



As marcas do totalitarismo no discurso do Pastor Silas Malafaia: uma análise dos programas de tevê “Vitória em Cristo”¹

Bruna GRIMES²

Vera Lúcia SOMMER³

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, SC.

Resumo

Este estudo analisa as marcas do totalitarismo nos discursos proferidos pelo Pastor Silas Malafaia, nos programas “Vitória em Cristo”. Buscou-se identificar os programas em que o pastor discursa sobre dos temas selecionados; além de classificar os discursos de Malafaia, identificados a partir das figuras de linguagem presentes e das características do totalitarismo; e, por fim, analisar os dados obtidos a partir da classificação, cruzando-os com os conceitos de marketing religioso, discurso persuasivo e totalitarismo. Com essa pesquisa, concluiu-se que há a presença de marcas totalitárias no discurso de Malafaia, correspondente a 34 citações categorizadas dentre às marcas totalitárias. Percebeu-se que, possivelmente, esse fenômeno ocorra devido à busca desenfreada de novos fiéis. Identificou-se também a frequente utilização de figuras de linguagem que caracterizam o discurso persuasivo.

Palavras-chave

Religião; Discurso; Persuasão; Totalitarismo; Televisão.

Introdução - O Papa Francisco, recém-escolhido pelo colegiado de cardeais da Igreja Católica Apostólica Romana, esteve no Rio de Janeiro, no mês de julho passado, para a Jornada Mundial da Juventude. Entre as inúmeras atividades no país, ele proferiu alguns discursos considerados polêmicos, discordando de alguns comportamentos adotados pela Igreja Católica ao longo da última década. Temas como ateísmo, homossexualidade e intolerância religiosa receberam atenção do Sumo Pontífice, intrigando centenas de fiéis e até não simpatizantes do catolicismo.

Esse acontecimento abriu espaço para uma série de discussões, principalmente lideradas por movimentos evangélicos. Atualmente, o Brasil conta com 42 milhões de evangélicos, dos quais somente a Assembleia de Deus, denominação a qual o pastor Silas Malafaia pertence, conta com 12 milhões fiéis (CENSO 2010). O SEPAL (Servindo aos Pastores e Líderes) – missão internacional que dá suporte as instituições evangélicas por meio de missionários – fez uma projeção com base no crescimento anual de fiéis, indicando que, em 2020, os evangélicos serão maioria no país, ultrapassando o total de católicos. Este

¹ Trabalho apresentado no DT 06 – Interfaces Comunicacionais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014

² Acadêmica do 7º período do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade do Vale do Itajaí. E-mail: bruna_grimes@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Mestre em Comunicação Social, especialista em Estudos Culturais, bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo. Atua como docente nos cursos de Comunicação Social (Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas) e de Design de Moda e Industrial na Universidade do Vale do Itajaí – SC; e-mail: vsommer@univali.br



número ilustra a crescente expansão das igrejas pentecostais, e conseqüentemente sua luta por fiéis. Com este fenômeno, criou-se uma espécie de disputa entre as denominações, justamente porque, apresentam o mesmo produto – os bens materiais, a prosperidade –, apenas apresentando-a aos fiéis a partir de uma roupagem diferente, bem como os produtos no mercado convencional. Hoje, o fiel é nômade, permanece na igreja que melhor atende as suas necessidades, se ela deixar de atender, passa a frequentar outra denominação. O que não falta são opções.

A revista Superinteressante divulgou uma pesquisa sobre o pensamento dos brasileiros sobre alguns temas polêmicos. Dentre eles, o aborto, em que 65% dos católicos e 72% dos evangélicos neopentecostais são contra a sua descriminalização. Quanto à união entre pessoas do mesmo sexo, 63% dos evangélicos e 36% dos católicos apresentam-se contrários. Sobre o dízimo, evangélicos neopentecostais dão cerca de R\$ 70,00 mensais para as igrejas, enquanto os católicos contribuem com R\$ 23,00. Outro destaque é o aumento da população ateuista nos últimos anos.

Estabelecer boas e inovadoras estratégias de comunicação religiosa parece ser um caminho para manter-se no mercado. Valer-se da comunicação a seu favor e saber persuadir o seu cliente é um passo em direção ao sucesso. Utilizar a mídia a serviço da propagação de ideias, conceitos e comportamentos é uma técnica usada há algum tempo. E justamente neste quesito que estabelecemos conexão entre a forma de agir desses líderes religiosos e os chefes de governos totalitários, sendo que esses tinham total controle sobre os veículos.

Historicamente, os regimes totalitários utilizavam as mídias de massa para propagar os seus ideais e doutrinar a sociedade. Hoje, algumas atitudes de líderes evangélicos assemelham-se às de líderes totalitários. Seja pelo discurso enérgico, pela imposição de verdades ou por qualquer outra característica. Entende-se que, embora não haja uma clara associação entre o discurso e a forma de governo, a intolerância é um ponto em comum entre os objetos de estudo. Diante deste contexto, buscou-se analisar as características totalitárias e as figuras de linguagem presentes no discurso do pastor Silas Malafaia, nos programas de televisão “Vitória em Cristo”, veiculados nos sábados, entre 15 de junho a 3 de agosto de 2013. A partir daí, identificou-se os programas em que o pastor discursa a respeito dos temas escolhidos durante o período de estudo; classificou-se os discursos de Malafaia, identificados a partir das figuras de linguagem presentes e das características do totalitarismo; e finalmente analisou-se os dados obtidos a partir da classificação, cruzando-os com os conceitos de marketing religioso, discurso persuasivo e totalitarismo.



