fala.

O ponto de vista da argumentação como um processo dialógico deriva do pensamento de Bakhtin (1995), segundo o qual “(...) a palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor” (BAKHTIN, 1995, p. 112). Sendo assim, a organização argumentativa do discurso é concebida tendo em vista não só os objetivos visados, mas o público a que se destina. Ainda segundo o autor:

Esta orientação da palavra em função do interlocutor tem uma importância muito grande. Na realidade, toda palavra comporta *duas faces*. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede *de* alguém, como pelo fato de que se dirige *para* alguém. Ela constitui justamente o produto da interação do locutor e do ouvinte. Toda palavra serve de expressão a *um* em relação ao *outro*. (BAKHTIN, 1995, p. 112)

Na busca da influência, que consiste em fazer o outro partilhar um universo de discurso, o enunciador pode lançar mão de um processo lógico e de outros meios, como os proporcionados pelo dispositivo enunciativo adotado e pelos outros modos de organização do discurso.

Charaudeau (2008) afirma que o sujeito desenvolve estratégias de argumentação em função das finalidades de influência que correspondem a seu projeto de fala. O dispositivo argumentativo será constituído pela tese a ser postulada, e pelos universos de problematização e contextualização implícitos e explícitos. Essas estratégias se desenvolvem de forma a

determinar a posição de autoridade do sujeito falante, reforçando sua legitimidade. Servem também para dotar o discurso de credibilidade e, finalmente, para atrair o ouvinte e conduzi-lo a um determinado comportamento. Para tanto, o sujeito se valerá de procedimentos argumentativos a fim de legitimar ou inferir credibilidade à sua fala, ou ainda captar o seu interlocutor. Na tentativa de legitimação, o enunciador se apoiará numa posição de autoridade (seja institucional ou pessoal) para se pronunciar. Já na tentativa de alcançar credibilidade, o locutor se posicionará de maneira a determinar uma posição de verdade. Ora o enunciador optará pela neutralidade, ora pelo engajamento. E por fim, quando estiver em cena o jogo de captação, o locutor tentará convencer o interlocutor sobre sua fala. Para isto, a argumentação vai se apoiar em procedimentos argumentativos e discursivos.

Toda argumentação tem como objetivo principal estimular a adesão de seus interlocutores a suas teses, de modo a criar nos ouvintes uma predisposição a uma ação efetiva. Para que haja a argumentação, estabelece-se entre os indivíduos um contrato intelectual baseado principalmente no fato de os enunciadores pertencerem a mesmos contextos sócio-históricos. Portanto, a existência de um dispositivo argumentativo não é o único responsável pela argumentação de um texto. Essa depende também dos fatores situacionais, determinados pela situação de troca e pelo contrato de fala.

Em relação ao nível discursivo, o locutor se valerá de procedimentos ligados aos modos de organização da matéria linguística para produzir os efeitos desejados.

Organização argumentativa da mensagem

A mensagem analisada intitula-se “O pecado é uma zombaria contra si mesmo”⁶ e foi veiculada no programa do dia 15 de julho de 2015. Tem como alvo o público jovem evangélico e defende a tese de que o jovem deve preservar a virgindade. Toma por referência uma pesquisa que teria sido divulgada por uma “universidade americana”, o que imprimiria um tom de cientificidade às conclusões apresentadas. Contudo, não se informa o nome da universidade, o que compromete a validade dessa fonte.

⁶ A transcrição da mensagem, na íntegra, está anexada ao artigo. Nessa transcrição, procuramos ser fiéis à pronúncia do locutor, sem fazer correções. Registramos hesitações com o uso de reticências (...), mas não registramos demais fenômenos prosódicos, uma vez que esses não seriam explorados na presente análise.

O aconselhamento defende uma proposta em torno do comportamento sexual do cristão, especificamente em torno da questão da virgindade. Ao assumir o papel de “conselheiro” ou “orientador espiritual”, o pastor exerce o “poder pastoral”, definido por Foucault (2004). Tal poder, como vimos, prevê ao pastor uma série de atribuições. Dentre elas, o controle do comportamento sexual do fiel. Essa função teria, para Foucault (2004), uma explicação na história do cristianismo. Tendo em vista a necessidade de reprodução e organização familiar, fazia-se necessário, desde os primórdios do cristianismo, a defesa de uma concepção moderada quanto ao comportamento sexual, de forma que a carne fosse vista não como um mal absoluto, mas como fonte de uma tentação que poderia levar o homem a ultrapassar os limites estabelecidos pela moral. Com isso estabeleceram-se os princípios da monogamia, do casamento, da sexualidade ligada à reprodução, com uma limitação e desqualificação do prazer.

