

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

## **Evangelização e Pregação Política no Televangelismo: Análise do Programa Vitória em Cristo<sup>1</sup>**

Sudaleif ALVES<sup>2</sup>

### **RESUMO**

De acordo com Martín Barbero (1987), teórico da comunicação, o apresentador é um facilitador no trânsito entre a realidade e o espetáculo. Ele participa de um mecanismo de identificação devido, entre outros fatores, a concomitância temporal através da imagem ao vivo. Juliana Gutmann (2009) amplia a reflexão e propõe ser o apresentador um mediador. Esse conceito televisivo pode ser intensificado se essa figura [o apresentador] exercer papel espiritual e sua plateia for uma comunidade religiosa. Isso porque, de acordo com a perspectiva de Weber (1993), os fiéis entendem a figura do pastor como alguém que consulta a divindade. Com base nesse referencial teórico, a proposta desse estudo se concentra em entender como o pastor Silas Malafaia, televangelista da Igreja Assembleia de Deus e apresentador do programa Vitória em Cristo, mescla discurso político e proselitismo religioso na televisão. A hipótese aponta para o fato de que Malafaia se utiliza de estratégias midiáticas televisivas para se valer da imagem do apresentador-profeta, com a finalidade de convencer o telespectador-fiel a votar segundo suas orientações. Para tanto, utilizaremos dois momentos metodológicos: o primeiro consiste numa reflexão bibliográfica e, o segundo, numa análise de observação dos 12 programas “Vitória em Cristo”, veiculados pelas emissoras Rede TV! e Band, durante a campanha eleitoral de 2014. O trabalho busca mostrar que o discurso midiaticizado é construído para interferir na decisão do telespectador-fiel-eleitor.

**PALAVRAS-CHAVE:** Televangelismo; mídia e religião; política evangélica; programa Vitória em Cristo.

### **1. Televangelismo**

A televisão é a vida pelo vídeo, a forma eletrônica mais desenvolvida para dinamizar o imaginário coletivo, bem como a maior produtora de imagens. Espetacularizar todos os acontecimentos é seu modo de transmitir o mundo para o mundo. (MARCONDES FILHO, 1998). Martín Barbero, por sua vez, chega a afirmar que através desse fenômeno da imagem, a notícia, por exemplo, tornou-se mais verdadeira que a própria verdade, a imagem mais real que a realidade. Diante da televisão, "que é fascinante e, portanto distanciador, o espaço é dominado pela magia do ver: por uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada Engenheiro Coelho, SP, 18/8/2016

<sup>2</sup> Estudante de Jornalismo no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp) e de Serviço Social na Universidade Paulista (UNIP). e-mail: sudaleif@fazbem.com

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016  
proximidade construída mediante uma montagem que não é expressiva, e sim funcional, sustentada na base da "gravação ao vivo", real ou simulada." (BARBERO, 1987, p. 295). Assim, a realidade espetacularizada é vista como mais real do que a própria verdade. E esse conceito tão complexo para ser explicado, tornou-se um hábito cultural facilmente incorporado: assistir á tevê.

Por ser um veículo de comunicação pleno, a televisão centraliza os interesses e poderes gerais da sociedade em muitos países (MARCONDES FILHO, 1998, p. 18). Sociedade essa que teve vários grupos se valendo desse meio de comunicação para atingir seus próprios objetivos, incluindo os evangélicos para pregar. Nesse contexto, surge então o termo televangelismo e igreja eletrônica. Magali Cunha define e comenta (2002, p. 4)

Igreja Eletrônica: nomenclatura com maior uso para refletir mais a espetacularidade da televisão, incluindo também o grande uso do rádio. Algumas críticas à precariedade do termo indicam que ele pouco reflete o aspecto comercial fortemente presente neste processo. As críticas indicam também ao uso pouco apropriado da palavra "igreja" no termo, pois, na prática, não haveria uma presença de "igreja" na programação e, sim, de líderes religiosos e seus seguidores.

