
A Mobilização de Silas Malafaia no Twitter Contra o PLC 122 (Lei Anti-Homofobia)¹

Márcia FELICIANI²

Aline DALMOLIN³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

O presente artigo objetiva analisar e compreender a atuação de Silas Malafaia enquanto empreendedor moral e ativista político em prol da contrariedade ao PLC 122. O pastor evangélico promoveu uma intensa campanha no Twitter em 2011 criticando o projeto de lei, que foi criado com o objetivo de qualificar as punições a crimes decorrentes de preconceito de gênero, sexo, orientação sexual e identidade de gênero. A partir da análise das postagens do pastor no Twitter em 2011, observaremos os discursos de Silas a respeito do projeto, enquadrando-os dentro dos campos religioso, político e midiático.

Palavras-chave: Silas Malafaia; empreendedorismo moral; PLC 122; ativismo midiático; redes sociais.

1. Introdução

As igrejas pentecostais ganharam força no Brasil a partir do século XX – com a separação entre a Igreja Católica e o Estado. De lá para cá, seu crescimento foi exponencial: no censo realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 25 milhões de brasileiros disseram-se membros de alguma congregação pentecostal. Um reflexo disso pode ser constatado pelo espaço que essas instituições passaram a ocupar no rádio, na televisão e na internet, permitindo o alcance a uma parcela ainda maior da população.

A presença de instituições religiosas na esfera midiática não é algo novo, mas vem sendo cada vez mais perceptível. Há canais de TV criados e mantidos única e exclusivamente para a divulgação de crenças específicas, como a Rede Vida (da Igreja Católica), a RIT (da Igreja Internacional da Graça de Deus), o canal Novo Tempo (da Igreja Adventista do Sétimo Dia), etc. – todos com programações regadas a cultos, programas de pastores, clipes musicais, etc.

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Acadêmica do 5º semestre do curso de Comunicação Social – Produção Editorial e bolsista de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq). E-mail: marciazaninfeliciani@gmail.com.

³ Professora do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Líder do grupo de pesquisa do CNPq Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais. E-mail: dalmoline@gmail.com.

O que desperta mais a atenção, entretanto, é como a religião tem-se feito presente nas grandes emissoras. A Rede Record, liderada pelo bispo neopentecostal Edir Macedo, tem feito uma verdadeira revolução em termos de conteúdo – transformando episódios bíblicos até em telenovelas. A própria Rede Globo tem aberto espaço para a religião: um exemplo é a organização e transmissão anual do Festival Promessas, que reúne shows de diversos artistas *gospel*. Ainda, para além da presença em mídias tradicionais, também cresce o uso da internet por personalidades religiosas: páginas em redes sociais como Facebook e Twitter, vídeos de pregações no Youtube e até portais de notícias exclusivos, alcançando um número cada vez maior de seguidores.

Segundo Cunha (2014a), essa é a resposta da religião ao capitalismo. A ligação entre mídia religiosa e mercado, caracterizada pela autora como cultura *gospel*, é cada vez mais latente, e se sustenta principalmente pela tríade entre música, mercado e entretenimento.

Silas Malafaia, líder da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo, é uma referência em termos religiosos de uso da mídia nas suas mais variadas formas. O pastor vem se caracterizando nos últimos anos como uma “celebridade midiática evangélica, que assume o papel da pessoa controversa e constrói sua imagem como ‘aquele que diz as verdades’” (CUNHA, 2014b, p. 9). Boa parte de sua imagem controversa advém da polêmica provocada por suas declarações, especialmente aquelas dirigidas aos grupos LGBTTQIA⁴.

Os embates entre o pastor e esses grupos renovou-se no começo do mês de março de 2017. Em um episódio da animação *Star Wars vs. as Forças do Mal*, produzida e veiculada pelo Disney Channel, casais aparecem beijando-se na plateia de um show – dentre eles um casal homoafetivo. Silas criticou veementemente a postura do canal, alegando que o mesmo “comprou a agenda gay”. Disse ainda que a cena da animação promove a erotização das crianças, influenciando na sua sexualidade – papel esse que, segundo o pastor, cabe à família. Sugeriu aos pais que parassem de consumir produtos ligados à marca Disney, já que esta quer “destruir a família”.

