



A GRAÇA NO/DO DISCURSO RELIGIOSO

Catiane Rocha Passos de Souza¹

1. Os efeitos de sentido da *graça* no discurso religioso cristão

A fé é o que salva o homem do pecado (*sola fide*), recebida 'só pela graça' (*sola gratia*), e alimentada 'só pela Bíblia' (*sola scriptura*), nessa tríade se constitui um dos princípios teológicos básicos do protestantismo em geral, e marca uma distinção entre o discurso clássico do catolicismo no que dispensa a necessidade da tradição para alimentar a fé e de uma autoridade para mediá-la na relação entre o sagrado e o humano. Dessa forma, o discurso protestante dissemina a obrigatoriedade da *palavra de Deus* para a salvação, bem como ressalta o estado da graça.

A divulgação da Bíblia, historicamente marcada, ganhou incentivos com o protestantismo, bem como no cristianismo em geral, inclusive notamos que atualmente há uma crescente política de manuseio das escrituras sagradas no meio católico, o que representa uma conformidade com o protestantismo em relação à necessidade da Bíblia como alimento da fé. Entretanto, o estado da graça, como o que media a salvação, ou seja, *sola gratia*, negaria alguns postulados católicos, como a intermediação pelos santos, difundida fundamentalmente no catolicismo. Logo, a graça é um argumento teológico que abunda nos discursos protestantes.

Fizemos esse breve comentário sobre a graça, no sentido de dom gratuito de Deus, para diferenciá-la de outro sentido que buscamos nos delimitar a seguir, cujos efeitos acreditamos que também convergem como instrumento de argumentação no discurso religioso protestante pentecostal da atualidade, mais especificamente. Referimo-nos aqui à graça enquanto pilhéria, dito espiritualoso, produto do humor.

2. O sujeito do discurso religioso

Definindo o nosso objeto – o discurso religioso – encontramos a caracterização como discurso autoritário, segundo Orlandi (2009), e como *aquele em que fala a voz de Deus* (1983), não esquecendo a definição reformulada posteriormente no livro *As formas do silêncio* (2007:28): “Assim, reformulando a definição que havia proposto, eu diria agora que no discurso religioso, em seu silêncio, “o homem faz falar a voz de Deus”.

A resignificação da definição do discurso religioso inclui o homem como sujeito, mesmo que não Sujeito, nessa configuração; ou seja, o homem como porta-voz de Deus representa-O.

¹ Licenciada em Letras Vernáculas, pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB); Especialista em Metodologia do Ensino Superior pela FACE (Faculdade de Ciências Educacionais); Especialista em Língua Portuguesa pela UESB; Mestranda em Linguística na FALE/UFAL, orientador: Dr. Helson Flávio da Silva Sobrinho e Docente de Língua Portuguesa do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia - IFBA/ Campus Salvador.



Lembramos que o sujeito, longe de se referir à presença física de organismo humano, designa o lugar determinado na estrutura de uma formação social, como esclarece Pêcheux (1997).

Nessa conjuntura, reconhecemos que o lugar, ocupado por esse sujeito *que faz falar a voz de Deus*, garante a este o direito de representar a voz de Deus, mas não o de estar no lugar de Deus. *E daí deriva a "ilusão" como condição necessária desse tipo de discurso: o como se fosse sem nunca ser* (ORLANDI, 2009:253).

