



Belas do reino: a força das pastoras por uma necessidade mercadológica

Beautifuls of the kingdom: the strength of the shepherdesses to a marketing necessity

Las bellezas del reino: la fuerza de las pastoras por una necesidad de marketing

Marcos Camilo de Santana – Universidade Paulista | São Paulo| SP | Brasil | E-mail: causacao@hotmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-9109-6735>

Helder Bless Kanashiro – Faculdade Claretiano | São Paulo| SP | Brasil | E-mail: causacao@hotmail.com

Resumo: Este artigo tem como objetivo contribuir para a compreensão da reprodução da masculinidade e do patriarcado no ministério das pastoras do cenário pentecostal e neopentecostal, com suas influências digitais num pseudo-empoderamento como reflexo de uma proposta de mercado religioso. Para tanto, apresentamos aspectos do movimento pentecostal e neopentecostal e destacamos a relevância das mulheres no Movimento Neopentecostal do Brasil.

Palavras-chave: Comunicação. Mercado religioso. Pastoras.

Abstract: This article aims to contribute to the understanding of the reproduction of masculinity and patriarchy in the ministries of shepherdess in the pentecostal and neopentecostal scenario, with their digital influences in a pseudo empowerment as a reflection of a proposal for a religious market. Therefore, we present aspects of the pentecostal and neopentecostal movement and highlight the relevance of women in the Neopentecostal Movement in Brazil.

Key words: Communication. Religious market. Shepherdess.

Resumen: Este artículo tiene como objetivo contribuir a la comprensión de la reproducción de la masculinidad y el patriarcado en los ministerios de pastoras en el escenario pentecostal y neo, con sus influencias digitales en un pseudo empoderamiento como reflejo de una propuesta de mercado religioso. Por lo tanto, presentamos aspectos del movimiento pentecostal y neopentecostal y destacamos la relevancia de la mujer en el movimiento neopentecostal en Brasil.

Palabras clave: Comunicación. Mercado religioso. Pastoras.

Recebido em 22 de março de 2021. Aprovado em 30 de julho de 2021.

e-issn: 2177-5788. DOI: <https://doi.org/10.22484/2177-5788.2021v47n1p57-78>

Copyright @ 2021. Conteúdo de acesso aberto, distribuído sob os termos da Licença Internacional da Creative Commons –CC BY-NC-SA –Atribuição Não Comercial –Permite distribuição e reprodução, desde que atribuam os devidos créditos à publicação, ao(s) autor(es) e que licenciem as novas criações sob termos idênticos.



Introdução

Quando observamos empiricamente o Movimento Neopentecostal do Brasil, constatamos que há muitas faces espiritualistas e que avançam com velocidade, alçados pelos meios de comunicação e, pela educação, por meio de alunos e profissionais oriundos destas denominações religiosas. Há lideranças femininas se intensificam tanto na pregação quanto no mercado musical. Compreendemos que as narrativas midiáticas podem influenciar na construção da identidade dos indivíduos e, ao mesmo tempo, são um reflexo das normas de gênero estabelecidas pela sociedade. Com mais de 110 milhões de mulheres como frequentadoras dos templos religiosos brasileiros, o imaginário precisa ser posto em ação. O imaginário é estudado, conforme Contrera (2017, p. 61), “sob sua fundação mitológica, suas matrizes culturais, seus desdobramentos nas artes [...], mas as questões relativas ao imaginário necessitam de constante atenção e atualização”.

Considera-se masculinidade um conjunto de comportamentos e valores associados a meninos e homens (ancestralidade) que são construídos e reforçados por instituições sociais (decolonialidade). A experiência de masculinidade é variável para cada pessoa, ao longo da vida, mas há crenças enraizadas no imaginário social sobre o ‘ser homem’ que moldam expectativas grupais, formatam narrativas e plasmam comportamentos que induzem um modelo de masculinidade machista, patriarcal e violento, pressuposto a ser analisado neste artigo.

Há a hipótese de que, nas narrativas espiritualistas cristãs, predominam modelos masculinos que são patriarcais, pois tratam de ideias sobre ancestralidade, heteronormativos, poderosos e bem-sucedidos, uma vez que combatem a decolonialidade, utilizando-se da violência para solução de problemas, e possuem corpos dentro do padrão normativo da sociedade midiática de consumo, são superiores às mulheres, buscam dominar outros homens e modelam ministérios femininos. Isso somado ao *mimetis* o teológico, à reatualização mercadológica e, principalmente, ao empoderamento das mulheres na liderança espiritual com sua militância



religiosa, possivelmente, sejam eventos profícuos para uma pesquisa ampliada e inovadora. Daí, pensou-se em examinar e transformar elementos observáveis das ações do empoderamento das mulheres que influenciam na criação de novas igrejas com possíveis práticas espiritualistas peculiares e a masculinidade hegemônica. Busca-se verificar, ao longo deste artigo, se a hipótese dos desdobramentos que acontecem no processo dessas influências educacionais e de mercado, oriundos do empoderamento das mulheres, são projeções masculinizadas das pastoras líderes, o que domina de fato o imaginário e a linguagem periférico-religiosa. A proposta é, então, examinar, analisar, prospectar o ministério de pastoras via pregações e ministrações nas redes digitais, com determinadas ferramentas metodológicas: da teologia, por causa do uso do texto literário sagrado (ancestralidade); da filosofia, para compreensão dos métodos utilizados; do mercado, e, também, na educação e processos midiáticos e de comunicação, pois o alcance parece eficaz.