Essa repressão à sexualidade representa uma iniciativa da nova religião de compilar e propagar a instrução moral conforme os preceitos bíblicos. Porém, trata-se de uma interpretação que reflete posições filosóficas da época, uma vez que não há, no Antigo Testamento, julgamentos que levem a crer que a sexualidade seja inferior à espiritualidade ou à intelectualidade. Também no Novo Testamento, onde se encontram os ensinamentos de Jesus às comunidades judias sob a influência greco-romana, não há uma orientação sistemática a respeito da sexualidade. Parte das orientações em relação ao comportamento sexual se encontra nas Epístolas aos Coríntios, escritas por Paulo, e se justificam pelo contexto da época. Trata-se de uma tentativa de inibir uma série de comportamentos contrários à nova moral, dentre eles a prostituição, que se manifestavam na região: “E vocês não sabem que aquele que se une a uma prostituta forma com ela um só corpo? Pois assim está na Escritura: ‘Os dois serão uma só carne’.” (BÍBLIA, I Coríntios, 6, 16). Assim, pregava-se a castidade e a prática sexual apenas dentro do casamento, considerado como indissolúvel. Também essa visão do casamento pode ser compreendida como uma tentativa de se proteger a mulher, num contexto em que a mulher abandonada era condenada à marginalidade e à prostituição.

A mensagem de aconselhamento do pastor adota essa linha argumentativa, defendendo a tese de que o jovem cristão deve preservar a virgindade. Essa tese é defendida a partir de uma estrutura argumentativa pautada na comparação, como veremos a seguir.

Segundo Charaudeau (2008), a comparação participa da categoria da qualificação, uma vez que as propriedades são focalizadas para que sejam destacadas as semelhanças ou diferenças entre elas. Para o autor, a comparação é usada com valor argumentativo, sendo usada como prova de uma conclusão ou um julgamento, produzindo um efeito pedagógico. Na mensagem analisada, a comparação contrapõe um comportamento reprovável a um comportamento desejável.

O primeiro tipo de comportamento, qualificado como uma vida promíscua, corresponde à prática do sexo antes dos vinte anos e/ou do casamento. Tal prática é considerada pecaminosa, pois significaria um erro no qual o indivíduo estaria incorrendo intencionalmente, o qual o pastor denomina “autozoação”, cujo significado é descrito nos seguintes termos: “é você se colocar numa situação de zombaria e de desprezo por você mesmo”. Por se tratar de uma atitude voluntária que prejudica o próprio indivíduo esse tipo de comportamento, segundo o pastor, manifesta, ainda, uma falta de inteligência por parte de quem o adota. Essa conclusão seria respaldada pela pesquisa relatada no início da mensagem, que representa um argumento de autoridade importante para fundamentar a tese defendida.

O segundo tipo de comportamento, que preza pela manutenção da virgindade e pela monogamia, é aquele que corresponderia à vontade de Deus. Esse tipo de comportamento define a “mulher pura”.

Na orientação dada, é visível a proposição de um “modelo”, compreendido por Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) como um comportamento particular usado para estimular uma determinada conduta por parte do ouvinte. Nesse caso, o comportamento do próprio pastor é tomado como padrão para o jovem cristão:

(1) Faça igual eu fiz, faça igual a minha esposa, o primeiro e o único sexo que eu fiz na minha vida foi com a minha esposa. E ela também comigo. Nem ela antes de se converter, nem eu antes de me converter tive coragem de fazer essa loucura.

Adotando a terminologia de Perelman, o falante se aproxima de um “Ser perfeito” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 423), do qual se destacam alguns aspectos que devem ser imitados pelos outros. No discurso religioso, esse modelo proposto evidencia a assimetria entre a instância de produção do discurso (que se aproxima de uma posição de santidade) e a instância de recepção do discurso (que se encontra no plano terreno, da humanidade, do pecado).