Em se tratando do pentecostalismo², durante a pregação, os interlocutores dizem, e alguns até gritam, expressões como ato de concordância com o que está sendo proferido. Com essa conjectura, notamos que o locutor no DRP flexiona seu sermão considerando, além de outros aspectos, as condições imediatas da sua produção. Assim notamos que a constituição do DRP se dá no dualismo entre os lugares que ocupa o sujeito - como homem, no plano temporal, e como representante de Deus, no plano divino: (...) *o locutor autorizado a falar a voz de Deus, oscila, no nosso entendimento, entre os dois planos: ora ele pertence ao plano temporal, igualando-se aos homens, ora ele pertence ao plano divino, igualando-se a Deus.* (GRIGOLETTO, 2003:40)

3. O DR midiático na sociedade capitalista

Sabemos que como discurso inscrito numa sociedade capitalista e moderna, em que historicamente se auto-rotula católica, como a nossa, a expansão pentecostal, principalmente nos meios midiáticos, provoca uma reconfiguração na estrutura social. Reconhecendo a disputa de poder e o avanço significativo do movimento pentecostal no Brasil, reafirmamos o fato de que nenhum discurso é ingênuo, assim a aparente preocupação em apenas propagar *a palavra de Deus* pela televisão, apresenta-se numa dupla lógica, a econômica e a simbólica, própria das mídias:

(...) uma lógica econômica que faz com que todo organismo de informação aja como uma empresa, tendo por finalidade fabricar um produto que se define pelo lugar que ocupa no mercado de bens de consumo (...); e uma lógica simbólica que faz com que todo organismo de informação tenha por vocação participar da construção da opinião pública. (CHARAUDEAU, 2007:21)

A lógica econômica representa a ideologia capitalista bem característica no discurso midiático e, por conseguinte nos discursos que este engloba, na sociedade contemporânea é o consumo o seu maior símbolo. A mercadoria nessa lógica, não necessariamente precisa ser um objeto, produto tecnológico, mas qualquer coisa, um programa, a audiência, inclusive o próprio homem, que possibilite ao sujeito-Capital sempre lucrar.

No caso do DRP midiático, os bens de consumo são gerados por indústrias de música, literatura, e outros produtos, o que inclui o próprio Jesus, ou a salvação, nesse paradigma. Não é

² O movimento pentecostal moderno surgiu efetivamente a partir do século XVIII, nos EUA e na Inglaterra, como proposta de Grande Despertamento do protestantismo, se diferencia na forma mais dinâmica de realizar o culto com "manifestações do Espírito Santo", sendo a mais comum "o falar línguas estranhas pelos fiéis batizados pelo Espírito", fenômeno tratado por glossolalia, bem como outros tipos de manifestações.



difícil notar o quanto CDs, DVDs de cantores e de pregadores, livros, bíblias e artefatos diversos garantem lucros a empresas editoras, produtoras musicais e inúmeras outras.

Relacionada à lógica econômica, a lógica simbólica do DR midiático produz os sujeitos ícones que, principalmente por representarem uma imagem de *status* no meio religioso, ascende também na estrutura social do capitalismo, logo são mercadorias a serviço do capital: *todas as dimensões da individualidade estão submetidas à lógica da mercadoria, fazendo com que desde a forma material, em que a estrutura psíquica se manifesta, o corpo do indivíduo, e suas ideias e práticas, inclusive a discursiva, estejam a ela subsumidas.* (FLORÊNCIO *et al*, 2009:56).

4. A graça pode muito em seus efeitos

Para essa breve análise, tomamos como fonte de observação o programa Vitória em Cristo, do Pastor Silas Malafaia, vinculado à Igreja Assembleia de Deus, exibido diariamente pela Rede Bandeirantes, do qual selecionamos uma sequência discursiva, conforme o nosso foco de interesse: analisar os efeitos de sentido do humor, ou seja, do *fazer graça* no DRP midiático.

Apesar de ainda se ouvir discursos de conservadorismo e obviamente de reprovação ao tipo de linguagem usada nos DRP (discursos religiosos pentecostais), principalmente na mídia, concordamos que há um número bem maior dos que apreciam a retórica menos formal, o que garante a audiência, logo, o consumo. Dessa forma, com relação ao DRP, veiculado na mídia televisiva, os efeitos de sentido, constituídos pelo/no humor, asseguram o fortalecimento/manutenção de ideologia.