Pela recente discussão da atuação das denominações religiosas e de polêmicas envolvendo os discursos de seus líderes, o estudo ganhou notoriedade e instigou um debate na sociedade. Compreender o teor dos discursos persuasivos proferidos por esses sujeitos é relevante às áreas de Comunicação e Psicologia, bem como para a sociedade em geral. Este estudo justificou-se também pelo reduzido número de trabalhos acadêmico-científicos publicados com esta abordagem e pelo interesse latente da pesquisadora em compreender o referido fenômeno brasileiro.

A Comunicação Religiosa - O conceito de Marketing, como hoje é conhecido, foi criado em 1950 nos Estados Unidos, quando surgiu a necessidade de atender aos desejos dos consumidores, a fim de fidelizá-los. Desde então, observa-se um mercado cada vez mais competitivo, com empresas se digladiando pela atenção do consumidor. Richers (2000, p. 5) afirmou que marketing é “a intenção de entender e atender o mercado”. O mercado moldou-se de tal forma que o cliente diz o que quer, e as empresas atendem os seus desejos. Porém, esta mudança não se limita às empresas que ofertam produtos e serviços tradicionais. Também Instituições públicas, ONGs, Igrejas e demais segmentos da sociedade apoiam-se nos conceitos de marketing para alcançar maiores níveis de aceitação do seu público-alvo. Marketing social, religioso e cultural são exemplos das novas aplicações das técnicas estudadas em âmbitos diversificados. Vende-se uma filosofia, uma ideia ou um conceito. Nos últimos anos, esta aplicação de marketing em denominações religiosas tornou-se mais intensa.

A mídia de massa é um elemento indispensável para a conquista de novos seguidores da palavra, pois reflete e propaga valores da sociedade, da mesma forma que a sociedade orienta-se por ela. O novo padrão de igreja não poderia abrir mão deste excelente e seguro suporte (REFKALEFSKY; PATRIOTRA; ROCHA, 2006). Neste contexto, os líderes religiosos são categorizados como formadores de opinião, pelo nível de influência exercido na sociedade. Neste estudo, entende-se por formadores de opinião aquelas “pessoas que influenciam contingentes de pessoas, que levam as massas a concordar com uma dada opinião ou a consumir determinado produto, assistir determinado espetáculo, ler determinada revista ou jornal” (ARAUJO, 2009). Para tanto, a exposição de ideais, baseados nas escrituras conservadoras das igrejas, tendem a serem declarações interpretadas como preconceituosas, gerando níveis de intolerância na massa.

O Poder da Palavra - No processo de comunicação social e humano, diversos aspectos devem ser observados. Tratando-se de Discurso persuasivo, a mensagem a ser transmitida é de suma importância. Entretanto, a emoção empregada às palavras, as variações de tons de voz e demais aspectos subjetivos constituem aspectos essenciais para a obtenção do



resultado desejado. Desde a Grécia antiga, o dom da palavra era sinônimo de poder. Naquela época, a arte de persuadir estava entre as habilidades dos principais filósofos gregos. Segundo Peña-Alfaro (2005), o discurso retórico tem como objetivo levar o sujeito a fazer ou deixar de fazer algo. Para tanto, contém um apelo ou um comando, seja ele explícito ou implícito. Tem como função despertar o desejo do receptor e fazê-lo acreditar que se trata de uma necessidade latente do seu ser. O discurso retórico embasa-se na identificação com o público alvo, e o emissor utiliza-se das inclinações da sua plateia, direcionando-a conforme os seus próprios objetivos. Assim, o sujeito ouvinte tende a não demonstrar resistência, pois crê que o discurso proferido é apenas uma transcrição das suas crenças.

“Todo aquele que persuade quer levar alguém a aceitar a **sua** verdade” (PAVESI, 1993, p. 13). O discurso retórico não precisa trabalhar com a verdade em si, tendo em vista que se utiliza da verossimilhança para persuadir o seu público. Verossímil é, portanto, uma verdade que se constitui em sua própria lógica, resultado da organização e estruturação de um discurso que o apresenta como verdadeiro ao seu público (CITELLI, 2005).

Para que esta tal de verossimilhança seja construída, o orador se vale de alguns recursos que auxiliam na recriação da verdade. Entre eles, estão a metáfora, metonímia e a repetição. As três figuras de linguagem estão presentes na maioria dos discursos persuasivos, principalmente nos religiosos. A metáfora é a transferência do significado de um termo para outro objeto, fazendo uma espécie de comparação em que falta a locução comparativa. Esta figura vale-se das relações de semelhança ou subentendidos. A metonímia sugere uma mudança de nome, ou seja, consiste na substituição de um nome por outro, desde que seja mantida uma conexão entre os termos. Esta figura é utilizada para gerar maior aproximação/identificação/aceitação do público ouvinte. A repetição consiste na utilização repetitiva de termos e frases durante o discurso, com o objetivo de induzir o receptor a crer na veracidade do discurso (PAVESI, 1993).