## **1.1 Televangelismo nos Estados Unidos**

No estudo sobre o televangelismo, precisamos aprofundar sobre o início da pregação televisiva nos Estados Unidos. Hugo Assmann (1986, p.32) analisou a atuação dos principais televangelistas dos anos de 1970 e 1980. Foram eles: Oral Roberts, Jerry Falwell, Jim Bakker, Robert Schüller, Paul Crouch, Robert Tilton, Bill Bright, Rex Humbard, Jimmy Sweggart e Pat Robertson. Destes, apenas os três últimos fizeram sucesso aqui no Brasil com programas em horários comerciais na TV Tupi, SBT, Rede Record e na Rede Bandeirantes.

Esses pastores pioneiros tinham algumas características comuns entre si como o eixo salvação-milagres-coleta de fundos, o viés fundamentalista da interpretação bíblica variando apenas as ênfases na pregação e participação política. Entre eles, destacamos Rex Humbard e seu foco na mensagem familiar e nas posições político-ideológicas. Jimmy Sweggart também explorou o dom musical e mantinha o programa com longas

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016  
pregações e pregava contra o comunismo. Pat Robertson foi o que teve menor destaque no Brasil. Seu programa era, majoritariamente, de entretenimento, mesclava religião com variedades e exercia forte ênfase na política neoconservadora norte-americana. (CUNHA, 2002).

## 1.2 Televangelismo no Brasil

Sobre os primeiros televangelistas evangélicos brasileiros, Magali Cunha também comenta (2002, p.6),

Na TV, [...] foram R R Soares, Nilson Amaral Fanini e Edir Macedo. Nilson Fanini, pastor batista, ascendeu nos anos de 1970 com o programa “Reencontro” veiculado pela TV Educativa do Rio de Janeiro, retransmitido em todo o país, com versão radiofônica. O programa televisivo viajou para outros países como a África do Sul, Paraguai e Estados Unidos (Miami). A imagem de Fanini era reforçada nas concentrações “evangelísticas” que ele realizava em estádios de futebol.“

O relacionamento com os altos escalões do governo militar rendeu ao pastor Fanini em 1983 a concessão por 15 anos do Canal 13 no Rio de Janeiro. O projeto não chegou a estrear e Fanini se afastou da mídia. Outro televangelista que destacamos é R.R. Soares, quem está a mais tempo no ar. O líder da Igreja Internacional da Graça de Deus começou nos anos de 1970, com programas diários e já teve seu programa veiculado pela TV Record, CNT, Rede TV, TV Gazeta e hoje está na TV Bandeirantes. Ainda segundo Cunha (2002), R. R. Soares se apresenta sempre com trajes formais (de terno), tendo o formato do programada como um culto com ênfase na cura, no sucesso econômico-financeiro, nas longas pregações e depoimentos de curas e outras “bênçãos” alcançadas. "A coleta de ofertas para o programa, a venda de publicações e o convite para participar de cultos na Igreja da Graça são outros ingredientes da programação." (2002, pg. 6)

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

No final da década de 1980, as igrejas evangélicas e o movimento pentecostal cresceram perceptivelmente. Essa forte presença pode ser vista pelo 1) auto investimento feito em espaços na mídia (compra de rádios, jornais e canais de televisão) e 2) a presença no Poder Público com a contribuição para o estabelecimento de uma "bancada evangélica" no Congresso Nacional, fornecendo deputados (BRASIL, 1995). Concomitantemente á essa avanço do envolvimento midiático com os evangélicos pelos televangelistas, houve o estreitamento com a política.

### **1.3 Evangélicos, a mídia e a política**

Contudo, apesar dessa estreita relação entre evangélicos, mídia e política na década de 90 a televisão e a política foram campos dos quais os “crentes” se abstiveram por muitos anos. Freston (1993) explica que os evangélicos encontravam na televisão um meio de peversão dos valores morais e algo que tomava o tempo dos fiéis, enquanto a política representava o poder e todas as mazelas e filiações do mundo terreno e secular. Entretanto, o próprio Freston explica o porquê da mudança de posicionamento: "antes de uma teoria da conspiração, o que a relação entre protestantes e mídia demonstra é [...] o vínculo íntimo entre mídia e política no Brasil e a integração dos evangélicos nesta cultura política. [...] as concessões são moeda política valiosa” (1993, p.147). E complementa que a aliança advém do controle e uso inteligente de um poderoso órgão da mídia evangélica. A mídia tem potencialidade para ser um meio de projeção e poder na comunidade evangélica porque é orgânica assim como o estilo de prática religiosa.