Em termos das estratégias argumentativas adotadas, o enunciador também emprega o procedimento da chamada “descrição narrativa”, nos termos de Charaudeau (2008). Para esse autor, esse procedimento ocorre quando o locutor conta um fato, que produz um efeito de exemplificação, e que provoca um raciocínio por analogia. Na mensagem analisada, são descritos dois episódios: o de um rapaz que, antes do casamento, levava uma vida “promíscua” e, tendo mais tarde se casado, na igreja, com uma mulher “pura”, apresentava dificuldade de se adaptar à vida de casado. O locutor cita também o encontro que teve com uma moça que tratava o sexo como um assunto banal: o que representaria uma desvalorização da questão. Isso fica claro na seguinte conclusão do pastor a partir do relato da jovem:

(2) Então ela colocou o assunto do sexo com o namorado como se fosse o assunto do calor, o assunto do atlético, do cruzeiro, do flamengo, do corinthians e eu me assustei com isso.

Tanto a situação de desconforto vivida pelo rapaz que, ao deixar uma vida “promíscua”, não conseguia se adaptar a um casamento “normal”, quanto a da jovem que aborda o sexo como um assunto banal, funcionam como evidências para confirmar a tese defendida pelo pastor a favor da virgindade, uma vez que da prática sexual banalizada decorreria uma insatisfação do indivíduo ou um esvaziamento do valor do sexo para o crente.

Adota-se, ao longo da mensagem, o domínio de avaliação do ético, que classifica nossas ações em termos de bem e mal, a partir de comportamentos definidos ao indivíduo por uma moral externa (no caso a moral cristã). Confirmam essa prática avaliações como:

(3) ... nem eu antes de me converter tive coragem de fazer essa loucura.”

Também a qualificação da prática do sexo fora do casamento como “loucura” ou “pecado” reflete a ética cristã sobre o tema. Como bem assinala Foucault (1984), o cristianismo associa o ato sexual, ao mal, ao pecado, à morte. Em contrapartida, atribui um alto valor moral à abstinência rigorosa, à castidade permanente e à virgindade. Esse autor destaca, ainda, que na perspectiva cristã o parceiro legítimo só existe dentro do casamento monogâmico e o sexo teria a finalidade exclusivamente procriadora. Em consonância com essa perspectiva, o pastor afirma:

(4) Na verdade a gente sabe que o pecado é o maior autobullying que uma pessoa pode fazer. Quando você peca, você tá bulinando você mesmo. É a autozoação. É você se colocar... numa situação de zombaria e de desprezo por você mesmo. Então quando um jovem, um adolescente perde a sua virgindade, E ele tá ali fora do casamento e ele tá fazendo tudo fora dos propósitos de Deus.

Utiliza-se também o raciocínio de causa e consequência, sugerindo-se que uma atitude que não condiz com os desígnios de Deus, pode acarretar graves consequências:

(5) (...) eu vou me entregar para uma pessoa aqui que não é minha companheira, não é meu companheiro, não é meu marido, minha esposa, e aí o que vai ser da minha vida amanhã.

A seguir analisaremos as estratégias enunciativas nos planos verbal e visual adotadas na mensagem de doutrinação em foco, e avaliaremos a forma como elas corroboram as teses resumidas acima.

Esquema Enunciativo da Mensagem do Pastor Lucinho no Programa “Nunca é Tarde”

As mensagens do Pastor Lucinho, veiculadas no programa “Nunca é Tarde”, são transmitidas pela TV Super e publicadas em um canal da internet. Assim, são produções religiosas no âmbito midiático.

A comunicação midiática se baseia num contrato de comunicação específico. Em outros termos, as atividades discursivas que compõem o contrato midiático caracterizam-se por finalidades particulares, identidades e papéis dos sujeitos envolvidos e formas específicas dos esquemas situacionais de cada mídia.

Com relação às identidades dos sujeitos envolvidos, pode-se dizer que toda produção midiática é produzida por uma equipe e se direciona para uma coletividade. A princípio, esse tipo de comunicação é monologal, pois, além de o destinatário não estar presente no lugar e no momento da produção da mensagem, não há possibilidade de reversibilidade com os leitores, ouvintes ou telespectadores. Lochard e Boyer (1998) mencionam, no entanto, a tentativa por parte da instância de produção desse tipo de discurso, de estabelecer um “pseudodiálogo” com a instância de recepção. É o que eles chamam de “dialogismo midiático”. Todas essas características marcam a mensagem analisada.