Todo discurso persuasivo religioso faz uso de um agente. Ou seja, aquele que profere a palavra de Deus (padre, pastor, rabino) é apenas o veículo ou porta-voz da mensagem enviada por um emissor invisível. No discurso religioso, existe uma visível forma de persuasão e também o mais oculto ‘eu persuasivo’. Outra característica do discurso religioso é a falta da reversibilidade, ou seja, enquanto nos demais discursos ocorrem à reversão do processo comunicativo – interação entre receptor e emissor – no religioso, não existe a possibilidade de *feedback*. Fica-se apenas com a ilusão de interação, pois não se pode comunicar diretamente com Deus. Porém, a atuação dos agentes religiosos causa este efeito, apoiando-se na possibilidade de interação com Ele (CITELLI, 2005).

Governar e doutrinar: totalitarismo e o terror - O regime totalitário surgiu com a necessidade de fortalecimento dos países derrotados na 1ª Guerra, aumento do poder bélico e maior rapidez na tomada de decisões. Iniciou na Alemanha e Itália, mas também esteve presente na União Soviética e China. Nesses países o governo ganhou função de estado, tendo total controle sobre os três poderes constituintes – executivo, judiciário e legislativo (OLIVEIRA JÚNIOR, 2007).

Posteriormente ao século XX, houve ocorrências de regimes autoritários, porém, concordou-se que nenhum modelo de governo alcançou o total controle sobre a massa, como o Fascista, o Nazista e o Soviético. Observa-se que nas demais formas de governo tiranas, o indivíduo tinha certa liberdade, por mais que corresse o risco de ser torturado ou morto, ele ainda poderia escolher a oposição. Tratando-se de regimes totalitários, esta opção não existe. O líder não se contenta em eliminar a liberdade, mas toma para si a fonte da liberdade, que está no nascimento do homem e na sua capacidade de começar de novo (ARENDDT, 1989).

O Totalitarismo exige o total domínio do homem, corpo e alma, em seu sentido mais amplo (VICENTE, 2011). Arendt (1989, p. 526) salienta que, de forma sucinta, o totalitarismo é “uma forma de governo, cuja essência é o terror e cujo princípio de ação é a lógica do pensamento ideológico”. O principal objetivo do terror é isolar indivíduos, consequentemente, impedindo-os de resistir a qualquer imposição.

O movimento totalitário faz uso do medo, do terror, da coerção, da propaganda ideológica para obter a uniformidade de comportamentos sociais e um posicionamento passivo, bem como a alienação total dos indivíduos (CONCEIÇÃO, 2008). Assim, para Arendt (1989) e Oliveira Júnior (2007), algumas características/comportamentos definem e diferenciam o fenômeno totalitário, destacando-se: a) Culto à personalidade: uma das características mais marcantes do regime totalitário, em que a massa idolatra os seus líderes. O Líder é o detentor da verdade absoluta, da lei total e cabe à massa adorá-lo e segui-lo cegamente. Alguns autores comparam este culto à devoção religiosa; b) Uso massivo da propaganda: pautada pelo controle total dos veículos de comunicação. O regime utiliza das técnicas publicitárias e jornalísticas para legitimar e sustentar as suas ações. Em um primeiro momento, a comunicação é utilizada para implantar o terror, posteriormente, é um canal para a doutrinação e apresentação da ideologia totalitária. c) Unipartidarismo: dá-se após a implantação do regime totalitário, em que o governo elimina qualquer tipo de oposição e busca aproximar-se do povo, trazendo a sensação de participação da máquina estatal, quando se trata apenas uma mais uma utopia totalitária; e d) Polícia Política: os regimes totalitários



usam deste tipo de organização para controlar os seus opositores, fazendo uma espécie de patrulhamento ideológico.

Assim como o regime totalitário almeja uma lei total, o seu discurso objetiva instituir uma verdade absoluta. Entende-se que a verdade, conceituada no campo filosófico, é subjetiva e pessoal, por levar em conta o histórico social de cada indivíduo. Já o regime totalitário extingue a liberdade de pensamento, necessária para a formulação da verdade própria do sujeito. Neste contexto, reina a verdade do líder, passando a ver a verdade da nação. Desta forma, observa-se que os discursos persuasivos, religiosos e totalitários apresentam essências discursivas similares. Mudam os emissores, canais, receptores e mensagem, porém, o objetivo permanece intacto: transformar a verossimilhança em verdade.

Assembleia de Deus: breve histórico - A Igreja Evangélica Assembleia de Deus no Brasil começou oficialmente em 1911, na cidade de Belém – Pará. Teve como precursores os missionários suecos Daniel Berg e Gunnar Vingren, que tinham uma vida de simplicidade, pouco preocupados com a ascensão econômica (VERONE, 2008). Na atualidade, a Assembleia de Deus ocupa o primeiro lugar no ranking de fiéis, possuindo cerca de 30% dos evangélicos do Brasil. Embora, não seja a congregação religiosa que mais cresce, é a que possui um maior número de seguidores (FERNANDES, 2006). Dentre os líderes, encontra-se o pastor Silas Malafaia, que tem sua igreja ligada a instituição na Penha, no Rio de Janeiro, que conta com aproximadamente 25 mil fiéis, segundo dados do site oficial.

O Pastor Silas Malafaia nasceu em setembro de 1958, no Rio de Janeiro. É casado, tem três filhos e quatro netos. Atua como presidente da Associação “Vitória em Cristo”, responsável para organização de eventos do mundo evangélico e pela Editora e Gravadora Central Gospel. Possui um dos mais antigos programas evangélicos na TV. Além de pastor, Malafaia é psicólogo, professor de Teologia, conferencista internacional e vice-presidente do Conselho Internacional de Ministros Evangélicos do Brasil - CIMEB (SILVA; DIAS, 2010).