Para Miklos (2010), essa intencionalidade é real e aplica-se especificamente á atividade de projetar candidatos apelando á religiosidade dos fiéis-eleitores. Para ele, nunca antes, católicos ou evangélicos aglomeraram tanta influência nos meios de comunicação eletrônicos nem trabalharam tão visivelmente para,

eleger diretamente deputados, senadores e governadores ou apoiar candidatos com seus ideias e projetos. Esse movimento espelha a velha tática de associar o controle dos meios eletrônicos de comunicação ao

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo

XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial

Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

poder político, mesmo que o discurso oficial afirme a pretensão de que “criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da sua vontade salvífica. (2010, p. 32)

Essa tentativa tem sido bem sucedida porque segundo o mesmo autor, a bancada evangélica no Congresso já chegou a contar com cerca de 70 deputados gerados pela ligação entre igrejas e os meios de comunicação. Nessa relação, mais importante do que o próprio poder político, é o discurso simbólico de encapar na lógica de vida do religioso um novo significado para as experiências da vida que antes recebiam a nomenclatura categórica de domínios profanos. (MIKLOS, 2010)

## **2. Profeta e Apresentador: A percepção do público sobre o líder espiritual**

Antes de tratar sobre os conceitos de apresentador e profeta, é importante entender como os fieis da comunidade religiosa enxergam o pastor, líder espiritual. Kehl (2009, p.153) explica o motivo pelo qual as massas se identificam com a figura do líder ou do ídolo:

A insignificância pública dos homens na sociedade de massas é compensada pelo mecanismo de identificação com a imagem de um líder, uma figura de projeção que represente ao mesmo tempo a encarnação dos ideais e ideal de visibilidade. O sujeito não se torna mais visível ao participar da massa – pelo contrário –, mas compensa sua invisibilidade identificando-se com a imagem do líder ou ídolo.

Weber (2000) aprofundando essa relação entre pastor-fiél, explica que a comunidade deposita na figura do pastor o conceito de cuidado pastoral porque o vê como alguém que consulta a divindade. É baseado em “uma qualidade pessoal considerada extraordinária e em virtude da qual se atribuem a uma pessoa, poderes ou qualidades sobrenaturais, sobre-humanos, ou pelo menos, extraordinários específicos, ou então se a

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

toma como pessoa enviada por deus, como exemplar, e, portanto, como líder.” (2000, p. 158). Portanto, essa posição permite que os fiéis sejam acostumados a receber positivamente as orientações de seus líderes tanto sobre assuntos espirituais quanto a aplicabilidades de ensinamentos bíblicos no cotidiano.

Essa ampla aceitação e a questão da autoridade está relacionado ao acesso ao sagrado na religião. Segundo Preuss (2015, p.105), “quando o fiel assume que quem está diante dele detém algum tipo de poder carismático ou de alguma forma está mais próximo do sagrado, julga que esse líder é capaz de conduzi-lo numa experiência que o leve à presença de algo maior.” É por essa autoridade que o fiel se submete aos líderes religiosos e acata suas orientações bíblicas ou aplicadas ao cotidiano. Para Weber, os pastores são responsáveis por orientar, aconselhar e oferecer normas de comportamento e conduta pelas quais os fiéis pautam suas vidas.

## **2.1 O conceito de profeta**

Do ponto de vista da sociologia, profeta é um portador de carisma que transmite o ensino religioso, entre a comunidade é um “renovador da religião” que confere novo significado através de suas novas revelações (WEBER, 1993). Deus, por ser uma realidade imaterial, não fala ao povo e quem fala em seu nome também não é o dono do discurso, apenas porta-voz ou “interpretador” da palavra de Deus (CITELLI, 1994). Entretanto, Heschel (2001) sustenta que o profeta não é apenas o portador de recados,

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

mas é alguém que tem acesso à presença divina e participa de seu conselho. Mais que um mensageiro, é uma testemunha da palavra.