Importante ressaltar que o DRP, que se vale da televisão como forma de evangelismo, tende a atualização de sua materialidade, apesar de conservar em sua memória discursiva os mesmos postulados do pentecostal tradicional. Assim reconhecemos que a *graça* se constitui como recurso argumentativo, mas que o discurso continua sendo autoritário, é o que representa a oscilação entre os planos temporal e divino, logo, entre a linguagem humana e a significação divina.

A sequência selecionada é parte do sermão, exibido dia 08 de dezembro de 2010, sendo seu locutor o pastor Silas Malafaia. O sermão, cujo tema: *Como vencer as tempestades*, foi inspirado nas narrativas bíblicas nos evangelhos de Marcos 4:35 em diante, e Mateus capítulo 14. Observemos a sequência:

SD: “Tem até um caso de Parati, Parati, Parati Mirim, sei lá o nome do lugar / pra chegar lá tem que chegar em Parati, pega um barco e anda duas horas cochiando pra chegar no lugar / pó pó pó pó pó pó / tipo de uma canoa com motor. Aí Oséias, foi lá pra passear, eh! / hoje ele é crente e tal, mas naquela época ele tava afastado e tal / na brincadeira. E ele disse que o cara do barco / mamado! [risadas do público] / mamadão! Tava mamado e afastado da igreja também, os dois! [risadas do público]. Aí entraram no barco, e duas horas de barco até o local / aí o barco, isso aí, pó pó pó pó pó pó / meia hora, 40 minutos, 50 minutos, o vento mudou, entrou um sudoeste / quem é do mar sabe



quando muda pra sudoeste o que é que vem. Entrou um sudoeste, o nevoeiro baixou que ele não via / nem o cara da ponta da polpa enxergava ele, nem ele o camarada. Estava passando um monte de pedras na entrecosta, na costa / ah! Oséias disse: O bêbado ficou são na hora! [risadas do público] / O cara sabia que o negócio tava pesado / e aí o Oséias / Ah! Se ele tivesse aqui eu mandava esse sem vergonha ficar em pé pra gente rir aqui. E aí o Oséias / ele conta isso / meu amigo! / afastado da igreja, fumando, na mulecagem, começou a cantar hino da harpa! He he he he he! [risadas do público] / [o locutor cantarola] ‘Solta o cabo da nau, toma o remo na mão!’ [risadas do público] / ‘tempestade, pastor, sabe! / Eu não quero nada com Deus! Não preciso de Deus! / Meu Deus é esse aqui ó / meu Deus é esse aqui ó [o locutor bate a mão no bolso da calça] / grana ok! Ok! / Que nada! Que nada! Eu não tenho problema! / Ah, você é! / Não porque eu sou! O meu nível! A minha espiritualidade!’ Sopra um ventinho na vidinha dele [o locutor reproduz som de vento soprando]. Senhor, me ouve! Senhor! Eu não sou nada / se tirar sua mão sobre mim, eu naufrago, eu pereço. Ah!! A tempestade vem pra reconhecermos que somos limitados, pecadores e carentes da graça de Deus.”

É óbvio mencionar que a escolha do caso atende exatamente à temática e à funcionalidade do sermão, numa estrutura narrativa, típica das parábolas, na qual apresenta-se a situacionalidade seguida de uma ordem cronológica dos fatos até chegar ao clímax, em que culmina a ilustração: o momento em que o personagem Oséias, afastado da igreja, começa a cantar um hino da harpa cristã, hino, que aliás, também focaliza a metáfora da tempestade, “Solta o cabo da nau, toma o remo na mão!”.

O efeito engraçado nesse recorte se dá pela formação discursiva³ em “cantar um hino da harpa”, na qual os sentidos são acionados pela memória discursiva, ou seja, cantar hino da harpa⁴ cristã é uma ação dos rituais litúrgicos clássicos da igreja evangélica, representa tradicionalismo, é uma prática dos fiéis mais conservadores, considerados crentes mais fervorosos, mais convictos de sua fé.