Metodologia: um olhar sobre o discurso - Este estudo tem como principal objeto de análise os discursos proferidos pelo pastor evangélico Silas Malafaia, pertencente à denominação pentecostal Assembleia de Deus, no seu programa de televisão “Vitória em Cristo”, transmitido para várias cidades brasileiras por meio dos canais de televisão parceiros, exibido de segunda-feira a sábado. Os programas exibidos nos sábados são transmitidos em nível nacional para RedeTV e Rede Bandeirantes. Durante a semana, há transmissão diária pela CNT e demais canais locais. Também é dublado em inglês e transmitido em mais de 200 países, alcançando 670 milhões de lares na Europa, África e Ásia. Em seus programas, Silas assume a vice-liderança do horário ou o terceiro lugar com frequência, ficando atrás de Rede



Globo, SBT ou Record. Segundo o IBOPE, Silas garante um ponto de audiência por programa.

Essa pesquisa tem caráter exploratório, pois efetua um estudo prévio sobre a temática abordada em materiais publicados anteriormente. Num segundo momento, esse estudo é caracterizado como conclusivo descritivo, pois busca esclarecer os fenômenos relacionados ao tema de pesquisa, com a finalidade de compreender os mesmos e o seu impacto na sociedade. A coleta de dados secundários foi embasada em estudos realizados por outros autores a fim de conhecer o tema de pesquisa mais profundamente. Para os dados primários, na análise documental, utilizaram-se os discursos do pastor Silas Malafaia em vídeos disponibilizados em meio eletrônico do Programa “Vitória em Cristo”. Opta-se pelos discursos do pastor Silas Malafaia por sua forte presença na mídia, bem como o constante posicionamento sobre os temas de interesse, caracterizando uma amostragem não probabilística por julgamento.

Ao todo, foram analisados oito vídeos, cada um com cerca de uma hora de duração. Como ponto de início, tomaram-se as manifestações populares que aconteceram em junho de 2013. A primeira aconteceu em São Paulo, no dia 13 de junho de 2013, por isso o primeiro programa analisado foi do dia 15. O povo foi às ruas e cobrou dos governantes atitudes sobre temas inquietantes, marco da pesquisa, justamente porque alguns dos temas de interesse desta pesquisa estavam presentes nos cartazes dos jovens protestantes. O marco final da coleta de dados foi a visita do novo Papa ao Brasil à Jornada Mundial da Juventude. O Papa fez um discurso intrigante sobre aborto, homossexualidade e ateísmo no dia 28 de julho de 2013. Por isso, analisaram-se os programas até o dia 3 de agosto para que pudéssemos coletar as impressões sobre o fato do objeto de estudo.

Para coletar os dados, elaborou-se uma planilha com as datas dos programas analisado, os temas de interesse da pesquisadora, o posicionamento do pastor sobre cada tema, as evidências verbais e não verbais que legitimam aquele posicionamento, as figuras de linguagem identificadas e as características totalitárias que se assemelhavam com aquele pronunciamento. Definiram-se cinco temas de interesse, sendo eles: legalização do aborto, homossexualidade, dízimo, ateísmo e outras religiões. Assim, coletaram-se as principais falas do pastor Silas Malafaia sobre os mesmos. Após, fez-se uma categorização fundamentada na pesquisa bibliográfica sobre os aspectos totalitários do discurso e figuras de linguagens persuasivas. Os dados primários foram tratados e interpretados a fim de compreender o fenômeno analisado.

A opinião do Pastor - Ao analisar os discursos do Pastor Silas Malafaia, identificou-se o posicionamento do Pastor frente a temáticas abordadas neste estudo.



a) Legalização do aborto: nos oito programas analisados, encontram-se duas evidências do posicionamento de Silas Malafaia sobre o tema. Comparado aos outros temas analisados, Silas dispendeu 25% da sua fala para este tema, as palavras relacionadas à temática foram citadas 16 vezes (oito em cada programa veiculado). O programa 01 traz uma pregação feita pelo pastor em uma manifestação pacífica realizada em Brasília do dia 06 de junho de 2013. A manifestação tinha como bandeiras a liberdade de expressão, a liberdade religiosa, a família tradicional e a vida. Na ocasião, Silas manifesta-se contra a legalização do aborto e recrimina quem o apoia. Pode-se observar a opinião do pastor no trecho do seu discurso: *“Agora mesmo estão sabatinando o novo candidato ao Supremo Tribunal. O camarada vem e diz ‘Sou a favor do aborto porque as mulheres sofrem’. Eu nunca vi uma resposta imbecil como essa”*. Observando aspectos não verbais, destaca-se a agressividade com a qual o pastor pronuncia-se para o seu público.

