

Religião e negacionismo no contexto da pandemia¹

Bruna de Mello Franco²

Resumo: Com a pandemia de Covid-19 e a onda negacionista no país em relação ao tema, o artigo aborda a religião midiaticizada e a relação de pentecostais e neopentecostais em assuntos de cunho político e social, neste caso, questões sobre saúde pública. A partir da fundamentação teórica bibliográfica, buscou-se discutir religião e mídia no contexto atual, tendo como base Martino (2012a, 2012b), Cunha (2016) e Sodré (2006); em seguida, amparou-se as teorias por meio de uma análise contéudística do pronunciamento do Pastor Silas Malafaia no vídeo intitulado “O ódio a Bolsonaro e às religiões em tempo de pandemia”, a fim de evidenciar a importância de se considerar discursos de figuras religiosas que possuem grande visibilidade pública na produção de sentidos e na criação de modelos de comportamento.

Palavras-chave: Religião. Negacionismo. Pandemia. Silas Malafaia.

1 Introdução

Nas últimas décadas a comunicação teve seus processos reconfigurados de maneira constante, à medida que as mudanças dessas dinâmicas de troca de informações também reestruturam comportamentos sociais, culturais, econômicos, a relação entre tempo e espaço e as normas da sociedade. Para Castells (2013) as redes possuem capacidade de inserir, além de novos agentes, novos conteúdos no processo de sistematização da sociedade, já alertando para a relativa autonomia que se tem nesse meio, o que o autor chama de centros do poder.

Nesse sentido, o artigo buscou contextualizar a mídia dentro de um cenário em que pronunciamentos religiosos potencializados pelos diferentes meios de comunicação, em específico, as redes sociais digitais, podem significar impactos relevantes para o ambiente político e de saúde pública, reconhecendo o papel da mídia enquanto ferramenta não apenas tecnológica ou de mera transmissão, mas também de sua importância enquanto agente produtor de sentidos na sociedade.

A religião midiaticizada é um dos assuntos da discussão e que irá auxiliar na compreensão sobre a dimensão de significados que podem ser atribuídos entre seus

¹ Artigo apresentado ao Grupo de Trabalho Narrativas contemporâneas nas mídias do XV Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura, realizado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, Universidade de Sorocaba – Uniso – Sorocaba, SP, 27 e 28 de setembro de 2021.

² Mestranda em Comunicação (FAAC - Unesp), bruna.franco@unesp.br.

interlocutores, tendo em vista o caráter persuasivo do tipo de discurso que está inserido nesse processo de comunicação, o qual traz em si características hieráticas capazes de transformar as significações sobre aquilo que se fala, e nesse caso, questões que envolvem o cenário da pandemia da Covid-19 e o negacionismo científico que se instala no país.

O objeto da pesquisa se trata de um pronunciamento em vídeo realizado pelo Pastor neopentecostal Silas Malafaia, líder da igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo. O vídeo intitulado como “O ódio a Bolsonaro e às religiões em tempo de pandemia” foi veiculado através do canal oficial do líder no Youtube, uma de suas várias redes sociais que acumulam milhares de seguidores.

Dada sua importância enquanto figura religiosa e conseqüentemente sua grande visibilidade pública, os objetivos do estudo consistiram em evidenciar a presença cada vez mais expressiva dos pentecostais e neopentecostais em cargos e assuntos políticos, bem como a relação destes com a mídia e influência no processo de formação de opinião pública. Partindo de uma fundamentação teórica bibliográfica, o artigo trouxe problematizações quanto a relação desses tipos de pronunciamentos com o contexto atual da pandemia e justifica esses aspectos por meio de uma análise contéudística do objeto de estudo mencionado, trazendo à tona colocações do líder religioso com potencial catalisador a teorias negacionistas em relação às medidas de contenção da pandemia.

2 Mídias no contexto atual

Quando se fala em mídia, comumente liga-se o termo aos meios e veículos de comunicação que realizam os processos de transmissão de informações, sejam as mais tradicionais como também as digitais que ganharam espaço dominante na sociedade nas últimas décadas. Cunha (2016) destaca que as normas sociais, bem como as relações e organização do corpo social, são regidas pelas referências do que a autora denomina como cultura midiática, tendo como base seus princípios mais primordiais, tais como a lógica atemporal, conectividade e não-linearidade.

Martino (2012a, 2012b) define esse contexto como produto dessa mediações e entende que o processo de midiatização pode ser compreendido como resultado das transformações da contemporaneidade considerando o avanço dos meios eletrônicos e digitais que fazem parte do escopo da comunicação e que esse acontecimento enfatiza a presença onipresente das mídias, deixando de lado o conceito de que seriam apenas transmissoras de informações e mensagens, mas que também atuam como agentes

produtores de sentido dentro de uma sociedade, ou seja, a midiaticização como um fenômeno social.