Em suma, a centralidade deste se mostra pelo fato de tentar compreender este movimento utilizando-se de cultos com o intuito de examiná-los observando, empiricamente, o empoderamento das mulheres na América Latina e seus vestígios no Movimento Neopentecostal do Brasil; e, em seguida, traçando uma hermenêutica para uma possível leitura do empoderamento feminino utilizando a hermenêutica feminista de Elisabeth Schüssler Fiorenza.

Com um olhar revolucionário e inovador, Fiorenza (1988) tenta resolver as aporias que surgem para uma hermenêutica espiritualista feminista em que busque elucidar as dificuldades que podem interpretar textos que apresentam as mulheres como heroínas isoladas, textos contrários às mulheres ou os entendimentos ambíguos de textos literários sagrados (em que se observa ancestralidade) relativos à mulher. Por isso, um novo paradigma de interpretação é desenhado, por ela, a partir da análise do modelo dogmático e do diálogo pluralista, chegando ao modelo feminista (e, considerar, em alguma medida, decolonialidade). No modelo dogmático, a leitura feminista se utiliza dos textos sagrados (pela



perspectiva literária) para justificar e apoiar os ensinamentos espiritualistas e se considera o princípio da inspiração verbal. Este modelo se usa para justificar posturas patriarcais (ancestralidade) como o lugar secundário da mulher na igreja. E ainda se diz que, conforme Jesus valorizou as mulheres, deve-se também valorizar e valoriza-se, como princípio fundamental humano e não religioso.

Pelo modelo do diálogo pluralista, que considera a história das formas e da redação, o texto sagrado é precipuamente um texto literário, ou seja, é visto como possuidor de camadas de textos que respondem a uma situação num contexto específico e concreto. Nele, não se sabe como enfrentar as contradições dentro da mesma Escritura. No entanto, várias feministas seguem este modelo de interpretação e utilizam como critério os textos da tradição profética (com uma visão que diverge de muitos aspectos da ancestralidade e defende as múltiplas ideias da decolonialidade); dito de outra forma, conforme Ruether e Ellis (1990), o cânon dentro cânon. O aspecto comum destes modelos de interpretação compreende o texto literário sagrado como arquétipo, arriscando a reduzir seu conteúdo e considerando como ponto de partida sempre ela mesma. Dito isto, Fiorenza (1988) propõe um modelo feminista de interpretação do texto literário compostos de quatro passos, a saber, a hermenêutica: da suspeita, da proclamação, da memória (ancestralidade) e da apropriação criativa (decolonialidade). Em síntese, a hermenêutica da suspeita deve levar em consideração que a linguagem sexista torna invisíveis as mulheres e as separa dos grupos as quais pertencem. Já, a hermenêutica da proclamação busca descobrir o significado espiritualista do texto e sua força para comunidade dos(as) crentes hoje, porém, deve-se buscar e usar textos que transcendem o patriarcado (ancestralidade). A hermenêutica da memória trata de construir, a partir de uma perspectiva crítica e feminista, a história textual soteriológica (conceito teológico de salvação) trabalha os textos literários, tantos os patriarcais ou contrários às mulheres, pois revelam muito sobre a situação delas no decorrer dos tempos. A hermenêutica da atualização criativa, que inclui decolonialidade, permite sentir parte da



história através da (re)criação, do rito, das lembranças, através das celebrações (supõe ancestralidade). Então, com estes passos, entra-se numa espiral de interpretação textual que não termina.

Neste artigo, subjaz três ideias principais pelas quais vão demandar toda a atenção no decorrer desta articulação e compreensão – mídia-masculinidade-pastoras neopentecostais. A partir daí, o primeiro passo é tentar descortinar relevâncias originárias do pensamento pentecostal mundial que mais influenciaram o Brasil em seu aspecto psicológico-religioso, ao longo dos últimos cento e trinta anos em alguma espécie de mídia e mercado. Um fato inovador que merece destaque é que certo influenciador originário, que hoje se reconhece seu alcance sobre os diversos movimentos neopentecostais/carismáticos modernos, pela sua própria produção e importância teóricas é o pastor-psicólogo norte americano Norman Vincent Peale (1898 – 1993). E, prova disto, dentre os diversos livros que escreveu com tiragens nas casas dos milhões, o que merecerá atenção é sua obra mais conhecida, “O poder do pensamento positivo”, de 1957, inclusive no Brasil.

E, para corroborar esta hipótese, ao observar o processo deste acontecimento, surgiram dois expoentes, dos quais se abordarão com mais acuidades, no cenário mundial que disseminaram e aperfeiçoaram as ideias mercadológicas de Peale. De forma mais direta, um pastor seu conterrâneo chamado Kenneth Erwin Hagin (mais conhecido como Kenneth Hagin – 1917-2003), com dezenas de livros publicados desde 1974, um dos mais conhecidos “O Nome de Jesus”, de 1993; e outro influenciado de forma mais remota pelo pastor sul-coreano de nome Paul Yonggi Cho (que mudaria mais tarde seu nome para David Yonggi Cho – 1936), também com muitas obras impressas, sendo “A Quarta Dimensão”, de 1979, a mais conhecida, cada um promovendo criativamente suas ideias a partir de Peale. Então, no Brasil, quem se encarregou de dar publicidade ao pensamento de Hagin, foi o Missionário Romildo Ribeiro Soares, que faz parte da Igreja Internacional da Graça de Deus.



Nesta confluência de obras que chegaram ao nosso idioma, outro fenômeno acontece: dois representantes de grupos evangélicos conseguiram alçar-se ao poder da mídia televisiva, até então inédito, a saber – o já citado R. R. Soares com a aquisição da Rede Internacional de Televisão (RIT – 1999) com quatro emissoras próprias e mais de cento e setenta retransmissoras podendo atingir mais de cento e vinte milhões de telespectadores; o outro é Edir Macedo Bezerra (mais conhecido por Edir Macedo – 1945), fundador da Igreja Universal do Poder de Deus (IURD – 1997) e que inicia a compra da Rede Record de Televisão a partir de 1989. Estes fatos mudam toda a comunicação que envolve a população cristã evangélica no país e fora dele.