Toda produção midiática envolve um complexo processo enunciativo, tanto na instância de produção quanto na instância de recepção. A partir de Charaudeau (2008), podemos descrever o ato de linguagem subjacente à mensagem no programa “Nunca é Tarde”. No circuito externo da comunicação, temos o Eu-comunicante (Eu-c), que é composto dos elementos da instância midiática (o canal de TV com os componentes técnicos envolvidos em qualquer produção midiática- a direção, a produção, por exemplo) e da instância religiosa,

isto é, a Igreja Batista da Lagoinha, aqui representada pelo pastor. No circuito interno, temos um enunciador que se configura como um mensageiro-aconselhador, que se dirige a um espectador “jovem evangélico” (Tu-d), e que o interpela diretamente. Temos, ainda, na instância de recepção, como interpretante, todo e qualquer telespectador que se detenha diante da TV ou da tela do computador, para assistir o programa.

Na articulação entre os circuitos externo e interno nota-se que ocorre uma situação de assimetria típica do discurso religioso. Isso se deve não só ao fato de se tratar de uma comunicação midiática, mas também por haver uma desigualdade na relação entre os planos espiritual (representado pelo locutor-apresentador) e terreno (representado pelos ouvintes-telespectadores). Segundo Orlandi (1987), esses dois planos são afetados por um valor hierárquico, uma vez que o falante é um representante de Deus, que é imortal, eterno, onipotente, onipresente, onisciente, enquanto os ouvintes são mortais e passageiros. Sendo assim, há uma evidente assimetria entre as instâncias de produção e de recepção do discurso, derivada da autoridade atribuída à figura do pastor. Contudo, observam-se estratégias para simular uma familiaridade que camufle essa assimetria na relação entre os parceiros, em função de uma autoridade do locutor em relação ao público. Dentre essas estratégias de aproximação, citamos expressões tais como “Oh, Zé do QI baixo”, que o pastor utiliza para se dirigir ao espectador, que, num tom de brincadeira, sugerem intimidade entre as partes.

Estratégias no plano da composição visual

Soulages (1999) acredita que o conjunto das mensagens audiovisuais necessita de instrumentos de análise que esclareçam as formas de estruturação que nelas se elaboram. Para esse autor, existem no interior do sistema icônico tipos de estruturação ou de procedimentos que podem operar como instruções de sentido. Assim, os componentes das mensagens televisivas se comportariam como signos, capazes de veicularem valores denotados e conotados. Descreveremos, em linhas gerais, alguns aspectos referentes ao cenário e às opções de enquadramento que compõem o estrato visual do quadro Mensagens do programa “Nunca é Tarde”, tentando identificar alguns desses valores.

“Nunca é Tarde” destina-se ao público jovem, o que fica bastante evidente pelos elementos do cenário que remetem ao universo jovem.



Fig. 3- Nunca é Tarde: cenário⁷

Na composição visual do programa, a imagem do pastor, sua roupa e corte de cabelo dão a ele um aspecto de jovialidade, promovendo a construção de uma imagem do locutor compatível com o público-alvo do programa. Isso nos remete ao trabalho de Maingueneau (2011), que adota uma concepção “encarnada” do *ethos*. Para esse autor, o *ethos*, isto é, a imagem criada pelo falante a partir do seu discurso, engloba tanto a dimensão verbal, quanto a dimensão visual, como um “conjunto de determinações físicas e psíquicas ligados ao chamado ‘fiador’ pelas representações coletivas estereotípicas” (MAINGUENEAU, 2011, p. 19).

A noção de fiador para Maingueneau corresponde a uma caracterização do corpo do enunciador (uma “corporalidade”) construída a partir de certos índices materializados na enunciação. A corporalidade está associada a uma compleição física e a uma maneira de vestir-se. Mais além, o *ethos* implica uma maneira de se mover no espaço social e uma disciplina tácita do corpo apreendida através de um comportamento. (MAINGUENEAU, 2011, p. 18). Sendo assim, a “corporalidade” associada ao pastor Lucinho de pessoa jovem harmoniza com o seu modo de falar, o que favorece a identificação com o público jovem, alvo do seu ministério e do seu programa. Porém, se choca fortemente com os princípios por ele defendidos, que são bastante conservadores.