Sodré (2006) classifica a midiaticização como um novo bios, uma outra esfera da existência, detentora de uma identidade cultural própria que o autor denomina como “tecnocultura”, sendo que é colocado em questionamento como essa qualificação atinge a constituição da realidade social “[...] moldagem de percepções, afetos, significações, costumes e produção de efeitos políticos, desde a mídia tradicional até a novíssima, baseada na interação em tempo real e na possibilidade de criação de espaços artificiais e virtuais.” (SODRÉ, 2006, p. 22).

Nesse sentido, é viável a compreensão do papel da mídia e seus processos enquanto parte das referências das práticas sociais e no que se refere a formação de opinião pública, uma vez que pensar a utilização dos recursos tecnológicos como neutra, seria ignorar sua função interativa nas construções intelectuais dos indivíduos. Para Martín-Barbero (2006), as tecnologias enquanto mediadoras de informação, podem configurar conjuntos sólidos e interativos relacionados até mesmo a interesses econômicos e políticos, atuando através das mediações sociais e embates simbólicos, sendo que justamente por esses aspectos, constituem novas formas de concepções de opinião pública.

Diante da recepção das informações e mensagens, sabe-se que além do papel das mídias há de se considerar a posição do destinatário. Nesse sentido, Sodré (2006, p. 23) comenta sobre as influências entre a mídia e o público, as quais não são apenas normativas, mas também se relacionam o sensorial e o emocional “[...] com o pano de fundo de uma estetização generalizada da vida social, onde identidades pessoais, comportamentos e até mesmo juízos de natureza supostamente ética passam pelo crivo de uma invisível comunidade do gosto, na realidade o gosto “médio”, estatisticamente determinado”.

Considerar esses fatores, implica em contextualizar a inserção das mídias nos processos de socialização, mas sem deixar de lado os elementos externos e condições do ambiente de recepção. Martín-Barbero (2006) pontua que a chamada revolução tecnológica não se resume apenas na inserção de novas máquinas e recursos, mas também configura uma nova forma do indivíduo se relacionar com os processos simbólicos, ou seja, aquilo que institui o cultural, assim como as diferentes maneiras de produzir e distribuir bens e serviços, sendo que ambos os aspectos se convergem em um novo modo de se comunicar. Dessa forma, o autor salienta que a globalização e as convergências

tecnológicas do século atual acabam também por desenharem um novo universo que compreende a linguagem e a escrita, além da adesão do audiovisual que impulsionado pelos recursos digitais cada vez mais avançados, configuram novas alternativas e temporalidades voltadas para a compreensão da informação. Castells (2006, p. 231) ressalta que se a informação é poder, a comunicação seria contra poder, sendo que essa possui “[...] a capacidade de mudar o fluxo de informação a partir da capacidade autônoma de comunicação, reforçada mediante as tecnologias digitais de comunicação, realça substancialmente a autonomia da sociedade com respeito aos poderes estabelecidos”.

Tratando-se das formas de comunicar e considerando o cenário midiático em que a sociedade contemporânea se encontra, faz-se necessário compreender a adaptação das instituições sociais às diferentes linguagens, o que envolve o entendimento das novas formas de transmissão de mensagens, sejam elas políticas, educacionais, econômicas, culturais e até mesmo religiosas, sendo que esta última será abordada de maneira mais específica relacionando-a aos processos midiáticos da atualidade.

2.1 A religião no contexto da midiática

Segundo Martino (2012b, p. 222), “a midiática vem se afirmando como uma característica preponderante de várias igrejas e grupos religiosos, alterando práticas religiosas que são reconfiguradas e repensadas no contexto de uma sociedade igualmente midiática”. O autor apresenta a ideia de que a midiática no contexto religioso trouxe mudanças não só para as práticas do âmbito religioso, como também inseriu novas dinâmicas internas na esfera da comunicação, uma vez que “a midiática da religião não acontece dissociada do universo simbólico das mediações do receptor, que chega à experiência religiosa midiática provido de um repertório de símbolos, práticas e expectativas de mediação em relação ao religioso” (MARTINO, 2012b, p. 231).

De acordo com Gouvêa Neto (2017, p. 323), a população evangélica foi a que mais obteve crescimento no Brasil entre 1980 e 2000 “saltando de 15,6% da população em 2000 para 22,2% da população em 2010, o que representa em números absolutos um aumento de 20, 1 milhões de adeptos”. Uma pesquisa realizada pelo Datafolha e publicada em janeiro de 2020, apontou que 50% da população é católica e 31% da população é

evangélica, constatando ainda que os evangélicos podem superar os católicos em números em pouco mais de uma década (MAPA..., 2021).