Em seguida, por estas configurações teóricas e midiáticas inauguradas no Brasil, é necessário abordar algumas das características básicas da ampliação da toxidade masculina já existente, que aparece com mais força nestes líderes religiosos, e que foi reproduzida e mimetizada no meio especificamente feminino neopentecostal. Por isso, para se tentar escrutinar essa tendência, abordam-se três representantes de mulheres, e uma quarta virá posteriormente, que se empoderaram neste novo ambiente neopentecostal, oriundas e influenciadas pelas leituras e pensamentos já mencionados do mundo masculino.

A primeira expoente é a apóstola Valnice Milhomens Coelho; a segunda é a missionária Neuza Itioka; e, a terceira é a cantora e agora pastora Cassiane. O motivo da escolha destas três figuras femininas é tentar mostrar que assim se fecha um ciclo mimético do empoderamento, ou seja, as áreas consideradas mais vitais para a igreja, que até então eram dominadas pelos homens – a mídia, o ensino oficial e o louvor principal –, emblematicamente, agora, são assumidas pelas mulheres. No caso de um novo ensino proposto pelas pregadoras midiáticas, Valnice e Neuza, e pelo novo modo de comunicar o louvor com Cassiane, num espectro que pode ser considerado originário e que causou um grande impacto no mundo atual feminino e masculino neopentecostal no Brasil. Por último, devem-se relacionar essas três características neopentecostais anteriores numa



síntese simbólica do empoderamento feminino representada no ministério da Cassiane da Igreja Evangélica Assembleia de Deus, no bairro de Alphaville, em Barueri, na Zona Oeste da Grande São Paulo.

Por isso, também, pensa-se ampliar a temática dentro do mundo bíblico acadêmico, trabalhando qualitativamente as informações pesquisadas, dado a questão moderna das discussões que vêm mobilizando a atenção, em todo o planeta, do que se poderia denominar num grande movimento social-religioso: empoderamento feminino. Neste caminho, trata-se, adiante, do esboço de algumas das teorias fundamentais de diversas teólogas que militam e ousaram elaborar uma hermenêutica feminina, diante de Textos Sagrados Bíblicos eivados de ideias patriarcais.

Torna-se importante, o assunto, já que, no cenário nacional brasileiro (população estimada em 211,8 milhões de habitantes), a religiosidade, cujos evangélicos formam uma segunda maioria, é um dos aspectos fundamentais na formação do nosso povo. Conforme Somain (2012), essa afirmação se mostra quantitativamente segundo os dados estatísticos do Censo de 2010, da seguinte forma – 50% de católicos, 31% evangélicos, 10% afirmam não terem religião, 3% espíritistas e 2% de crenças em religiões de matriz africana como a umbanda e o candomblé. E, para os nossos fins, é digno de nota em que as igrejas neopentecostais – uma das ramificações dentro da doutrina protestante – possuem uma participação ainda maior das mulheres: elas são 69% do total dos fiéis; entre os católicos, as mulheres representam 51% dos fiéis, enquanto os homens são 49%. Assim, teríamos análises que não se excluíram, mas se completariam que são a comunicação entre “As Donas do Reino” e suas sinergias entre mídia-masculinidade-pastoras neopentecostais.

Compreendendo as três ondas pentecostais

A ideia de empoderamento feminino no movimento neopentecostal percorreu um caminho que se consubstanciaram nas chamadas três ondas. Elas estão, de forma geral, acampadas dentro de um uma área maior que foi denominada como Teologia da Prosperidade, não obstante tenham suas



próprias características. Então, seria adequado dizer que é uma linguagem religiosa que possui uma terminologia teológica técnica, que na América Latina começa a ganhar terreno a partir dos anos 1980 em diante. No Brasil, seus representantes históricos mais conhecidos são: a chamada primeira onda, de 1910-1940, com a Congregação Cristã no Brasil, fundada pelo italiano Luigi Francescon (1866-1964), que em 1940, tinha, no movimento, centenas de casas de oração; e, a Assembleia de Deus, que teve como fundadores os suecos Daniel Berg (1885-1963) e Gunnar Vingren (1879-1933) – Berg participou do avivamento de Los Angeles (1906).

A segunda onda, do período 1950-1960, com a divisão do pentecostalismo, e seus principais movimentos: a formação da Igreja do Evangelho Quadrangular fundada nos Estados Unidos, pela evangelista Aimee Semple McPherson (1890-1944), que enfatiza quatro aspectos do ministério de Cristo: aquele que salva, batiza com o Espírito Santo, cura e virá outra vez; o “Brasil para Cristo” fundado por Manoel de Mello, um evangelista da Assembleia de Deus que depois se tornou pastor da IEQ; e, ainda, a Igreja Deus é Amor, fundada por David Miranda (1936-2015), filho de um agricultor do Paraná, que, vindo para São Paulo, converteu-se numa pequena igreja pentecostal em 1962 (em 1979, foi adquirida a sede na Baixada do Glicério).

A terceira onda acontece nos anos 1970-1980, com a chegada do neopentecostalismo, cujos principais representantes, a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja Internacional da Graça de Deus. A primeira instituição foi fundada por Edir Macedo (nascido em 1944), filho de um comerciante fluminense. De origem católica, ingressou na Igreja de Nova Vida, na adolescência. Em 1977, se dedicou ao trabalho religioso e fundou a IURD e o primeiro programa de rádio. Em 1989, adquiriu a Rede Record de Televisão. A segunda, surgiu na mesma época, fundada pelo missionário R. R. Soares. E, mais recentemente, conforme Braga (2008), também ocupa espaços televisivos, a Igreja Mundial do Poder de Deus, capitaneada pelo autointitulado ‘apóstolo’ Valdomiro Santiago.