Apesar das divergências sobre a definição, é consenso que o profeta não deve buscar chamar atenção para si, mas ressaltar aquele que é o autor da mensagem, Deus. Seu objetivo não deve ser aterrorizar ou gerar medo nos ouvintes, mas clamar para a conversão numa missão onde ele é apenas coadjuvante. Por esse fato, outros pesquisadores argumentam que o conceito inicial de “carisma” não é apropriado para descrever o profeta porque o foco não deve estar sobre uma característica humana, e sim no poder divino recebido (HESCHEL, 2001)

## **2.2 O conceito de apresentador**

A televisão desde o início, ainda em preto e branco, despertava um fascínio no telespectador. As pessoas falavam com os apresentadores pensando que estavam sendo vistas por eles, ficavam magnetizadas pelo aparelho e paravam suas conversas para ouvir a caixa. Ligar esta representava adentrar em um espaço para outros mundos. As imagens "criam um elo entre a pessoa e a entidade espiritual (imaginária) através do quadro: por aí se ultrapassam os limites da casa e “comunica-se”, criando um canal direto com a divindade” (MARCONDES FILHO, 1988, p. 10). Entretanto, mesmo com a evolução da imagem, permaneceu a função estratégica do apresentador. Martín Barbero comenta:

A televisão recorre a dois intermediários fundamentais: um personagem retirado do espetáculo popular, o animador ou apresentador, e um certo tom que fornece o clima exigido, coloquial. O apresentador-animador [...] mais do que um transmissor de informações, é na verdade um interlocutor, ou melhor, aquele que interpela a família convertendo-a em seu interlocutor. Daí seu tom coloquial e a simulação de um diálogo que não se restringe a um arremedo do clima "familiar". (BARBERO, 1987, p. 294)

Ele também comenta que o apresentador é a figura que facilita o trânsito entre a realidade do cotidiano e o espetáculo ficcional, uma ponte entre o que é mundo e o que é



Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

particular de quem assiste. O autor denomina a simulação do contato como sendo o fenômeno que ao interpelar em tom coloquial, o apresentador simula um diálogo que contribui para dar ao telespectador o sentimento de proximidade e identificação com o cotidiano.

Já Gutmann (2009) os vê como “donos da informação”, possuidores da autoridade para apresentar a população o que lhe aprouver. Os apresentadores personificam a autoridade que os jornalistas televisivos reivindicam deles para agirem como sendo os representantes da sociedade civil. E essa característica se torna ainda mais evidente através do ao vivo pois assim, os apresentadores se tornam os condutores centrais do conteúdo. Do lugar da fala, eles se valem da prerrogativa de dizer ao público o que é mais relevante e "se tornam autoridades capazes de pronunciar a última palavra a respeito de um determinado assunto sendo elevados à condição de atores políticos no espaço público” (PREUSS, 2015, p. 99). Ainda baseado em Gutmann (2009), os apresentadores são os delegados da audiência.

Assim, entendemos que a posição do discurso do apresentador mais a função religiosa que ele desempenha são elementos que favorecem a carga política das orientações oferecidas. O discurso do apresentador somado à essa potência persuasiva, fascinante e arbitrária que a televisão proporciona, também pela figura do apresentador, e o papel do profeta entendido pela comunidade religiosa, favorece ao público um pacote que pode ser usado de maneira totalitária. (PREUSS, 2015)

### **3. Silas Malafaia e o programa Vitória em Cristo**

Em 1982, Pastor Silas Malafaia criou o programa Vitória em Cristo que inicialmente tinha o nome de Impacto e só em 1999 houve a troca para o nome atual. Hoje, com duração de 1h, o programa é veiculado pela Rede TV! aos sábados, as 9h e pela Rede Bandeirantes, a partir do meio dia. Também pode ser assistido pelo site da Associação Vitória em Cristo e pela plataforma YouTube nos canais do pastor: prmalafaia e Silas Malafaia Oficial.



Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

Ao interpelar o telespectador, Malafaia passa a impressão de que ele conversa diretamente com o público e isso facilitaria a criação de vínculos de proximidade e credibilidade. Ao contrário do sermão, onde o pastor se direciona para uma plateia como um culto gravado, ele sozinho no estúdio transfere uma atenção maior a quem assiste. Barbero (1987) comenta que quando o apresentador fala olhando para a câmera, significa que tudo o que acontece só tem existência garantida pela força do próprio meio de comunicação.

Malafaia se vale dessa função do apresentador e de estratégias midiáticas televisivas, como olhar diretamente para a câmera, para explicar a temática do processo eleitoral. Assim, mescla o papel do pastor com o de apresentador, pastor quando esclarece assuntos bíblicos para desfrutar do direito de emitir comentários e apresentador quando explica contextos políticos. (PREUSS, 2015). Em um próximo tópico, serão apresentados exemplos dessa fala. Como apresentador também relaciona a longa trajetória do programa, 32 anos, à benção divina perpetuada sobre o apresentador e o programa. Segundo o próprio programa, essa realidade se consiste num indicativo da confirmação divina. E o fato de ter se tornado um programa transmitido internacionalmente, a versão dublada em inglês está em mais 200 países, também faz parte dessa demonstração de que seu projeto é aprovado por Deus. Preuss cita que,

a operação simbólica que se engendra nesse jogo enunciativo não é apenas a que eleva o apresentador ao status de autoridade devido a sua inserção na cena televisiva, mas a que identifica o apresentador como o escolhido de Deus para estar nesse lugar como modo de Deus efetivar sua atuação no espaço público. (2015, p.101)

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

Malafaia também se vale do recursos da imagem ao vivo e da ênfase na urgência para supervalorizar seu conteúdo, como nos exemplos a seguir: “Daqui a pouco algo grave, muito grave. Eu quero dar um alerta aos evangélicos desse país, uma coisa séria”. (MALAFAIA, 19.07.2014, 39min. 46s.). “Eu quero pedir pra você, me acompanha meu irmão! Não dá pra ficar esperando de um sábado pra outro aqui não, vai por mim. E acompanhe também: verdadegospel.com. Tem três vídeos lá dentro que você tem que assistir!”(MALAFAIA, 20.09.2014, 57min.). “A minha denúncia é gravíssima”. (MALAFAIA, 26.06.2014, 47min). O pastor ainda convoca ao telespectador para acompanhá-lo na internet ramificando assim, sua influência para além da televisão.

### **3.1 Malafaia como profeta**

Se por um lado, na função de porta-voz de Deus qualquer palavra dita pelo profeta é irrefutável, por outro, o fato de não ser Deus também permite não assumir plenamente a responsabilidade pelo que é dito, afinal ele não é o autor do discurso. É assim, que comentários e juízos de valor pessoais podem ser assinados debaixo do guarda-chuva do “Assim diz o Senhor”, a “Palavra de Deus”. E quem ouve também entende dessa maneira, como já visto. Vale citar o pensamento de Preuss (2015) quando diz que o discurso religioso permite uma espécie de limbo ético, pois quem dele se mune pode utilizá-lo para quaisquer finalidades com a possibilidade de permanecer incólume, imune ante certas demandas da jurisdição humana (2015, p.115).

Malafaia recorre a figura do profeta com frequência. O trecho a seguir foi extraído durante a Macha pra Jesus no Rio de Janeiro, dia 31 de maio de 2014, depois veiculado

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016  
em 7 de junho de 2014 na Rede TV!. Como de costume, o evento lembra um comício, no qual, ao invés de um político, há um palco montado a céu aberto para uma multidão ao lado da Câmara Municipal do Rio de Janeiro. Malafaia confere um tom energético e enfático durante toda a sua fala, enquanto bandeiras com a palavra JESUS eram agitadas na rua. Para introduzir o assunto, o pastor cita uma psicóloga que teria sido cassada e impedida de atuar por ser cristã citando o caso como “perseguição”, o que seria um exemplo com apelo emocional para a fala seguinte:

Eu quero dizer uma palavra pra você aqui, a Bíblia diz assim: “crede no Senhor vosso Deus e estareis seguros, crede nos vossos profetas e prosperareis”. Eu quero dar um alerta ao povo evangélico. Eu já tenho dado na tevê, eu tô dando mais uma vez, isso aqui vai pra tevê, pra você que está aqui escute o que eu vou te dizer e aguça o teu ouvido. Há um jogo político do inferno pra nos desqualificar da nossa cidadania. Você não é cidadão de segunda classe, você é cidadão brasileiro pra fazer a diferença! (MALAFAIA, 07.06.2014, 21min.57s.)