Esse é só mais um dos vários casos de divergências entre Silas e os movimentos LGBTTQIA. A principal delas, e que, segundo Campos, Gusmão e Mauricio Jr. (2015) fez de Malafaia “ator político e maior representante dos grupos

⁴ Lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, *queer*, interssexuais e assexuados.

evangélicos conservadores”, foi a respeito do Projeto de Lei da Câmara n. 122/2006 – ou, como ficou mais conhecida, a lei anti-homofobia.

O projeto foi proposto pela então deputada Iara Bernardi, do Partido dos Trabalhadores (PT), visando preencher a lacuna existente na legislação brasileira com relação à criminalização de atos de violência contra a população LGBTTTQIA. Alegando que o projeto fere os valores da família e o direito de expressão do restante da população, Malafaia promoveu uma campanha efetiva contra a aprovação da lei. Abaixo-assinado, manifestação em Brasília, pressão junto aos parlamentares e à imprensa: as diversas investidas do pastor reforçam seu papel de ativista político.

Este artigo analisa as postagens de Silas Malafaia em seu perfil pessoal no Twitter durante o ano de 2011 – ano em que se realizaram audiências públicas para discussão do projeto. Procuraremos compreender sua atuação como empreendedor moral (BECKER, 2008) dentro dos campos religioso, midiático e político, bem como suas estratégias de discurso e mobilização de seguidores.

Não à toa, o Twitter aparece como peça central dessa movimentação: o Brasil é o segundo país do mundo com o maior número de usuários, segundo estudo⁵. Isso explica o interesse de tais grupos em apropriar-se dele. Além disso, como afirmam Recuero, Zago e Bastos (2014, p. 208), o Twitter diferencia-se das demais redes sociais porque “não funciona apenas como um espaço discursivo de relato, mas também de mobilização”. Perceberemos aqui tal capacidade de mobilização da plataforma no que se refere a esses embates entre os grupos conservadores e LGBTTTQIA, mais especificamente ao PLC 122.

2. A atuação de Malafaia como empreendedor moral

Mariano (2008, *online*) percebe como principais características da maioria das instituições pentecostais:

[...] a dimensão organizacional (concentração do poder eclesiástico e das finanças, gestão empresarial), a formação rápida e acelerada de novos pastores, arrecadação agressiva de recursos e seu crescente investimento no evangelismo eletrônico e na abertura de novas congregações e campos missionários, a continuidade cultural com a religiosidade popular, a oferta sistemática de cultos e serviços mágico-religiosos.

⁵ Disponível em <https://www.infobrasil.inf.br/noticia/brasil-ja-e-o-segundo-pais-em-numero-de-contas-no-twitter>.

Abordando o campo religioso de maneira geral, Bourdieu (2008) identificou outras características que também se aplicam às congregações pentecostais como a Assembleia de Deus. Dentre elas, está a presença de lideranças carismáticas capazes de mobilizar uma quantidade considerável de pessoas. É comum, inclusive, que sua atuação estenda-se para além do campo religioso, atingindo outros setores da sociedade cuja visão de mundo é semelhante, principalmente no que diz respeito à “moral e os bons costumes”, como é o caso de Silas.

Becker (2008) caracteriza essas lideranças como empreendedores morais. São formadores de opinião, que criam ou impõem regras de comportamento de acordo com o que julgam formas certas ou erradas de viver e pensar. O criador de regras “está interessado no conteúdo das regras. [...] Ele julga que nada pode estar certo no mundo até que se façam regras para corrigi-lo” (BECKER, 2008, p. 153). Em resumo, podem ser chamados de autores das ditas regras.

Já os empreendedores categorizados como impositores são os responsáveis por transmitir de geração em geração as regras que são criadas pelos sujeitos e instituições sociais (os criadores), e sua atuação faz com que boa parte delas acabem intrínsecas em nosso senso comum.

À primeira vista, Malafaia poderia ser enquadrado como um impositor. Entretanto, observando atentamente sua atuação, é possível repensar essas categorias propostas por Becker. Sabe-se que a base do discurso religioso do pastor é a Bíblia. A obra, entretanto, possui séculos de existência – e foi escrita em um circunstâncias totalmente diferentes da conjuntura mundial atual; como afirmam Feliciani e Dalmolin (2016), ao lê-la, “Malafaia [...] ignora interpretações que relativizam o contexto histórico da época na qual os textos foram escritos”.