b) Homossexualidade: este tema é o que ganha maior atenção nos discursos do pastor, totalizando 61% da sua fala. Em três dos oito programas analisados, ele discorre sobre o tema por um longo período de tempo. As palavras relacionadas ao tema são citadas 40 vezes. Em discurso, Silas fala sobre os homossexuais: *“Sabe o que eles são? Os fundamentalistas do lixo moral”*. Tratando do casamento gay, o pastor também se posiciona contra a aprovação civil: *“Tão confundindo no Brasil liberdade com libertinagem. Querem aprovar é casamento gay, é liberação de drogas, querem virar isso aqui uma anarquia, uma bagunça”*. No programa 03, Silas opina: *“Agora, ativista gay querer usar a manifestação do povo para isso? Ah, vai ver se eu to na esquina, rapaz. Para de palhaçada, o povo não está nem aí”*. Destaca-se ainda que ele se demonstra agressivo, aumentando o tom de voz e falando com firmeza, quando fala deste tema, ele demonstra clara insatisfação com a orientação sexual de alguns indivíduos da sociedade.

c) Dízimo: Silas discorre pouco sobre o mesmo, dispensando 5% de atenção à temática em seu discurso, em comparação às outras analisadas. Faz uma única declaração, citando três termos relacionados, no programa 05. Afirma que muitos fiéis acreditam que, ao pagar o dízimo corretamente, estarão livres de problemas. Ao pronunciar o trecho a seguir, Silas ironiza o fiel, que nisso crê: *“O cara pensa que dar dízimo e oferta é ficar sem tribulação. Deixa eu rir aqui. ‘Eu dou dízimo, Senhor. Eu dou oferta. [...] e olha aqui a minha situação? Sou fiel, vivo afastado do pecado, porque está acontecendo comigo?’ Cala essa boca!”*.

Salienta-se aqui a dissonância entre os posicionamentos das novas igrejas neopentecostais e das pentecostais, como a Assembleia de Deus. Nas denominações mais recentes, existe um forte apelo à Teologia da Prosperidade, que consiste na lógica de que



quando mais você oferta ao seu Deus (dízimo), mais ele fará a sua vida prosperar, tanto no campo financeiro, como no emocional. Para tanto, a afirmação de Silas, exposta acima, representa o pensamento tradicional das Igrejas Pentecostais, que, embora falem de prosperidade e bens materiais, não tem este enfoque em seus cultos.

d) Ateísmo: nos oito programas analisados neste estudo, não houve citações ou posicionamentos significativos sobre o tema.

e) Outras religiões: Silas dedica 9% do seu discurso, totalizando seis citações de termos relacionados, em dois programas. Destacam-se alguns trechos de seu discurso: no programa 01, Malafaia diz *“Aqui o meu agradecimento a Canção Nova. A rede de rádios de Canção Nova da igreja católica fez uma bela de uma entrevista comigo e tinha muito católicos lá também. A verdade tem que ser dita”*. No material analisado, percebe-se uma tentativa de manutenção de bom relacionamento entre as denominações religiosas, pelo menos, por parte do objeto de estudo.

Discurso totalitário no discurso religioso - A seguir, identifica-se cada uma das características totalitárias presentes no discurso de Malafaia.

a) Ideologia ao Terror: entende-se como incidência de Ideologia ao terror, trechos em que o objeto analisado usa da verossimilhança para amedrontar o público. Vale ressaltar que aspectos não verbais também auxiliam neste fenômeno. Em muitos momentos, Malafaia faz os seus pronunciamentos mais relevantes aos gritos, afirmando firmemente aquilo que transmite a sua plateia. Percebe-se que esta é a característica mais presente, estando em 47% dos discursos em relação às demais características estudadas. Dos oito programas analisados, três obtém incidências quando se observou os temas de interesse.

No programa 01 e 02, o pastor afirmou: *“O crime de opinião foi extinto no Brasil e o ativismo gay quer dizer que a minha opinião é homofobia. Isso é uma afronta ao estado democrático de direito”*. Outro medo, gerado com o discurso de Silas, provém da ideia de que, se o casamento gay for legalizado, toda a população mundial teria somente relações homoafetivas, fato que levaria a raça humana à extinção. Silas desafia a plateia: *“Eu vou fazer uma proposta, eles querem o casamento, vamos arrumar duas ilhas e mandar eles para lá, daqui a cinquenta anos, você volta lá para ver se tem raça humana”*. Silas utiliza da verossimilhança para persuadir os seus fiéis. Outro elemento que gera a ideologia ao terror é a associação e generalização de coisas que não se relacionam. No mesmo programa, Silas cita a legalização do casamento gay e das drogas juntamente, colocando no mesmo patamar. Assim, com essa associação, indivíduos não familiarizados com o tema, tentem a encará-los com a mesma carga negativa: *“Tão confundindo no Brasil liberdade com libertinagem. Querem*



aprovar é casamento gay, é liberação de drogas, querem virar isso aqui uma anarquia, uma bagunça”.

Em toda categorização de ideologia ao terror, existe um inimigo. No discurso de Silas, o terror nasce quando algo ameaça a classe evangélica. Silas diz: *“E agora filho, prepara o seu coração. Escuta o que eu falei lá. Só peço que orem por mim. Imagina a fúria dos inimigos. Imagina o que eles vão tentar armar contra mim.”* No programa 03, Silas posiciona-se: *“E que quero dizer uma coisa para vocês, minha gente. Quero dizer uma coisa. Querem nos alienar do jogo democrático, esse jogo pesado contra Marco Feliciano não foi contra ele, não. Foi contra nós”.* Em outro momento, Silas, além de vender a ideia do inimigo da classe evangélica, também prevê uma espécie de ‘teoria da conspiração’, em que não se pode confiar em ninguém: *“O Conselho de Psicologia está ideologizado por esquerdopatas e ativistas gays”.*

Os trechos retirados dos discursos analisados indicam a intenção de inserir os conceitos de ideologia ao terror por Silas Malafaia. Entende-se que o contexto histórico e social é diferente. Porém, identifica-se claramente a incidência desta característica totalitária.

b) Culto à personalidade: nos programas analisados, o culto à personalidade apresenta-se quando há forte clamor popular, quando Silas instiga resposta veemente do público ou ainda, nos momentos que o pastor realiza marketing pessoal.