Assim, a antítese, marca do discurso religioso, que se apóia no mecanismo da negação, aponta para uma marca característica dos textos humorísticos, a oposição, muito utilizada nas piadas, em que se opõem dois discursos caracterizados como positivo / negativo, para efeito surpresa. Em nosso recorte, a oposição se dá pelo confronto entre os estereótipos de desviado versus fiel, pecador versus salvo. Nessa conjectura, outra marca do humor se revela – o estereótipo – pois a formação discursiva em que significa a identidade do “crente” se constitui em oposição à identidade do “afastado”, como podemos perceber no recorte:

³ Constitui-se uma formação discursiva de um conjunto de dizeres que se entrecruzam e podem/devem ser enunciados num dado momento a partir de uma posição sujeito. Ela tem sua existência no interior de determinadas relações de classe e pode ser vista como *regionalizações do interdiscurso, configurações específicas dos discursos em suas relações*. (ORLANDI, 2002, p. 43).

⁴ Harpa: uma coletânea na qual estão publicadas músicas, hinos, cânticos clássicos próprios da liturgia tradicional da igreja evangélica Assembleia de Deus.



RD1: “hoje ele é crente e tal, mas naquela época ele tava afastado e tal / na brincadeira”

Não nos referimos aqui a noção de estereótipo como concepção negativa. É uma noção que precisa ser melhor discutida, pois como afirma Orlandi (2007:126) o estereótipo tem *papel imaginário análogo ao do pré-construído*, ou seja, é o efeito do já dito sobre a imagem do “afastado” que sustenta o dito no recorte em atenção.

Logo, o “afastado” é aquele sujeito que, em alguma época, fez parte da igreja, e por isso conhece a liturgia desta, entretanto sua imagem não se confunde com a identidade do “crente”. Por isso, o estereótipo, em determinadas condições, se concebe também como lugar de resistência do sujeito pela sua identidade:

Compreendendo pois a produção desse efeito, pela análise do discurso, podemos também compreender que, nessa relação imaginária, em certas condições, o estereótipo é o lugar em que o sujeito resiste, em que ele encontra um espaço para, paradoxalmente, trabalhar sua diferença e seus outros sentidos. É uma forma de proteger sua identidade no senso comum, pois o estereótipo cria condições para que o sujeito não apareça, diluindo-se na universalidade indistinta. (ORLANDI, 2007: 126)

O estereótipo de “crente”, no recorte, é sustentado pelo silenciamento dos significados, simbolizado no uso da expressão “e tal”, como também na exploração do sentido contrário, quando trata da condição do “afastado” e usa para isso a irônica expressão “na brincadeira”.

A ironia, enquanto recurso linguístico, é muito utilizada nos discursos humorísticos, é um jogo entre o dito e o que se faz dizer, em nossa observação, o dito “na brincadeira” produz efeitos de sentido, na memória discursiva, simbolicamente pela imagem que se tem, na igreja, dos sujeitos que se afastam dela, ou seja, o que se faz dizer em “na brincadeira” é “em pecado”.

É importante ressaltar o quão necessário é o silenciamento para o efeito de significação na ironia, assim a opacidade é fundamentalmente constitutiva desta: *Para haver ironia há necessariamente a opacificação do discurso, ou seja, um enunciador produz um enunciado de tal forma a chamar a atenção não apenas para o que está dito, mas para a maneira de dizer e para as contradições existentes entre as duas dimensões.* (BRAIT, 2008: 140).

Dessa forma, a dissimulação do discurso sobre como a igreja concebe a condição do “afastado”, vida de pecado, negação de Deus, é ideologicamente configurada pela oscilação do sujeito do discurso *que faz falar a voz de Deus*, entre o plano temporal e o plano divino. A materialidade linguística se modifica, considerando a historicidade, mas o discurso continua autoritário, quer dizer, modifica-se o modo de evangelizar, no entanto os dizeres são os mesmos.