O cerne da ideia desta teologia, conforme Hagin (2000), está vinculado ao idealismo e otimismo filosófico americano do século XIX, ainda que sua origem formal se desenvolva, principalmente, na América do Norte nos anos cinquenta. Neste tempo, foram vitais os ensinamentos e liderança de W. Kenyon, popularizados imediatamente por Kenneth Hagin. De fato, Hagin foi um dos personagens mais respeitados no meio e um dos maiores propagadores na América da teologia da prosperidade. Os fundamentos desta teologia se relacionam com o episódio incomparável da explosão econômica depois da Segunda Guerra Mundial. Posteriormente, nos anos sessenta, as ideias do psicólogo Norman Vincent Peale, com seu livro "O poder do pensamento positivo", terá grande uso pelas personalidades desta teologia. Então, esse poder significa que o progresso material individual depende de uma ação mental positiva.

Dito isto, nos concentramos nos aspectos originários e desdobramentos da terceira onda. Mas, antes, deve-se dizer que, na teologia cristã, se destacaram figuras que determinaram os principais pensamentos teológicos oficiais: Agostinho, Aquino, Lutero, Calvino, Loyola, entre outros. Assim, não seria diferente com a teologia da qual se tem examinado, a teologia da prosperidade também possui, internacionalmente, pessoas com influência, no entanto, ela é diferente da notabilidade da teologia anterior. Não se pode negar a potência que têm ou tiveram alguns de seus líderes, como K. Hagin, K. Copeland, B. Hinn, J. Wimber, E. Paulk, P. Wagner, dentre outros. Desde Kenyon, que pertence à pré-história deste movimento nos anos de 1940 e Hagin, estes se fixaram como autoridades de pessoas robustas na teologia da prosperidade. E, digno de nota, no Brasil, o carisma, primeiro de Hagin e depois de B. Hinn.

Esta teologia tem uma tônica de um movimento religioso, em sua forma mais visível, composto, dominado e guiado por homens intrépidos, os novos profetas e apóstolos. Seus críticos, da ala evangélica, segundo Hunt (1995), consideram que sua autoridade é colocada como infalível, inclusive quando ameaçam a seus adversários, não mais inspirados pelo poder político, como o faziam Agostinho e os reformadores protestantes,



senão em suas prerrogativas espirituais. Então, o domínio dos homens obscurece as poucas mulheres que se destacam dentro da ideia da Teologia da Prosperidade.

A comunicação semiótica aristotélica e estoica

Para as finalidades deste artigo, entendeu-se que, não obstante, muito se tenha escrito sobre essa temática importante da Semiótica (origem da comunicação moderna), dois pensamentos gregos antigos seriam os adequados para descrever os fenômenos religiosos pentecostais na modernidade. Eles seriam Aristóteles e os estoicos, respectivamente, pela questão metafísica e materialista.

Na Antiguidade, o vocábulo “semiótico” era usado para designar a parte da medicina que se ocupava de interpretar os signos das enfermidades e que abarcava a *diagnosis* e a *prognosis*. Em geral, a teoria dos signos, ou semiótica, teve um grande desenvolvimento na época antiga, com os sofistas, Platão, Aristóteles, com os estoicos, epicureus e céticos, nas quais pode-se destacar análise semiótica e uma clara percepção da importância da semiótica no interior da filosofia. E, particularmente, tanto Aristóteles como os estoicos utilizaram os vocábulos – sinais e signos – de forma intercambiável. Desde então é possível definir a semiótica como a ciência geral dos signos.

Quando se diz que a semiótica aristotélica é adequada para se analisar uma parte dos fenômenos das comunicações religiosas neopentecostais, é pelo fato de que todas elas se baseiam na questão metafísica, ou seja, a verdade é comunicada de maneira evidente, transparente e, acima de tudo, universal (se bem que tal atividade seria efetiva com os filósofos). Em Aristóteles (2013), consta que “nome” é um som vocal que possui uma significação convencional, sem referir-se ao tempo – como o verbo – e sem que nenhuma de suas partes tenha significação quando se toma separadamente – a diferença do discurso. A concepção aristotélica do nome oferece aspectos lógicos e gramaticais, sendo difícil uma resolução completa entre eles. A definição do vocábulo mencionado se dava na lógica dentro da



doutrina dos termos. Por isso, o nome poderia ser considerado de três maneiras conforme o texto base:

Os sons emitidos pela voz são os símbolos dos estados de espírito, e as palavras escritas, os símbolos das palavras emitidas pela voz. Assim como todos os homens escrevem de maneira diferente, também as palavras pronunciadas não são as mesmas, embora os estados de espírito cujas expressões são signos imediatos sejam idênticos em todos os homens, como também são idênticas as coisas de que esses estados são a imagem. (ARISTÓTELES, 2013, 16a).

Nesta fundamental citação, o filósofo elabora dizendo que os símbolos se mostram por palavras, que por sua vez estariam relacionadas por três partes: os sons (voz significativa), os estados de espírito (ideia) e as coisas (unidade fundamental). Entre eles, existe um termo médio que intermedeia os outros dois e, portanto, não se conectam de forma direta. Por isso, estas conexões se realizam em dois andares. No primeiro andar, as coisas são idênticas a si mesmas, sempre e em toda a parte; os estados de espírito também são idênticos em todos os indivíduos, ou seja, há uma relação de semelhança entre significante (elemento perceptível) e significado (conceito) – um é o reflexo do outro. Mas, no segundo andar, os sons, pelo contrário, não são os mesmos nas diferentes etnias em sua relação com os estados de espírito e não há uma relação direta: um significa o outro, sem ser o seu reflexo.