Se levado em conta tal contexto, a interpretação de Silas (e de qualquer outro indivíduo que realizar a leitura da obra) pode não ser correta, ou pelo menos não estar de acordo com a ideia imaginada originalmente. Pensando dessa forma, Malafaia poderia ser visto como um reformulador dessas regras, já que não se sabe se sua interpretação coincide com a original.

Além disso, precisamos analisar a situação por outro olhar, pensando no atual contexto de mediatização em que vivemos. É notável que, dependendo do público e do meio, o discurso dos empreendedores é diferente. Usando a terminologia bourdiana, tais ações alteram-se de acordo com o campo social em questão.

Segundo Rodrigues (2000), cada campo social detém um regime de simbólica própria, que pode ser formal ou informal. A simbólica formal caracteriza-se pelo rigor de sua manifestação e seu uso é exclusivo pelos membros competentes que fazem parte de seu corpo social, enquanto a simbólica informal consiste no apagamento dessas marcas distintivas. O campo religioso constitui um exemplo de campo com simbólica formal, uma vez que apenas os membros com posição mais elevada detém a autorização e a competência para ostentar insígnias e vestes especiais, bem como desempenhar rituais litúrgicos, o que os caracteriza como de competência esotérica. Já o campo midiático expressa-se por uma simbólica informal e competência exotérica, pois destina-se a assegurar a partir dessas características a permeabilidade pelos demais campos sociais.

As ações de Malafaia novamente são exemplo: dentro de sua congregação e para seus fiéis (ou seja, no campo religioso), seus discursos baseiam-se nos valores transmitidos pela Bíblia, apoiando-se, portanto, em conhecimentos esotéricos ao campo. Entretanto, quando participa de discussões políticas junto aos parlamentares e à sociedade brasileira, são poucos os argumentos ligados à religião. Em seu discurso nesses espaços, o pastor busca legitimidade na Constituição, em estudos de Psicologia (profissão na qual é graduado) e até na Biologia, apoiando-se na permeabilidade da linguagem simbólica exotérica ao campo midiático.

Tais observações são visíveis no embate entre o pastor (e, com ele, alguns grupos evangélicos e conservadores da sociedade brasileira) e os movimentos LGBTTQIA. O debate acirrou-se com o Projeto de Lei da Câmara (PLC) n. 122, proposto em 2006 pela então deputada Iara Bernardi, do Partido dos Trabalhadores (PT). O objetivo da proposta era claro: a criminalização de atos discriminatórios ligados a sexualidade e gênero.

Juridicamente, o projeto

altera a Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989, o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal) e o Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943 (Consolidação das Leis do Trabalho – CLT) para definir os crimes resultantes de discriminação ou preconceito de gênero, sexo, orientação sexual e identidade de gênero. Estabelece as tipificações e delimita as responsabilidades do ato e dos agentes. (*site* do Senado Federal, 2006)

Apesar de representar grande avanço na luta dos grupos LGBTTQIA, a proposta gerou revolta dos setores mais conservadores da sociedade, que se manifestaram efetivamente em contrariedade à aprovação do Projeto. Malafaia destacou-se por atuar como liderança e como ativista político, fazendo uso de uma ampla rede de discursos e veículos. Promoveu uma grande manifestação em Brasília, recolheu milhares de assinaturas em um abaixo-assinado e exerceu, juntamente com os grupos evangélicos, forte pressão junto aos parlamentares e à imprensa – tudo para impedir que a lei fosse aprovada. Seus principais argumentos foram de que a proposta inibe o direito de expressão dos indivíduos que discordam da prática homossexual e vai contra os valores da Bíblia, da família e da Constituição.

O destaque aqui dado é ao perfil do Twitter do Pastor – mais especificamente durante o ano de 2011. Apesar de proposto na Câmara em 2006, foi só cinco anos depois que o Projeto passou a ser discutido no Senado; Malafaia, convidado a participar das audiências públicas de discussão do projeto como representante evangélico, foi responsável por ações de grande impacto no desfecho do debate.