Nos programas 01 e 02, Malafaia disserta sobre a legalização do aborto e diz: *“Gente, eu desafio a imprensa, eu desafio as mulheres, entra no Youtube e veja o filme ‘O Grito Silencioso’, do pequeno bebê lutando para viver, que eu quero ver quem que vai apoiar esse lixo moral, essa pouca vergonha”.* Após esse pronunciamento, os manifestantes presentes (cerca de 70 mil pessoas) ficaram eufóricos e gritam a palavra ‘vergonha’ em coro. O pastor grita e proclama expressões de efeito para motivar esse clamor dos ouvintes. Em alguns casos, ele solicita explicitamente essa movimentação. Pode-se comparar a sua atitude com a de um grande animador de torcidas. Imagina-se Silas em um espetáculo, dizendo o que a sua plateia quer ouvir. Logo, obtêm o carinho e a idolatria de seu público.

Ainda no mesmo programa, a cerca de outra temática, ele pede para que a imprensa noticie o seu nome: *“Bota no Jornal que o pastor Silas Malafaia chamou o ativismo gay de fundamentalismo de lixo moral”.* Neste momento, Malafaia aplica as estratégias de marketing pessoal e associa o seu nome à causa defendida na manifestação. Ainda sobre a homossexualidade, o pastor fala: *“Racismo: Raça é condição, isto é, você não pede para ser negro, para ser moreno ou para ser branco. É condição! Homossexualismo é COM-POR-TA-*



MEN-TO!”. Aqui destaca-se também o uso da verossimilhança, pois, há controvérsias sobre a afirmação do pastor.

O culto à personalidade é uma reação da massa, porém tem que haver um esforço do líder para que essa transferência aconteça. Nas incidências acima expostas, ficam nítidos os esforços do pastor neste sentido, sendo que esta característica está presente em 29% dos discursos em relação às demais analisadas. Em oito programas estudados, encontra-se dez incidências, distribuídas em dois programas distintos.

c) Uso massivo da propaganda nos programas analisados: entende-se como uso massivo da propaganda, os momentos em que Silas promove a sua igreja, a sua imagem ou o seu modo de pensar. Quando o pastor tenta ‘vender’ uma ideia aos seus fiéis. Ressalta-se que não se trata das propagandas veiculadas no programa analisado, mas sim, dos discursos do pastor com caráter publicitário.

Na amostra analisada, encontrou-se apenas uma incidência desta característica totalitária. No programa 05, Silas mostra a sua insatisfação com o comportamento de alguns líderes religiosos e afirma: *“Então, eu faço questão de me relacionar com iguais, isso com gente que não está embaixo da minha autoridade. Que tem mais ou tanto autoridade quanto eu”*. Com essa afirmação, Silas condena a prática de outros líderes e salienta que não se comporta desta forma. Logo, está vendendo a sua boa imagem. Embora haja a incidência da característica, ela está presente em apenas 3% dos discursos analisados, comparando com as demais marcas identificadas.

d) Unipartidarismo: Nesta pesquisa, caracteriza-se como incidência de unipartidarismo os discursos com a tentativa de “aproximar” o receptor do partido (religião). Ele demonstra que a sua opinião é a verdade absoluta, somente a sua religião tem validade.

Nos programas 01 e 02, fala sobre o movimento LGBT e afirma: *“Sabe o que eles são? Os fundamentalistas do lixo moral”*. Neste trecho, aborda-se o mesmo aspecto do unipartidarismo descrito acima: a imposição de uma verdade absoluta.

Ao todo, encontraram-se sete incidências desta característica no material estudado, que representam 21% do discurso do pastor, em relação às demais características.

e) Polícia Política: essa característica totalitária consiste na criação de uma organização que objetiva fiscalizar e controlar os inimigos (aqueles que oferecem resistência ao sistema totalitário). Nesta pesquisa, entendeu-se como polícia política, a atuação de alguns líderes religiosos que usam a figura onipresente e onipotente de Deus para aplicar uma espécie de controle de pensamento dos fiéis. Expressões comumente proferidas como: ‘Deus está olhando por todos nós’, ‘Deus castiga’ e textos bíblicos sobre o dia do ‘juízo final’

caracterizam este patrulhamento presente em regimes totalitários. Nos oito programas analisados, não foram encontradas nenhuma incidência desta característica.

Figuras da persuasão - No discurso persuasivo, as principais figuras encontradas são: repetição, metáfora e metonímia.

a) **Repetição**: consiste na utilização frequente dos termos e expressões num espaço muito curto de tempo. Em três, dos oito programas analisados, identificou-se a figura associada aos temas de interesse, dividindo-se em 16 citações. Falando sobre a liberdade de expressão, Silas afirma: *“Oh dona Marta, eu queria avisar a dona Marta, eu queria avisar ao ativismo gay, eu queria dizer que eu to garantido pela constituição do Brasil”*. Nesta parte, além de citar duas vezes o nome da Senadora Marta Suplicy, o pastor ainda fala repetidamente sobre a garantia da sua liberdade, descrita na constituição federal, com o objetivo de fixar a mensagem na mente do ouvinte: todos têm direito a livre expressão.