Então, Aristóteles, de forma geral, compreende os signos como sendo naturais e de forma particular como convencionais. Fazendo um paralelo entre a comunicação aristotélica e pentecostal, aquilo que foi chamado de 'nome' tomou o significado transposto para todo o conceito teológico, como nominativo (substantivo, cujo sujeito é Deus, Cristo, Espírito Santo e as Escrituras).

Na primeira e segunda ondas de comunicação religiosa, tanto o movimento poderoso de oração, quanto da proclamação do evangelho pode ser entendido pelo paradigma semiótico de Aristóteles. Essa teoria comunicativa, num primeiro momento, explica a passagem, talvez a mais significativa e emblemática de todo movimento pentecostal e



neopentecostal, que se encontra em Atos 2:1-47, que retrata o dia de Pentecostes e a descida do Espírito, manifestando-se através da língua, da fala. No entanto, este esquema semiótico aristotélico que comunica bem as ideias metafísicas da primeira e da segunda onda, não foi suficiente para implementar junto a elas o nascedouro da terceira onda, que deveria explicar de forma racional que ouvimos na língua em que nascemos, ou seja, que cada pessoa escuta em seu próprio idioma, um mar imagético glossolálico. Pois, se ela privilegiava as palavras como sinais cujo sujeito é Deus, agora se deve explicar além deles. Essa aporia por outros sinais coincidiram com o desejo e a necessidade de várias mediações que incluíssem outras formas de linguagens, que pudessem propagar uma mensagem autônoma cujo sujeito é o humano, de alcance massivo e transformando em mercadoria.

Como visto anteriormente, o desafio da terceira onda era manter os elementos metafísicos das primeiras duas ondas, pois não seria possível nem aceitável pelo público pentecostal o abandono do discurso e da exposição direta das Escrituras, e somar a elas um novo paradigma que pudessem atender as três características citadas anteriormente. Então, não se quer dizer que os líderes da terceira onda tenham estudado conscientemente as diversas semióticas, mas eles de alguma forma entenderam, empiricamente, que a questão de ouvir na própria língua, abria uma lacuna e explicava um processo interessante que corria paralelamente ao fenômeno metafísico, que pelas necessidades dos novos momentos ensejava uma ênfase mais materialista para atender ao mercado. E, isso pode ser melhor observado pela teoria comunicativa estoica.

É de consenso geral que os estoicos são materialistas em suas formas de pensar o mundo. Dito isto, retoma-se que dois são os princípios da física estoica: um corpo – a razão – como causa única e outro corpo – a matéria – que recebe a causalidade sem fazer nenhuma resistência. Ao unir-se ambos os corpos, a ação do primeiro age no segundo para animá-lo, então, tudo o que existe é corpo. Eles consideraram, nos corpos, as únicas



realidades, pois o que existe é o que é capaz de atuar ou perecer. Situa-se desta forma, diante de um materialismo integral, pois os filósofos estoicos admitem, segundo Brum (1977), que há uma única matéria que é substrato de todas as coisas, ou seja, os corpos são modos de ser dessa matéria.

Os estoicos não veem a subjetividade: o dito está visto. Relacionando esta visão à terceira onda, aquela em que a compreensão do que é falado ocorre em sua própria língua ou idioma, o que é subjetivo, passa a ser tangível. O que está fora da razão passa a ser racionalizado pelo aspecto linguístico.

O médico Sexto Empírico, recorrendo das fontes dos estoicos, demonstra a elaboração distintiva entre significante, significado e objeto ou referente. Para os estoicos, o significante ou palavra – a matéria fônica articulada – e o objeto real eram corpos, mesmo que o significado, pois ao estar este em relação de referência ao objeto real, não pode ser considerado como corpo senão como atributo, como um incorporeal, posto que se trata de um efeito.

A novidade nesta matéria da linguagem trazida pelos estoicos é justamente a elaboração do *lékton*. De partida, é importante notar que, havendo em seu bojo o entendimento de 'incorpóreo' é de se estranhar dentro de um pensamento puramente materialista como dos estoicos. Deste modo, é impossível considerá-lo como uma impressão no espírito (como queria Aristóteles), mesmo que de forma usual, ou seja, tais impressões são, para os estoicos, corpóreas (a capacidade própria dos sinais de serem matéria). No entanto, os objetos, pelo contrário, não precisam pertencer ao mundo visível pelos sentidos, eles tanto podem ser físicos como psíquicos (numa aproximação remota com a Teoria do Pensamento Positivo de Norman).

Assim, pode-se entender que essa entidade denominada *lékton*, por não habitar no espírito dos locutores, mas na própria linguagem, não tem uma origem metafísica o que corroboraria e explicaria, num sentido fundamental para os teóricos da terceira onda, a comunicação, a mediação dos diversos sinais se propagam dentro da própria linguagem e não são



somente exteriores a elas, portanto os fenômenos não são dados, mas podem ser construídos segundo as necessidades que serão alcançadas.