3. Percepções da análise

Malafaia foi o responsável por uma grande campanha de contrariedade ao projeto, tendo o Twitter como sua maior arma. Para a análise da movimentação do pastor no ano desejado, utilizou-se o recurso de busca avançada da plataforma, que permite, dentre outras opções, delimitar as postagens por período de tempo. A partir daí, capturamos imagens de todos os *tweets* do ano de 2011, fizemos sua divisão em meses e, por fim, em categorias específicas.

A observação dos 871 *tweets* do ano mostrou que nos meses de maio, junho, julho, outubro, novembro e dezembro, a frequência de postagens foi maior – justamente nos períodos em que Silas mais se empenhou na contrariedade à aprovação do projeto.

Os *tweets* que fazem referência aos movimentos LGBTTQIA (e, mais especificamente, ao PLC 122) correspondem a cerca de 40%⁶ de todas as postagens feitas por Malafaia no ano em questão; isso mostra o quanto o pastor empenhou-se em tentar barrar a aprovação do projeto, agindo como um legítimo ativista político. Esses

⁶ Cálculo feito a partir da comparação do número total de *tweets* com o número de referências ao grupo em questão. Esse último foi resultado da contagem manual das postagens, caracterizadas, especialmente, pelo uso de expressões como “homossexuais”, “gay”, “PL 122”, “manifestação”, “abaixo-assinado”, etc.

tweets possuem características bem marcantes que permitem diferenciá-los e, logo, categorizá-los. Observou-se:

a) *Tweets* que fazem chamadas para programas e sites: nesses casos, apenas é feita a referência aos movimentos ou ao PLC; a informação, de fato, está detida em outros veículos – principalmente no portal Verdade Gospel e em seus programas de TV. Malafaia convida seus seguidores a acompanharem a discussão nesses outros meios. Em análise anterior, constatou-se a utilização dessa mesma estratégia na página do pastor do Facebook.

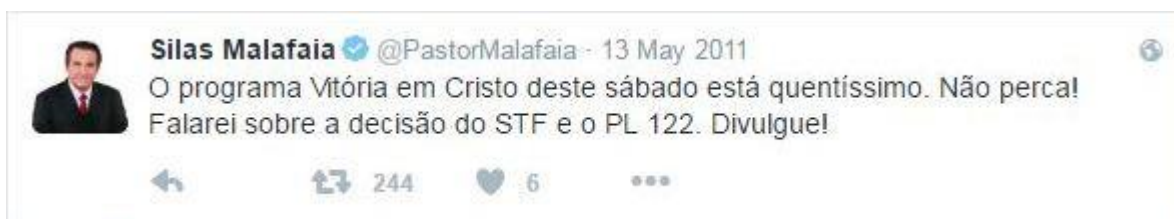


Figura 1: Exemplo de chamada para programa de TV.
 Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.



Figura 2: Exemplo de chamada para site.
 Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.



Figura 3: Exemplo de chamada para vídeo.
 Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.

b) *Tweets* de mobilização a respeito do PLC: essa categoria engloba a maior parte das postagens analisadas. Trata-se das mensagens direcionadas exclusivamente aos apoiadores do pastor, convidando-os a manifestarem sua contrariedade ao projeto das mais diferentes formas: através de envio de *emails* para os parlamentares e para a

imprensa, de assinatura no abaixo-assinado, de participação presencial na manifestação, etc.



Figura 4: Exemplo de chamada para assinatura.
Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.



Figura 5: Exemplo de chamada para envio de *emails* a parlamentares.
Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.



Figura 6: Exemplo de chamada para envio de *emails* à imprensa.
Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.

c) *Tweets* de *feedback* dos resultados obtidos: aqui enquadram-se os *tweets* nos quais o pastor atualiza seus seguidores a respeito da eficácia da campanha, bem como do andamento do Projeto no Senado.



Figura 7: Exemplo de *feedback* dos resultados.
 Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.