Malafaia, em outro programa, também comenta sobre a incumbência e responsabilidade dada por Deus a ele. Uma clara afirmação de como o televangelista vê a si e ao seu papel de profeta para influenciar a política e a mídia:

Eu quero exercer influência. Você lembra do profeta Eliseu, quando ele falou com a Sunamita? “Tem alguma coisa que eu possa falar ao rei a teu favor? Tem alguma coisa que ele possa falar ao chefe do exército?” Ele era um homem de influência. [...] Já falei para a minha esposa e ela tá autorizada, se amanhã eu for candidato a algum cargo eletivo, pede pa [sic] chamar, botar numa camisa de força, porque Deus não me chamou pra isso. Mas pra influenciar sim. Me chamou pra ir lá, na cara deles, no Congresso e largar o aço, pra ir na imprensa e botar pra quebrar, pra enfrentar ativista gay, lutar contra aborto. Deus me levantou sim. (MALAFAIA, 17.08.2013, 14min. 20s.)

### **3.3 O discurso político**

Se Marx pode influenciar o direcionamento político do país, então Jesus também pode. Essa é a lógica de Malafaia para assumir o papel de defensor do povo e aquele que

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

zela pelo bem-estar da comunidade cristã, como quem irá guia-los nas escolhas certas, pois conhece o jogo político brasileiro. É por isso, que ele não abre mão de mesclar evangelização com pregação política. Isso muito bem exemplificado na fala: “Fala na tua igreja: “o pastor Silas vai ensinar que você pode votar em um eleger outro, pra você não jogar teu voto fora. Lógico, você é livre pra votar em quem você quiser, é apenas uma instrução”. (MALAFAIA, 30.08.2014, 51min.22s).

Ele mistura elementos religiosos, políticos e publicitários para persuadir que o pastor só visa o benefício da sociedade cristã, do fiel, que por sua vez se condiciona a pensar que esse é o único caminho para contribuir para a preservação do ideais da igreja. Faz isso, pregando que a participação ativa do crente na esfera pública é uma forma de expandir o reino de Deus e promover o desenvolvimento da sua obra. Preuss bem comenta que "esse reino anunciado pelo pastor se instaura aqui na Terra e sua inauguração é promulgada através da participação política dos fiéis. Sob essa lógica, o voto é imprescindível, pois torna-se a expressão da vontade de Deus” (2015, p.162). Vejamos este trecho:

E aí, nós reclamamos que a política só tem corruptos, só tem bandidos, tem isso tem aquilo e nos omitimos da vida social como se fôssemos seres exclusivamente espirituais. Isso é uma das maiores ignorâncias! Isso é uma das coisas mais horrorosas que foram ensinadas aos crentes, [...] ‘Nós não temos nada a ver com a vida, não temos nada a ver...’ A gente se isola da vida social, de comunidade, ‘nós não temos nada a ver... (MALAFAIA, 27.09.2014,42min.).

Se isolar dessa vida social é um assunto bíblico porque é dito ao telespectador que o crente não deve viver baseado na esperança de um novo reino futuro pois o reino de Deus deve ser implantado nesta Terra. Portanto, ao invés de simplesmente cumprir o

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

seu dever cívico ao votar, o fiel deve participar ativamente no processo político porque essa é uma das maneiras de implementar o reino de Deus desde agora (PREUSS, 2015).