A modificação na prática evangelizadora suaviza um discurso considerado ríspido, agressivo, portanto não transparente enquanto autoritário; logo, mais atraente, divertido, “leve”, alcançando um numeroso grupo que se identifica com “o novo estilo”.



A oscilação entre o plano temporal e o plano divino anunciada no *fazer graça* do DRP revela o funcionamento da ideologia que tem base nas relações econômicas. Se produz na lógica da marcadoria, pela qual o arrebanhamento de fiéis, desde a Reforma, é relacionado à questão do lucro e do poder que este possui na sociedade capitalista.

Embora possamos relacionar, pela materialidade histórica constitutiva, o DRP à ideologia capitalista, ressaltamos que essa relação, nas práticas discursivas das igrejas, se configura pela obscuridade. A religião sempre nega o interesse pelo capital, afirmando que sua única missão é a salvação das almas perdidas, ou seja, o interesse capitalista significa na mesma esfera semântica do pecado, é preciso negá-lo para alcançar a salvação. É o que podemos exemplificar no recorte, em que o locutor recorre à simulação de um discurso do sujeito “afastado”:

RD2: ‘tempestade, pastor, sabe! / Eu não quero nada com Deus! Não preciso de Deus! / Meu Deus é esse aqui ó / meu Deus é esse aqui ó [o locutor bate a mão no bolso da calça] / grana ok! Ok! / Que nada! Que nada! Eu não tenho problema! / Ah, você é! / Não porque eu sou! O meu nível! A minha espiritualidade!’

Nesse recorte fica evidente o discurso sobre o sujeito do capital como aquele que se considera emancipado de Deus, ou seja, é preciso negar o capital, que é o pecado – a negação de Deus, para ter Deus em sua vida. O funcionamento da negação se realiza pelo *sim* pressuposto no ouvinte, esse mecanismo é uma marca do DR denominada, por Orlandi (2009: 257), de *denegação*: *Então, a retórica do discurso religioso é a que se pode denominar retórica da denegação, ou seja, a negação da negação (...). Assim, o discurso religioso, para afirmar o que é positivo, deve negar o negativo, ou seja, deve negar o sim pressuposto, do homem, ao pecado (que é negação).*

Por conseguinte, é sensato pensar que a retórica da denegação se instaura no DR pelo plano temporal, é o sujeito porta-voz de Deus que nega o capital, a negação de Deus, ao afirmar sua dependência de Deus, como observamos no seguinte recorte:

RD3: Sopra um ventinho na vidinha dele [o locutor reproduz som de vento soprando]. Senhor, me ouve! Senhor! Eu não sou nada / se tirar sua mão sobre mim, eu naufrago, eu pereço. Ah!! A tempestade vem pra reconhecermos que somos limitados, pecadores e carentes da graça de Deus.”

Enfim, apesar da atualização na forma de dizer o DRP, na mídia, reconhecemos que o discurso conserva as mesmas propriedades que o diferenciam em sua totalidade do discurso humorístico, mesmo utilizando marcas deste em seu processo de argumentação. Resumindo: *faz-se graça* para produzir o efeito de sentido que o homem é dependente, e sempre será, da graça divina.

REFERÊNCIAS



BRAIT, Beth. *Ironia em perspectiva polifônica*. 2ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. Tradução Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2007.

GRIGOLETTO, Evandra. *Sob o rótulo do novo, a presença do velho: análise do funcionamento da repetição e das relações divino/temporal no discurso da Renovação Carismática Católica*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

FLORÊNCIO, Ana M. Gama *et al.* *Análise do Discurso: fundamentos & prática*. Maceió: EDUFAL, 2009.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. 5ª ed. Campinas: Pontes, 2009.

_____. *As formas do silêncio: No movimento dos sentidos*. 6ª ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2007.

_____. *Análise de Discurso – Princípios e procedimentos*. 4ª ed. Campinas, SP: Editora Pontes, 2002.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). Trad.E.P.Orlandi. In: GADET, F. & HAK, T. (orgs.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1997.