Em certo momento do discurso, proclama que o *“ativismo gay é o fundamentalismo de lixo moral”*, duas vezes em sequência. Em outro momento, afirma três vezes que a homossexualidade é um comportamento, não uma condição humana. Também utiliza da repetição de palavras em meio a frases: *“Meus amados, o Supremo Tribunal Federal, que nos respeitamos, na caneta, na caneta, que vergonha, na caneta, deu o casamento gay. O CNJ, na caneta, obriga cartório a casar”*. Neste trecho, Silas utiliza a expressão ‘na caneta’ repetidas vezes, significando que o STF e o CNJ assinaram os documentos que legalizam o casamento gay em maio de 2013. O pastor faz uso da repetição para mostrar-se indignado com a atitude dos órgãos federais.

Portanto, percebeu-se que o pastor faz amplo uso das figuras de linguagem, principalmente da repetição, que apresenta maior frequência de utilização, com 57% em comparação as demais figuras.

b) **Metáfora**: é uma figura de linguagem amplamente utilizada na língua portuguesa e consiste no emprego de um significado a um objeto que não o é literalmente. A metáfora prevê uma espécie de comparação lógica, valendo-se da semelhança e de subentendidos. No discurso persuasivo, ela facilita na construção da verossimilhança, tendo em vista que trabalha com associações não concretas. Dentre os oito programas analisados, não foram encontradas metáforas associadas aos temas abordados. Crê-se que este fenômeno se dá pela personalidade do objeto de estudo. Em seus discursos, Silas apresenta-se muito objetivo e direto, com frases de efeito e de fácil compreensão da massa.

c) **Metonímia**: Caracteriza-se pela substituição de um nome por outro que apresente uma ligação lógica. Nos programas 01 e 02, Malafaia pronunciou-se de seguinte forma: *“O*



crime de opinião foi extinto no Brasil e o ativismo gay quer dizer que a minha opinião é homofobia. Isso é uma afronta ao estado democrático de direito”. O pastor atribuiu o nome de ‘ativistas gays’ ao movimento LGBT. Acredita-se que esta mudança tenha sido feita para alcançar maior compreensão do público, bem como, evitar a divulgação do nome real do movimento, uma vez que o pastor não os apoia.

Para finalizar o discurso sobre homossexualidade, o pastor pronunciou-se: *“Escute-me, um filósofo alemão disse ‘Se tudo na sociedade for legalizado, o ser humano vira escravo’. Tão confundindo no Brasil liberdade com libertinagem”*. Silas utilizou da metonímia para ocultar o nome do filósofo em questão. Assim, não há como saber a veracidade desta citação. Impossibilitando os ouvintes de buscarem mais informações sobre a temática. Percebe-se que esta figura foi amplamente utilizada pelo pastor, representando 43% em comparação a outras figuras identificadas.

Para tanto, ao final dessa análise, conclui-se que Silas Malafaia utiliza elementos persuasivos em seus discursos usando as figuras de linguagens vinte e oito vezes, bem como apresenta marcas totalitárias, com 34 ocorrências.

Considerações finais - Para compreender as demais especificidades do fenômeno religioso, estabeleceu-se o seguinte objetivo geral: analisar as características totalitárias e figuras de linguagem presentes no discurso do pastor Silas Malafaia, em programas de televisão “Vitória em Cristo”, veiculados no período de 15 de junho a 03 de agosto de 2013. Para ajudar a responder os objetivos foi realizada uma pesquisa bibliográfica, documental e análise de discurso que identificou todos os aspectos do fenômeno.

Em resposta ao primeiro objetivo específico, de identificar os programas de televisão do pastor em discursos sobre os temas escolhidos durante o período de estudo, coletaram-se oito programas entre o período estipulado. Porém, apenas quatro abordaram a temática de interesse: legalização do aborto, homossexualidade, dízimo, ateísmo e outras religiões.

Tratando-se do segundo objetivo específico, de classificar os discursos de Malafaia, a partir das figuras de linguagem presentes e das características do totalitarismo, tem-se como principais achados a alta frequência do emprego das figuras de linguagem (28 ocorrências em quatro programas), e inúmeras citações com as marcas totalitárias (34 categorizações).

Em relação ao terceiro objetivo específico, de analisar os dados obtidos a partir da classificação, cruzando-os com os conceitos de marketing religioso, discurso persuasivo e totalitarismo, tem-se a conclusão deste estudo. Atualmente está acontecendo uma espécie de mercantilização da fé. As igrejas apresentam-se no mercado como qualquer outra empresa, com setores estruturados, metas bem definidas e avançadas estratégias de marketing, de



comunicação e relacionamento. Porém, a principal ferramenta é o discurso persuasivo religioso. Notou-se a importância do discurso de um líder religioso. Afinal, ele encaminhará o seu rebanho conforme seus interesses. Quando se trabalha com discurso persuasivo, corre-se o risco de privar o receptor da sua liberdade de opinião. Por isso, a partir de certo momento, o emissor começa a impor a sua visão, a sua verdade absoluta, tão tratada neste trabalho.