Nesse discurso político, vale também a mesclagem de outros recursos persuasivos televisivos como o fator de longevidade do programa como citado anteriormente:

Eu quero dar aqui um conselho a todo o povo de Deus. O momento é um momento muito especial. Eu estou há 32 anos aqui nesse programa. Deus me colocou aqui. Porque eu só tô na TV pela graça, [...] É a boa mão de Deus tocando em corações. Eu quero dar um conselho porque o tempo vai passar, gerações virão e eu não quero que o futuro diga que teve pastores covardes nesse tempo. (MALAFAIA, 16.08.2014, 51min.).

Quando reforça sua imagem como homem "colocado ali por Deus", ele tanto desassocia a ideia de que seu discurso é proselitismo religioso com fins políticos, quanto valida sua participação na política através do papel de profeta. Para ele, não é política, é apenas o cumprimento do dever que Deus a ele incumbiu. Como já explicado por Freston (1993), um dos principais objetivos de tal empenho de mesclar mídia, religião e política é conseguir mais concessões e espaço televisivo pra ele mesmo e outros televangelistas de sua igreja. Ideia essa expressa:

Eu ouvi muito profetismo quando eu era garoto, sabe, quando eu era adolescente na igreja. "A televisão é do diabo e a política é do diabo..." Olha, eu to desconfiado que o capeta disse: 'Jeová, não vai ter briga entre nós, o teu povo lá na terra me entregou tudo!' Hoje, vai tentar botar um programa de televisão no ar! Vai! Põe pra ver! Porque não tem! Tem gente que pensa que tem tantos pastores... Tem quatro pastores em rede nacional porque é caríssimo e não é fácil, tá? (MALAFAIA, 27.09.2014, 40 min.).

Outro exemplo é a citação na íntegra da passagem bíblica feita por Malafaia: "Meu povo foi destruído por falta de conhecimento. Uma vez que vocês rejeitaram o conhecimento, eu também os rejeito como meus sacerdotes". Ao citar, o apresentador

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

remete ao fiel á figura do profeta bíblico e demonstra que não apenas conhece a Bíblia, mas também tem a capacidade de aplicá-la á atualidade. O trecho referente á Oseias faz o paralelo de que o povo não tem conhecimento, e ele mesmo está fazendo este serviço porque vem da parte de Deus para evitar a penalidade futura. Vejamos mais dois trechos de seu programa:

Preste atenção, no primeiro sábado de setembro eu vou ensinar a você. Meu filho, o meu povo perece porque falta conhecimento. Eu vou te ensinar pra você não ser enganado por uns malandros que são infiltrados na seara evangélica, no meio evangélico. Eu vou te ensinar como é que se elege um deputado federal e um deputado estadual. [...] Eu vou te explicar como é que os malandros infiltram gente no nosso meio e você tá crente que tá elegendo um irmão e acaba elegendo um vagabundo de um ímpio que vai contra todos os nossos princípios e valores. (MALAFAIA, 30.08.2014, 50min.).

Malafaia também apela para que os evangélicos acordem e assim, se põe novamente no papel de profeta, pois clama ao povo adormecido.

Acorda líderes! Acorda povo de Deus! [...] Nós tamo calados. Hã? Tem mais de 800 projetos! Você vai votar em quem pra deputado federal? Você vai votar em quem pra deputado estadual? Você não pode negociar esse voto meu irmão! Você não sabe, eu já ensinei aqui que o voto é quociente eleitoral, vote em quem tem chance de chegar lá. O irmãozinho aí da tua igreja que é candidato infiltrado por um bandido pra poder juntar o quociente, o cara vai ter 500 votos não vai ser eleito. O outro tem mil, o outro tem 2 mil, o outro 3 mil, não vai ser eleito! Porque isso aí não elege deputado federal nem estadual. Acorda povo de Deus! Acorda líderes! Acordem! (MALAFAIA, 27.09.2014, 52min.)

Ele apela para o despertar político e apoia-se em referências bíblicas para justificar-se porque é de seu interesse esclarecer que as orientações dadas não são um oportunismo eleitoral ou propaganda partidária, é um serviço ao cidadão.