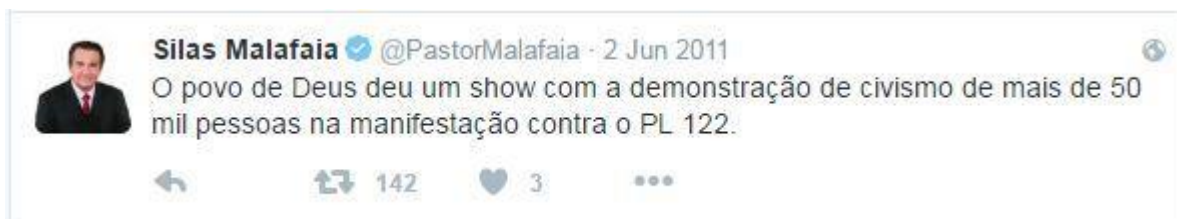


Figura 8: Exemplo de *feedback* dos resultados.
 Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.

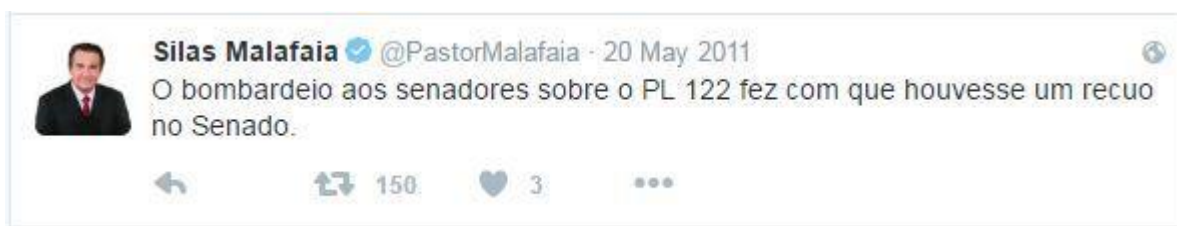


Figura 9: Exemplo de *feedback* dos resultados.
 Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.

d) *Tweets* de justificação do posicionamento: são postagens nas quais Silas defende seu ponto de vista, principalmente a partir de argumentos ligados às suas crenças religiosas e aos seus direitos como cidadão. Encaixam-se aqui, ainda, mensagens direcionadas especificamente aos movimentos LGBTTQIA e esclarecimentos sobre o PLC 122 aos seus seguidores. Pode-se considerar a categoria mais significativa para compreender sua atuação enquanto empreendedor moral.



Figura 10: Exemplo⁷ do posicionamento do pastor.
Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.



Figura 11: Exemplo do posicionamento do Pastor.
Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.

⁷ A ordem cronológica dos *tweets* é contrária à forma apresentada, devido à lógica da plataforma.



Figura 12: Exemplo do posicionamento do pastor.
 Fonte: perfil de Silas Malafaia no Twitter.

4. Considerações finais

A análise evidenciou o intenso ativismo político de Malafaia no caso do PLC 122. Foram quase 400 *tweets* no ano dedicados às suas críticas ao projeto, e, principalmente, à mobilização de seus seguidores em seu favor.

Sua visão das questões de sexualidade e gênero é evidenciada pelas expressões que utiliza, como “homossexualismo” – termo que não é mais utilizado por tratar a homossexualidade como doença –, “comportamental” – que trata a homossexualidade como opção do indivíduo e não como orientação pré-disposta – e “privilégio”, que sugere que os homossexuais ficariam em uma posição superior caso o projeto fosse aprovado.

Sabe-se que isso não é verdade, visto que a população LGBTTQIA é, frequentemente, vítima de discriminação e até agressão no Brasil: um relatório⁸ feito pelo Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos em 2016 apontou que eram feitas cerca de cinco denúncias diárias ligadas à discriminação sexual e de gênero. Logo, o Projeto não se trata de privilégio, como afirma o pastor, mas sim de garantir igualdade e justiça para esses grupos.

⁸ Disponível em http://www.huffpostbrasil.com/2016/02/26/relatorio-homofobia_n_9330692.html.

Percebe-se, aí, que Malafaia utiliza o seu direito à liberdade de expressão garantido pela Constituição Federal para agir de forma intolerante com relação a essa minoria. Além das expressões que sugerem desconsideração aos grupos LGBTTQIA, a fala do pastor é marcada pelo uso de verbos no imperativo, que demonstram sua posição “superior” com relação aos movimentos contrários e também aos seus fieis. Reforçam seu papel de liderança e, mais ainda, de empreendedor moral – nesse caso, como impositor de regras.