⁷ Imagem capturada a partir de <http://redesuper.com.br/nuncaetarde/2015/07/15/quer-perder-a-vidgindade/>

Com relação aos signos relacionados à composição cinematográfica, observamos alguns aspectos ligados às opções de enquadramento, as quais manifestam, como veremos, grande regularidade.

Nos momentos iniciais da mensagem, utiliza-se o plano americano, em que o personagem é representado do joelho para cima, o que permite a visualização do cenário. Esse recurso permite visualizar um espaço colorido e despojado, no qual predominam formas geométricas, o que dá ao ambiente um clima alegre, jovem, que difere bastante do espaço sóbrio dos templos. A utilização desse plano tem a função de inserir o espectador no espaço, acolhendo-o. Assim que Lucinho inicia a sua mensagem, adota-se a focalização do apresentador em plano médio, que sugere certa sobriedade e lembra os enquadramentos predominantes nos telejornais. Desloca-se, então, o foco do cenário para o locutor, o que direciona a atenção do espectador para a mensagem.



Fig. 4- “Nunca é Tarde”: plano médio⁸

Veremos, a seguir, alguns aspectos relacionados à enunciação visual na mensagem analisada.

⁸ Imagem capturada a partir de <http://redesuper.com.br/nuncaetarde/2015/07/15/quer-perder-a-vidgindade/>

A enunciação visual: direcionamento direto

Para Soulages (1999), a comunicação midiática é um processo ritualizado e contratualizado, que depende daquilo que ele denomina *dispositivo enunciativo de mediação*, mecanismo que comanda o posicionamento não só do enunciador, mas também do espectador, e diz e respeito tanto à comunicação verbal quanto à comunicação visual.

Considerando a existência dessas duas formas de comunicação, parece-nos interessante a proposta de Lochard e Soulages (1993) pela qual a comunicação televisiva, em seus diferentes gêneros, é sempre a resultante de uma dupla enunciação: uma enunciação verbal e uma enunciação visual, envolvendo os diferentes atores midiáticos que obedecem às restrições de cada gênero.

Tratando da enunciação visual, verificamos que predomina, no quadro do programa analisado, aquilo que Soulages (1999) denomina “dispositivo enunciativo de mostraçãõ”. Esse dispositivo se constrói a partir de um enunciador real que se afirma como pertencente ao mesmo universo que seu destinatário, interpelando-o. O destinatário é, conseqüentemente, constituído e construído como um sujeito individualizado. Estabelece-se o contato entre os interlocutores sobre uma aparente ausência de mediação entre a cena representada e o sujeito observante, privilegiando-se a transparência e o contato individualizado. Esse dispositivo tem como modo de direcionamento típico o “direcionamento direto”, processo que predomina, por exemplo, nos jornais televisivos. As estratégias discursivas empregadas nesse caso propõem uma articulação direta com o espaço externo e simulam uma espécie de diálogo entre o apresentador e o telespectador. A composição visual relaciona-se às escolhas no plano da enunciação verbal, como veremos a seguir.

A enunciação verbal

A mensagem analisada tem como objetivo discutir a questão da virgindade, procurando convencer o espectador sobre a necessidade de se preservar a castidade até o casamento. Embora apresente o rótulo de “mensagem”, o conteúdo da fala nos permite dizer que essa se aproxima mais, como vimos acima, do gênero aconselhamento ou orientação espiritual.

No aconselhamento, o apresentador se dirige ao telespectador sem se identificar, colocando-se como alguém que já é conhecido do público-espectador. Em seguida, dirige-se ao público como alguém responsável por reportar uma informação a propósito de uma pesquisa realizada na Universidade da Pensilvânia. Nos momentos iniciais, adota-se um comportamento delocutivo, com asserções aparentemente desvinculadas da opinião pessoal do locutor. Esse procedimento serve para dar respaldo à tese que se defende. A partir daí, o enunciador assume uma postura alocutiva, direcionando-se ao espectador e interpelando-o:

(6) “Faça igual eu fiz, faça igual a minha esposa, o primeiro e o único sexo que eu fiz na minha vida foi com a minha esposa. E ela também comigo.”