Quando se tem esta imposição de ideias, tem-se um discurso totalitário. Neste estudo, percebe-se que, na tentativa desenfreada por novos fiéis (clientes) e a manutenção deles, as igrejas valem-se também do discurso totalitário para obter certo controle sobre a massa. Conclui-se que os discursos de Silas Malafaia se assemelham das características das principais marcas totalitárias: ideologia ao terror, culto à personalidade, uso massivo da propaganda e unipartidarismo, conforme descritas na seção anterior. Apresenta ainda o uso de figuras de linguagem que caracterizam o discurso persuasivo: metonímia e repetição.

Vale ressaltar que a conclusão deste estudo não visa tyrannizar o objeto de pesquisa. Almeja-se apenas identificar uma semelhança entre os discursos analisados e a essência das marcas do totalitarismo, pois entende-se que o contexto histórico-social é muito distinto entre as duas variáveis, tanto pelos objetivos quanto pelo escopo dos movimentos.

Como sugestão para futuros trabalhos, indica-se analisar as marcas totalitárias no discurso de outros líderes religiosos e demais formadores de opinião. Pode-se ainda estudar como se dá a recepção do discurso persuasivo religioso por parte do ouvinte.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Washington. O que é um formador de opinião. **Observatório da imprensa**, Brasília, n. 572, 2009. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-que-e-um-formador-de-opinioao>>. Acesso em: 16 out. 2013.
- ARENDT, Hannah. **Origens do totalitarismo**. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 16. ed. São Paulo: Ática, 2005.
- CONCEIÇÃO, Edilene M. da. Ideologia e terror: a configuração do totalitarismo em Hannah Arendt. **Saberes Interdisciplinares**. São João del-Rei, n. 2, p. 183-190, 2008.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2010: Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. Rio de Janeiro: 2010. 215 p.
- FERNANDES, Rubeneide Oliveira Lima. **Movimento pentecostal, Assembleia de Deus e o estabelecimento da educação formal**. 2008. 158p. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Educação - Mestrado), Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, 2006.



HORTA, Maurício. A nova cruzada. **Revista Super Interessante**. Rio de Janeiro, ed. Setembro, p. 66-75, 2013.

JMJ RIO 2012. MJM Rio2013 alcança público recorde de 3,7 milhões de pessoas em Copacabana. **JMJ Rio2013**. Disponível em: <<http://rio2013.com/pt/noticias/detalhes/3443/jmj-rio2013-alcanca-publico-recorde-de-3-7-milhoes-de-pessoas-em-copacabana>>. Acesso em: 16 out. 2013.

MADAMBASHI, Andrea Marcela. Half of Brazil's Population to be Evangelical Christian by 2020. **The Christian Post**, 2011. Disponível em: <<http://www.christianpost.com/news/half-of-brazils-population-to-be-evangelical-christian-by-2020-49071/#axLPtxJwstBo7Uwz.99>>. Acesso em: 31 ago. 2013.

NA TELINHA. Silas Malafaia ameaça a "Forbes" e conquista boa audiência na RedeTV!. **Na telinha**. Disponível em: <<http://natelinha.ne10.uol.com.br/noticias/2013/03/03/silas-malafaia-ameaca-a-forbes-e-conquista-boa-audiencia-na-redetv-120927.php>>. Acesso em: 16 out. 2013.

OLIVEIRA JÚNIOR, Humberto Ramos de. **Regimes Totalitários e o Resguardo dos Direitos Humanos**. 2007. 41 f. Monografia (Bacharel em Direito) – Faculdade de Direito do Sul de Minas, Pouso Alegre, 2007.

PAVESI, Milton Roque. **A persuasão no discurso religioso**. 1993. 65 f. Monografia (Especialista em Língua Portuguesa) – Centro de Pós-Graduação: Leitura e Produção de Textos, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 1993.

PEÑA-ALFANO, Alex Antônio. **Estratégias discursivas de persuasão em um discurso religioso neopentecostal**. 2005. 248 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

REFKALEFSKY, Eduardo. PATRIOTRA, Karla Regina Macena Pereira. ROCHA, Maria de Penha Nunes da. Comunicação, Marketing e Religião: o mercado da fé no Brasil. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO**, 29, 2006, Brasília, GO.

RICHERS, R. **Marketing uma visão brasileira**. São Paulo: Negócio, 2000.

SILVA, Érica Carvalho da; DIAS, Júlio César Tavares. Uma pregação pentecostal. **Ciências da religião – história e sociedade**, n. 1, v. 8, p. 163-178, 2010.

UNIVALI. Pró-Reitoria de Ensino. Elaboração de trabalhos acadêmico-científicos. Itajaí: UNIVALI, 2011.

VICENTE, José João Neves Barbosa. A singularidade do totalitarismo em Hannah Arendt. **Revista Espaço Acadêmico**, [S.l.], n. 122, p. 53-59, Jun./2011.

VITÓRIA EM CRISTO. Perfil: Pr. Silas Malafaia. **Vitória em Cristo**. Disponível em: <http://www.vitoriaemcristo.org/_gutenweb/_site/gw-pr-silas-detalle/?cod=406>. Acesso em: 16 out. 2013.

VERONE, Sandro Luís Wodzik. **A voz da Assembleia de Deus: evangelismo midiaticado**. 2008. 104p. Monografia (Curso em Comunicação Social – Jornalismo), Centro Universitário Franciscano – UNIFRA, Santa Maria – RS, 2008.