A mensagem do Evangelho como mercadoria

As características das três ondas foram distintas e ao mesmo tempo agiram sinergicamente entre elas. Na primeira onda pentecostal, a ênfase fora a disseminação dos locais de oração, que possibilitou que, simultaneamente, muitas pessoas pudessem se reunir durante mais dias da semana, com a possibilidade de surgimento de vários líderes e descentralização da direção espiritual. Em decorrência disso, veio a segunda onda, fruto do resultado do poder da oração e dessa descentralização. Ela provoca o surgimento de novas lideranças que se espalham pelo mundo com a preocupação, talvez não sistemática, como se poderia pensar, de se elaborar várias propostas teológicas populares, com o intuito de unificar o ensino e o pensamento moderno religioso. O exemplo disso são as quatro colunas da Igreja Quadrangular, colocadas por Aimee Semple McPherson (uma liderança feminina *in nuce*): 1. Aquele que salva; 2. Aquele que batiza com o Espírito Santo; 3. Aquele que cura; 4. Aquele virá outra vez – baseando-se em textos bíblicos do evangelho ou dos Atos dos Apóstolos ou das cartas paulinas.

A seguir, houve uma revolução neste estado de coisas, num processo de vários adventos, que possibilitou o surgimento da terceira onda, que se utiliza dos elementos modificados das outras duas. Ainda com base na autoridade nos textos Bíblicos para confirmá-los, a saber: o poder da oração, a ideia da elaboração da unificação de uma teologia popular que se juntaram ao pensamento positivo (diretrizes psicológicas) e aos diversos meios midiáticos apontando para o assunto monotemático da Teologia da Prosperidade.

O evangelho torna-se, então, mercadoria palpável e poderá ser vendido e consumido. Assim, a partir deste processo mercadológico, o clássico movimento pentecostal vai se ramificando em diversos ramos neopentecostais e, para sua efetivação, é necessário tomar a total

REU, Sorocaba, SP, v. 47, n. 1, p. 57-78, jun. 2021



responsabilidade pelas ações; se outrora o sujeito era Jesus Cristo, como atestam as escrituras, neste caminho ondulatório, passa a ser mero coadjuvante, pois o fiel assume a autoridade utilizando as mesmas escrituras, no entanto sem levar em consideração os seus devidos contextos.

Uma vez que se abriu a oportunidade de tornar o evangelho, mercadoria (*business*), deve-se esboçar as bases psicológicas que, pense-se, contribuíram teoricamente para tal efeito. Elas foram colocadas no ambiente evangélico, originariamente, por Norman Vicente Peale, que, não por acaso, já estava na mídia radiofônica com o programa "A Arte de Viver", em 1934, que durou 54 anos, e que, sob o patrocínio do Conselho Nacional de Igrejas, posteriormente, se transferiu para a televisão. Ele acumularia, então, sob seu poder o alcance radiofônico, televisivo e editorial. Lançou vários livros, cuja obra que mais fez sucesso foi o Poder do Pensamento Positivo, que constou na lista do mais vendidos do New York Times, por 186 semanas consecutivas, nas décadas de 1950 e 60, com a tiragem de 5 milhões de exemplares.

Em sua própria obra, mais efetiva, há um resumo dos nove passos metodológicos necessários para o alcance do que Peale chama de "pensamento positivo", descrito através de imperativos em que o indivíduo deve internalizar e agir de acordo com as ideias de resiliência, resistência, ânimo, conquista, sucesso, força, otimismo, altruísmo e entrega a Deus e confiança. Então, numa análise do texto, nota-se, que os passos de fácil assimilação, são acompanhados com bases escriturísticas para lhes conferir autoridade (Romanos 8,31; Filipenses 4,13; Lucas 17,21); e que transferem a origem e o poder das ações das mãos de Deus para a dos utentes. E, ainda é importante dizer que além do que já foi dito acima, as obras de Norman seguem em seu conteúdo muitas narrativas testemunhais que querem ratificar sua teoria positiva, é provável que isto tenha estabelecido o corrente instituto do 'testemunho pessoal' ou 'culto das oportunidades', pelo qual se empoderam os membros sem voz da comunidade.



Assim propõe-se que, os elementos necessários para a formação da ideia de transformar a mensagem do evangelho em mercadoria, pode ter se configurado definitivamente a partir da terceira onda. Desde a desfragmentação da autoridade pela criação de vários pontos de pregação e oração que ampliara o alcance e a multiplicara as lideranças; até, em seguida, aproveitando esses aspectos e somando a elaboração de teologias populares de fáceis assimilações; e, finalmente, além de se apropriar das vivências anteriores, acrescentou-se a força do nascimento das diversas mídias ao Pensamento Positivo pelo qual deu bases psicológicas ao movimento neopentecostal. Isso contribuiu para o surgimento, dentre outras tendências, da Teologia da Prosperidade, em que se materializou a fé e propiciou transformar o evangelho em mercadoria.

Uma comunicação neopentecostal

O teatro das ações comunicativas foi construído com as três ondas do movimento pentecostal. Todas elas com particularidades para transpor suas ideias para a realidade. Em particular, na última, em que a efetivação das mídias em massa, uma vez inventadas e descobertas, teve alcances grandes e efetivos, também, no mundo religioso.

No Brasil, a aquisição e compra de espaços dos diversos programas radiofônicos ocupados pelos grupos pentecostais e neopentecostais e depois com a ocupação midiática do Grupo Record de Televisão e da RIT, juntamente com as ideias psicológicas de Norman Vincent Peale, divulgadas pelo missionário R. R. Soares, contribuiu para formar a Teologia da Prosperidade como tema monotemático e ainda tornaram em caráter material o evangelho, isto é, a linguagem religiosa agora é mercadoria. Para se comercializarem essas novas mensagens pelas comunicações, que foram apropriadas e utilizadas, pelo mundo religioso de formas eficientes, deve-se compreender que por serem espécies de linguagens, necessariamente, precisam estar relacionadas em algum grau à Semiótica, como mencionamos. Vejamos aspectos do empoderamento religioso neopentecostal feminino.