Para sugerir uma aproximação com o jovem, público-alvo das mensagens, o enunciador opera escolhas em termos da seleção lexical. Chama a atenção o uso de expressões e vocabulário coloquiais, que aproximam o texto de uma linguagem jovem (“o pessoal lá da Pensilvânia”, “autozoação”; “pegando mulher”). Além disso, para corroborar a organização argumentativa do discurso, o locutor contrapõe uma série de palavras pertencentes ao campo semântico do pecado a palavras associadas à ideia de santidade. O pastor utiliza, predominantemente, dois tipos de construções para atingir sua finalidade: construções com frases no modo imperativo, onde deixa claro seu propósito: “Faça igual eu fiz, faça igual a minha esposa”; “Oh, Zé do QI baixo aí, vamo parar, vamo abrir os olhos, e vamo viver uma vida que agrada ao Senhor” e construções afirmativas, com predomínio da modalidade delocutiva, onde afirmações são apresentadas como verdades incontestáveis: “a gente sabe que o pecado é o maior *autobullying* que uma pessoa pode fazer.”

Os dados destacados acima exemplificam uma construção, tanto no plano visual quanto no plano verbal, que está a serviço das finalidades centrais do aconselhamento: a informação e a incitação, consolidando a organização argumentativa do discurso.

Considerações finais

O discurso religioso recorre, de modo crescente, aos meios de comunicação como mecanismos de difusão dos princípios defendidos pela Igreja. O uso da TV e da internet representam uma ampliação do espaço de atuação dos representantes das Igrejas, que se aproximam cada vez mais do fiel, penetrando nos seus lares. Constatamos, a partir das

reflexões aqui apresentadas, um exemplo do surgimento de práticas que diferem das tradicionalmente adotadas, e que têm se adaptado aos protocolos da TV e da internet. A mensagem analisada se presta ao exercício do poder pastoral, centrado numa autoridade inquestionável por parte do locutor, que, embora procure criar a imagem de um personagem jovem que se identifica com o público-alvo, defende de modo severo os princípios mais conservadores da moral cristã no que se refere ao comportamento sexual. Pode-se dizer que o locutor articula as organizações argumentativa e enunciativa, valendo-se dos recursos ligados às composições verbal, visual e fílmica, para construir uma imagem cuja finalidade é promover a captação do jovem para a promoção de valores defendidos pela fé cristã. O programa “Nunca é Tarde” exemplifica, portanto, o fenômeno de midiaticização do discurso religioso, colocando em prática um processo de ressignificação das práticas religiosas, a partir de uma organização argumentativa dialógica, que se fundamenta na relação com o público-alvo e com o texto bíblico, do qual se extraem os princípios morais da fé cristã.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1995.
- BÍBLIA. I Coríntios. In: *Bíblia Sagrada*: edição pastoral. Tradução de Ivo Storniolo, Euclides Martins Balancin e José Luiz Gonzaga do Prado. São Paulo: Paulus, 1990.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso*. Modos de organização. SP: Contexto, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lucia e MELLO, Renato (Orgs.). *Gêneros: reflexões em Análise do Discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004. p. 13-41.
- CHARAUDEAU, Patrick. Um modelo sociocomunicacional do discurso: entre situação de comunicação e estratégias de individualização. In: STAFUZZA, Grenissa e PAULA, Luciane de (Orgs.). *Da análise do discurso no Brasil à análise do discurso do Brasil*. Uberlândia: EDUFU, 2010. p.280-290.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade 2: O uso dos prazeres*. 8ª. ed., Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.
- FOUCAULT, Michel. *Ética, sexualidade e política*. Rio de Janeiro: Forense, 2004.
- GASPARETTO, Paulo Roque. *Midiaticização da religião*. Processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. SP: Paulinas, 2011.
- LOCHARD, Guy. e BOYER, Henri. *La communication médiatique*. Paris: du Seuil, 1998.
- LOCHARD, Guy. e SOULAGES, Jean-Claude. “La ritualisation visuelle de ‘Ciel mon mardi’ ». In : *L'étude d'un genre télévisuel: le “talk show”*. Rapport scientifique des équipes du CAD. Paris: Université de Paris XIII, fev. 1993.
- MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (org.). *Imagens de si no discurso*. A construção do ethos. SP: Contexto, 2005.

ORLANDI, Eni. *A linguagem e seu funcionamento* – as formas do discurso. 2ª. ed. São Paulo: Pontes, 1987.