Portanto, ao assumir a fala de profeta no papel de apresentador, Malafaia busca através do discurso religioso-político aliar sua imagem á uma figura de autoridade política sem ser candidato partidário. Contudo, entendemos que não é apenas o discurso

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

verbal que influencia, mas também o lugar da fala como ator político e midiático no meio televisivo o que corrobora para uma legitimação de seus discursos e orientações. Sua influência, não provém apenas de sua posição como líder religioso, mas da “aura” da qual é revestido pela imagem televisiva. "Se nas narrativas bíblicas a autoridade do profeta era chancelada por Deus, na instância da imagem ao vivo é a televisão que lhe confere esse atributo." (PREUSS, 2015, p.113)

#### **4. Considerações finais**

Concluimos então que as orientações políticas dadas pelo pastor Silas Malafaia, em seu programa Vitória em Cristo, são apresentadas pelo viés da prestação de serviço e da promoção da cidadania e dos direitos evangélicos na política e meios de comunicação. Através da mescla do 1) discurso religioso: expressões , textos bíblicos e a figura do pastor; 2) fala política: explicações processuais e críticas; aliados á 3) recursos televisivos: papel do apresentador e longevidade do programa. Assim, o pastor constrói uma rede de argumentos persuasivos para o telespectador-fiel. Malafaia orienta o público quando mistura seus papéis de comunicador, profeta e cidadão vinculando sua imagem a campanhas eleitorais mesmo que seja em outras mídias que não a televisão.

Logo, baseado nos conceitos de Barbero (1987) sobre a figura do apresentador e de profeta segundo Weber (2003), assim como a análise de Freston (1993) e Preuss (2015) as orientações dadas por ele carregam um forte indício de uma agenda política previamente estabelecida e não podem ser entendidas apenas como uma prestação de



Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

serviço despretensiosa. Enquanto o papel do profeta sugere ao fiel repeito á autoridade religiosa e consideração as suas orientações, a televisão na figura do apresentador conduz á uma reverência ao ídolo e portador da verdade. Se o discurso religioso apresenta uma base de interpretação e aplicação da Bíblia a outras esferas, a imagem televisiva possibilita a expansão desse discurso. Não são apenas os elementos contidos na fala, mas também todo o conjunto de leitura dos papeis representados e ferramentas utilizadas imbuídas, combinadas na pessoa do televangelista Silas Malafaia.

## **BIBLIOGRAFIA**

ASSMANN, Hugo. **A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1986.

BRASIL, Alexandre. **Crescimento pentecostal: um fato!** Contexto Pastoral, 5(25), mar-abr 1995.

CITELLI, A. **Linguagem e Persuasão**. São Paulo: Ática, 1994.

CUNHA, Magali do Nascimento. **O conceito de religiosidade midiática como atualização do conceito de Igreja Eletrônica em tempos de cultura gospel**. Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo. Disponível em: [http://intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP1cunha.pdf](http://intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP1cunha.pdf) f. Acesso em: 26/05/2016

FRESTON, P. **Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao Impeachment** IFCH/UNICAMP. 1993. Tese de doutoramento.

GUTMANN, J. **Articulações entre Dispositivos Televisivos e Valores Jornalísticos na Cena de Apresentação do Jornal Nacional**. In: Congresso brasileiro de ciências da comunicação, INTERCOM, 23, 2009, Curitiba. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/premios/2009/Gutmann.pdf>>. Acesso em: 11 mai. 2016.

KEHL, M. **Visibilidade e espetáculo**. São Paulo: Boitempo, 2009

MALAFAIA, S. **Programa Vitória em Cristo**. Publicado no canal oficial do YouTube prmalafaia. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/prmalafaia>>. Acesso em: 28 maio 2016.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo

XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial

Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

MALAFAIA, S. **Vitória em Cristo**. Disponível em: <<https://vitoriaemcristo.org>>.

Acesso em 09 de junho 2016.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A televisão e o mundo**. São Paulo: Scipione, 1994

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios as mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1987.

MIKLOS, Jorge. **A construção de vínculos religiosos na ciber-cultura: a ciber-religião**. Dissertação (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

PREUSS, L. **As telereleções no telespaço público: o programa Vitória em Cristo e a estratégia de mesclar evangelização e pregação política**. 206 f. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. São Paulo: ECA/USP, 2015.

WEBER, M. **The sociology of Religion**. Boston: Beacon Press, 1993.