O empoderamento religioso neopentecostal feminino

Uma vez que o cenário da terceira onda se mostrou eficaz na passagem do pentecostalismo para os movimentos neopentecostais na América do Norte, na figura principal de seu líder K. Hagin, que se inspirou nas ideias do pensamento positivo de Norman Peale, ela é recebida em primeira mão, no Brasil, por influência do missionário R. R. Soares, por meio de suas mídias impressas e televisivas, e logo é incorporada por Edir Macedo, que potencializa suas ideias em cadeia nacional pela Record de Televisão.

Porém, o próprio arcabouço teórico que se baseia essa ideia estrangeira e a disseminou pelas diversas mídias com um produto consumível – a autonomia do sujeito frente a Deus e do pensamento positivo que é capaz de desafiar e vencer os problemas cotidianos materializando-os na dialética: doença pela saúde, morte pela vida, pobreza pela riqueza e males sentimentais por uma vida plena de amor, possivelmente gerou nas mulheres das várias comunidades pentecostais, que sempre foram preteridas, uma oportunidade institucional de se libertarem da toxidade masculina.

Analisando sob dois pontos de vista, um mais acadêmico e outro mais popular do empoderamento das mulheres no mundo, pode-se dizer que eles, de alguma forma, compuseram o resultado do movimento feminino neopentecostal do Brasil, como os exemplos das lideranças de Valnice Milhomens, Neuza Itioka, apresentadas a seguir. O que essas líderes femininas neopentecostais têm em comum foi a tomada de consciência impulsionada pelo pensamento positivo e seus desdobramentos; onde perceberam que teriam que dominar as duas atividades mais importantes dentro das comunidades para realizarem seus empoderamentos, a saber – a pregação eficaz da palavra e a elevação das mentes através do louvor – disseminados pelas diversas mídias sociais.

A primeira representante é Valnice Milhomens Coelho (mais conhecida como apóstola Valnice Milhomens), nasceu na cidade de Carolina, Estado do Maranhão, em 1947. Em 1971, foi nomeada missionária e enviada para REU, Sorocaba, SP, v. 47, n. 1, p. 57-78, jun. 2021



a África pela Junta de Missões Mundiais da CBB. Na África do Sul, ficou por dois anos e teve contato com a confissão positiva, através da Escola Bíblica Rhema, de Kenneth Hagin. Em 1986, ela retorna ao Brasil, segundo uma ordem divina que lhe incumbia a tarefa de em um ministério, no Brasil, treinar um exército, no Brasil.

No ano seguinte, em 1987, funda, em Recife, no estado de Pernambuco, o Ministério "Palavra da Fé", uma organização por ela presidida com foco em quatro temas: batalha espiritual, libertação, cura interior e autoridade do crente. Na Colômbia, em 1999, conhece o pastor César Castellanos, líder fundador do movimento G12 em células e adotou o método para sua igreja, enfatizando maldições hereditárias e cura interior. E, no mesmo local, no ano de 2001, é ordenada 'apóstola' por Castellanos. Esse movimento G12 fora uma invenção midiática que teve grande interesse no Brasil a fim de se obter um crescimento rápido das igrejas, afinal o mercado exige essa agressividade.

Assim, o seu caminho midiático é célere, pois é autora de vários livros, DVDs sobre prosperidade, fé e cura; além do que, foi a primeira líder evangélica feminina a usar a televisão para pregar seus ensinamentos. E, como as práticas pentecostais e protestantes utilizam poucos símbolos físicos, ela adotou as práticas judaicas que possuem muitos e acabou incrementando ainda mais a materialização da fé.

A segunda expoente do empoderamento feminino é Neuza Itioka, escritora, palestrante e pregadora. É contemporânea de Valnice, nascida no dia 13 de abril, é formada em Pedagogia pela USP, Bacharel em Teologia (Faculdade Metodista Livre) e doutora em Missiologia pelo Seminário Teológico Fuller, localizado em Pasadena, Califórnia. Ali, foi aluna do Dr. C. Peter Wagner. Ela faz parte do Conselho Apostólico BRA e da Coalizão Apostólica Profética Brasileira. E, por fim, foi consagrada ao ministério apostólico em agosto de 2002. Desde 1988, atua nos campos de Libertação, Cura Interior e Batalha Espiritual. O que se deve notar é que, enquanto Valnice recebera influência direta de K. Hagin, Neuza Itioka a recebera, de forma indireta, quando de sua estadia no Seminário Fuller. Então, em dado



momento, a instituição e ela foram influenciados pelo pastor coreano Paulo Yonggi Cho.

O pastor Paulo Yonggi Cho é um ministro evangélico coreano, ligado à Assembleia de Deus. É o líder da maior igreja evangélica do mundo, a Igreja do Evangelho Pleno de Yoido, atualmente com mais um milhão de membros. Ele nasceu com o nome de Yonggi Cho, incluiu o primeiro nome Paul para facilitar o contato com os ocidentais, mas depois mudou seu nome para David Yonggi Cho, pois segundo seu próprio testemunho recebeu uma revelação do Espírito Santo. Ele nasceu professando o budismo e com a idade de 19 anos, após ficar doente de tuberculose se converteu à fé cristã. Após esse evento, ele se uniu a uma igreja pentecostal e experimentou o batismo no Espírito Santo. Por ser intérprete de missionários norte-americanos, recebeu deles a influência da teoria do pensamento positivo, nos finais da década de 60. Nesta mesma época, também implantou uma estratégia de evangelismo do tipo G12 (reuniões eclesiais nas casas dos membros), o que fez com que a igreja crescesse bastante, retomando a ideia da primeira onda enfatizando tanto as práticas de oração quanto da pregação. Com a descentralização do poder e a efetivação da oração que propiciaram um grande crescimento da igreja, a estratégia apontava para uma multiplicação geométrica.