PERELMAN, Chaim e OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado de argumentação*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SOULAGES, Jean-Claude. *Les mises en scènes visuelles de l'information*. Étude comparée France, Espagne, États-Unis. Paris: Nathan, 1999.

Artigo recebido em fevereiro de 2016.

Artigo aceito em maio de 2016.

ANEXO

Transcrição da Mensagem: “O pecado é uma zombaria contra si mesmo”

O comentário de hoje vem de uma universidade nos Estados Unidos que fez uma pesquisa muito interessante. A pesquisa é a seguinte: o pessoal lá da Universidade Estadual da Pensilvânia fez uma pesquisa com vários homens e mulheres e descobriram que aqueles que permanecem virgens até os 20 anos de idade têm um QI mais elevado do que as pessoas que perdem a virgindade antes desta idade. Imagine isso! Eles pegaram vários homens e mulheres e fizeram uma pesquisa e descobriram que as pessoas que têm, conseguem chegar até os 20 anos de idade virgem têm um QI mais elevado que aqueles que perdem a sua virgindade até essa idade. Na verdade a gente sabe que o pecado é o maior autobullying que uma pessoa pode fazer. Quando você peca, você tá bulinando você mesmo. É a autozoação. É você se colocar... numa situação de zombaria e de desprezo por você mesmo. Então quando um jovem, um adolescente perde a sua virgindade, E ele tá ali fora do casamento e ele tá fazendo tudo fora dos propósitos de Deus, a gente sabe que tá faltando é mesmo cérebro pra pessoa. É uma questão espiritual? É. Mas é uma questão de QI também. É uma questão de .. simplesmente é uma questão de simplesmente pensar e fazer cálculo. É uma questão de falar: gente, eu vou me entregar para uma pessoa aqui que não é minha companheira, não é meu companheiro, não é meu marido, minha esposa, e aí o que vai ser da minha vida amanhã ... Eu me lembro que eu já atendi uma pessoa que me dizia assim: ... eu tive uma vida muito promíscua, ... muita gente e agora eu ... me casando, eu já estou casado há algum tempo e hoje eu fico comparando minhas antigas parceiras com a minha atual. Só que o homem muitas vezes, quando ele quer uma mulher, o homem que apronta, que fica lá fora pegando mulher, às vezes na hora de arrumar uma mulher ele vai pra igreja. Né? E ele pega uma mulher pura, tranquila, limpa, abençoada, e ele quer que ela faça as coisas que a outra fazia. Isso não vai acontecer. Então ele tava arrependido, dizendo: Gente, pra que que eu fui ter uma vida promíscua? Eu agora tô aqui tendo dificuldade de me adaptar a um casamento tranquilo porque eu vivi com prostitutas, uma vida muito louca, então eu e você somos chamados por Deus para usar esse órgão aqui que é o órgão mais importante que a gente tem o cérebro, é hora de pensar, não é, quer perder a virgindade? Faça igual eu fiz, faça igual a minha esposa, o primeiro e o único sexo que eu fiz na minha vida foi com a minha esposa. E ela também comigo. Nem ela antes de se converter, nem eu antes de me converter tive.... coragem de fazer essa loucura. Hoje um monte de gente faz isso. Não me esqueço da jovem que me procurou: e disse Lucinho, tá tudo bem? Tá calor... ah, o seu time perdeu. Fomos conversando vários

assuntos, de repente ela falou assim: ah, eu fiz sexo com meu namorado, ah eu tô pensando em mudar pros Estados Unidos. Falei, não, péra aí! Volta aí! Cê falou ... Como é que é? Então ela colocou o assunto do sexo com o namorado como se fosse o assunto do calor, o assunto do atlético, do cruzeiro, do flamengo, do corinthians e eu me assustei com isso. Hoje tá assim: a pessoa fazer sexo com a outra sem tá casado é ... não tem nem que... é normal pastor, é todo mundo, normal pra quem não tem cérebro. Mas na Universidade da Pensilvânia, provou que quem tá fazendo isso tem QI mais baixo. Oh, Zé do QI baixo aí, vamo parar, vamo abrir os olhos, e vamo viver uma vida que agrada ao Senhor, vamo ... cérebro. Quer sexo bom, quer sexo alegre, feliz, e com esposa, é com marido, aí a bênção de Deus está com certeza