Para além do empreendedorismo no sentido moral, a primeira categoria identificada na análise também aponta para os aspectos comerciais da atuação do pastor. As estratégias de vinculação do portal Verdade Gospel ao perfil, bem como a divulgação de seus programas de TV refletem a grande variedade de veículos à qual Malafaia é ligado.

Em seu perfil no Twitter, ao contrário do que foi percebido no Facebook (onde a opinião é expressa de forma rasa, normalmente indicando outros veículos onde a informação encontra-se, de fato), a argumentação e o posicionamento de Silas são bastante claros e característicos da visão de um grupo de pessoas – evangélicos ou não.

Apesar de enxergar o ativismo como característica dos movimentos contrários, inclusive denominando os grupos LGBTTQIA envolvidos no debate de “ativistas gays”, as atitudes de Silas com relação ao PLC 122 revelaram nele as qualidades de um ativista político e, mais ainda, midiático. Nos meses analisados, Malafaia liderou uma verdadeira revolução junto a grupos evangélicos e conservadores, alcançando, de certa forma, o efeito desejado: o projeto continua arquivado até hoje.

Referências bibliográficas

BECKER, Howard. Empreendedores morais. In: **Outsiders: estudos de sociologia do desvio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BOURDIEU, Pierre. Gênese e estrutura do campo religioso. In: _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

Brasil já é o segundo país em número de contas no Twitter | InfoBrasil. Disponível em: <<https://www.infobrasil.inf.br/noticia/brasil-ja-e-o-segundo-pais-em-numero-de-contas-no-twitter>>. Acesso em 7 de abril de 2017.

CUNHA, Magali. A interseção mídia religiosa e mercado e a ressignificação de signos bíblicos pelos evangélicos. **Relegens Thréskeia**, v. 3, n. 1, p. 1-23, 2014.

_____. Audiência, mercado, política e poder: chaves teórico-interpretativas da intensa aproximação das Organizações Globo com o segmento evangélico no Brasil. In.: MOREIRA, A.

et al. Anais do VII Congresso Internacional em Ciências da Religião. Programa De Pós-Graduação Em Ciências Da Religião, PUC Goiás, Goiânia, 08 a 11 de abril de 2014. **Anais...** 2014b, p. 3-17.

FELICIANI, Márcia; DALMOLIN, Aline. Silas Malafaia e os Direitos LGBT: Uma Análise das Interações na Página do Pastor no Facebook. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, USP, São Paulo, SP, 05 a 09 de setembro de 2016. **Anais...**

IBGE: catolicismo cai 22,4% e vê nova ascensão de evangélicos. Disponível em: <<https://noticias.terra.com.br/brasil/ibge-catolicismo-cai-224-e-ve-nova-ascensao-de-evangelicos,7c9ddc840f0da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em 07 de abril de 2017.

MARIANO, Ricardo. Crescimento pentecostal no Brasil: fatores internos. **REVER (PUCSP. Online)**, v. 4, p. 68-95, 2008.

PROJETO DE LEI DA CÂMARA nº 122, DE 2006 - (CRIMINALIZA A HOMOFOBIA).
- Pesquisas - Senado Federal. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/79604>>. Acesso em 31 de março de 2017.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; BASTOS, Marco. O discurso dos #ProtestosBR: análise de conteúdo no Twitter. **Galaxia**, n. 28, p. 199-216, dez. 2014.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos media. In.: SANTANA, R. M. (Org.). **Reflexões sobre o mundo contemporâneo.** Rio de Janeiro: Revan; Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2000, p. 169-213.

Silas Malafaia propõe boicote à Disney por beijo gay | Viver: Diário de Pernambuco. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2017/03/02/internas_viver,691880/silas-malafaia-propoe-boicote-a-disney-por-beijo-gay.shtml>. Acesso em 24 de março de 2017.

Violência homofóbica: Brasil tem 5 denúncias por dia, mas números reais são muito maiores, diz relatório. Disponível em: <http://www.huffpostbrasil.com/2016/02/26/relatorio-homofobia_n_9330692.html>. Acesso em 7 de abril de 2017.