A questão cultural da meditação oriental e respeito à hierarquia foi transposta por Paul Cho que ficou conhecido por sua perseverança e persistência no campo da oração. Com a fama de passar três a quatro horas em oração diuturna, tornou-se exemplo de tal prática. Sua igreja é conhecida por orar diuturnamente. Antes de ir para seus respectivos empregos, milhares de membros vão aos templos de suas igrejas para se reunir em oração. Ele é autor de vários livros como: *A Oração Eficaz*, *A Oração a chave do avivamento* etc., porém, seu livro mais famoso é o intitulado "A Quarta Dimensão", da Editora Vida. A obra é composta por seis capítulos, ou seis princípios programáticos para uma vida vitoriosa que seriam: 1) Incubação: uma lei da fé; 2) A quarta dimensão; 3) O poder



criador da palavra falada; 4) Rhema; 5) A escola de André e 6) O endereço de Deus.

Assim como se pode ver, a missionária Neuza Itioka valeu-se desses seis ditames para dar continuidade a uma nova fase de seu empoderado ministério feminino, que enfatizam ser a fé a substância das coisas, que as visões e os sonhos traduzem a linguagem da quarta dimensão e eles são comunicados pelo Espírito Santo, que a palavra criada instaura o poder, uma via pessoal de êxito, que a fé vem da pregação da palavra *rhema* é uma palavra específica, dada a uma pessoa específica em uma situação específica, que André apanhou a visão de Jesus Cristo e, por fim, onde Jesus habita, Deus também habita.

Cassiane, que acumula a liderança espiritual, juntamente com seu marido Jairinho, exerce uma tripla função: pastora (pregação e ensino), cantora (louvor) e compositora (ampliação do ensino e louvor). Desde 2014, o casal lidera o Campo de Alphaville da Igreja Evangélica Assembleia de Deus (pertencente ao Ministério de Madureira), conhecida como ADALPHA, no bairro de Alphaville, em Barueri, na Zona Oeste da Grande de São Paulo. Uma das intérpretes mais notáveis do segmento evangélico, alçada para pastora numa região elitizada da grande São Paulo, foi considerada fenômeno em vendas, indicada entre os 100 mais relevantes atores do meio evangélico brasileiro, vai dando, ao espaço feminino, a voz necessária. Cassiane atinge "*Munus triplex*", pela sua representação feminina.

Pensar em nestes termos é compreender que essas mulheres saem da "marginalidade religiosa" para o púlpito, o que poderia ser libertador, mas "as donas" reproduzem os estados de arte padrão, isto é, mais pastoras ou mais vozes "femininas" não significa menos patriarcado ou menos "toxicidade".



Considerações finais

A linguagem nas diversas mídias, no espectro neopentecostal, se manifesta no patamar metafísico e material. A forma metafísica ocorre, fundamentalmente, na comunicação universal do entendimento da mensagem das escrituras colocada por Deus, potencialmente dentro dos ouvintes pela oração e pregação convencional. Mas, a partir do momento em que a mensagem do evangelho se materializou, ou seja, era mediada pelo *lékton*, uma entidade que operava na própria comunicação, então se tornou passível de se formar um mercado. Esse fenômeno material, quando se aformata adequadamente, atinge certamente e determina o desejo dos indivíduos. Foi desta forma que o pensamento positivo elaborou, preparou e municiou o nascimento monotemático da Teologia da Prosperidade, e deu autonomia e força para o ministério de pastoras neopentecostais empoderadas exemplarmente citadas – Valnice Milhomens, Neuza Itioka e Cassiane.

Assim, dito de outra forma, a análise midiática seria um renovado interesse que movimentaria as emoções e percepções, como os elementos centrais para uma comunicação religiosa, no caso específico deste artigo, no âmbito neopentecostal, feminino e de empoderamento. Se de fato isso ocorre, o *lékton* poderia ser entendido como meio que atua como e na inteligência emocional, unindo os falantes aos ouvintes. Descobriu-se que as emoções afetam a maneira que se vê e pensa o mundo. E, emocionar-se e emocionar (ações típicas das lideranças carismáticas) é a chave para conexão com as pessoas e a criação de novas ideias.

Daí a importância da valorização psicológica por parte dos (as) líderes dos movimentos neopentecostais em administrar as emoções como caminhos decisivos para provocarem os sentimentos que lhes permitiram transmitir uma determinada mensagem nas condições mais adequadas.



Referências

ARISTÓTELES. **Da interpretação**. São Paulo: Unesp, 2013.

BRAGA, Danilo Fiani. **Pentecostalismo e política**: uma geografia eleitoral dos políticos ligados à Igreja Universal do Reino de Deus no município do Rio de Janeiro – 2000 a 2006, 2008, 125 p. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Geografia). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2008.

BRUM, Jean. **El estoicismo**. Buenos aires: EUDEBA, 1977.

CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera**: meios, imaginários e desencantamento do mundo. Porto Alegre: Imaginalis, 2017

FIORENZA, Elisabeth S. **But She Said**. Feminist practices on biblical interpretation. Boston: Beacon Press, 1988.

HAGIN, Kenneth E. **Pensamento certo ou errado**. Rio de Janeiro: Graça, 2000.

HUNT, Dave. **A sedução do cristianismo**. Porto Alegre: Chamada da Meia Noite, 1995.

RUETHER, Rosemary R.; ELLIS, Marc H. (orgs.). **Beyond ocupation**: american jewish cristhian and palestinian voices for Peace. Boston: Beacon Press, 1990.

SOMAIN, René. Religiões no Brasil em 2010. **Confins**, n. 15, 2012. Disponível em: <https://journals.openedition.org/confins/7785?lang=pt#tocto1n2>. Acesso em: 15 dez. 2020.