Gouvêa Neto (2017) identifica que os evangélicos, ao transformarem a sua mensagem com o amparo dos meios de comunicação, acabam por instaurar um novo padrão de vida e alteraram a percepção do fiel sobre ele e seu grupo, surgindo uma espécie de nova identidade evangélica. Cunha (2014, p. 288) salienta que “A dimensão da participação e da transformação dos receptores em emissores, por meio de processos de interação possibilitados pelas novas mídias, especialmente, pela internet, mudou radicalmente o quadro da relação igrejas-mídias”.

Bratosin e Paes (2017) enfatizam que a relevância da midiatização da religião se encontra nas diferentes formas de se apresentar o religioso, além de promover transformações na transmissão das informações religiosas, ou seja, uma mudança de conteúdo e prática em si. Nodari e Krindges (2014) apresentam a ideia de que dentro desse universo de mudanças nos processos de comunicação, também acontecem alterações no campo religioso, pois se há alguns anos atrás as igrejas utilizavam os meios de comunicação como forma de evangelizar, na atualidade possuem canais de mídia exclusivos e próprios, além de terem aumento da visibilidade ao exibirem suas programações em horários nobres.

Martino (2012a) complementa dizendo que a midiatização da religião não se altera apenas em suas práticas, mas também apresenta uma remodelagem vasta nas significações do “religioso”, “sagrado” e até mesmo da experiência religiosa dentro de uma sociedade midiatizada, sendo que na época das mídias que se convergem, Cunha (2016, p. 14), argumenta sobre os cristãos, ao dizer que além de emitirem conteúdo, também “[...] promovem encontros, debates, geram informação e divulgam eventos [...]”. A socialidade tornada possível pelas mídias digitais é facilitadora de intercâmbios entre grupos internos e externos às igrejas – uma nova forma de evangelização”. Martino ainda destaca que a visibilidade das igrejas adquiridas através do uso das mídias, faz com que o número de fiéis aumente e conseqüentemente fortalece a força política da instituição, dando-lhe um caráter mais legítimo enquanto “instância representativa dos princípios de um contingente de pessoas” (MARTINO, 2012a, p. 233).

Sem ignorar a presença católica no espaço midiático, como padres que trazem celebrações e shows musicais nos veículos, há de se enfatizar a questão da visibilidade

das instituições neopentecostais. Martino (2012a, 2012b) constata que as igrejas do país que mais demonstram crescimento significativo nos últimos anos são justamente aquelas que obtiveram maior êxito no que se refere ao diálogo com os meios de comunicação, como exemplos a Igreja Renascer em Cristo, Igreja da Graça, Igreja Mundial do Poder de Deus, Igreja Universal do Reino de Deus, etc. Nodari e Krindges (2014) mencionam a relação entre sistema midiático e mercado que inevitavelmente abarcam, nesse sentido, o campo da religião, uma vez que as pessoas são disputadas a vivenciar a fé por meio do virtual ao dizer que mesmo que os ambientes das redes virtuais de relacionamento passem por mudanças repentinas, essas colaboram para o surgimento de novas comunidades de pertencimento.

Cunha (2016) lembra que a década de 90 é marcada pelo início da consolidação dos chamados impérios de mídia das igrejas no Brasil, tendo como uma das principais a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), uma vez que os dirigentes da instituição fazem parte das 11 famílias que são donas da mídia do país, sendo que o conteúdo que são transmitidos por seus veículos são diversificados e abrangem o não religioso também, inclusive a emissora se estabelece na segunda colocação dos canais televisivos com maior audiência no Brasil com a Rede Record. “Seguem-se à IURD a Igreja Internacional da Graça de Deus, a Igreja Renascer em Cristo e a Igreja Católica Romana.” (CUNHA, 2016, p. 6).

Lembrando que canais se estendem para além da mídia tradicional, as mídias digitais são vias cada vez mais exploradas dentro do cenário evangélico, tendo as redes sociais como forma de se aproximar cada vez mais dos fiéis. Os líderes religiosos das igrejas citadas no parágrafo anterior, tais como Silas Malafaia, R.R Soares e Edir Macedo possuem contas oficiais em redes como Youtube, Instagram, Twitter e Facebook, onde transmitem mensagens através de vídeos, textos e transmissões ao vivo com conteúdo religioso e até mesmo assuntos que populares do momento, principalmente se envolverem questões políticas, sociais e culturais que possam interferir em valores morais, princípios e concepções da doutrina cristã.

Com o aumento da presença do público nas redes, com ênfase nos grupos pentecostais e neopentecostais, como visto, houve uma reconfiguração no cenário em que a religião agora também se contextualiza no espaço midiático. Ocupando mais lugares na sociedade, entende-se que suas vozes também ecoam em maiores proporções e

intensidade, colaborando para a construção de identidades, ideais, e opinião pública, sendo que para entender como ocorre esse processo, faz-se necessário compreender os tipos de apelos que são utilizados nessas narrativas.

2.2 Religião e formação de opinião

Segundo Peña-Alfaro (2005), tem-se o discurso religioso como mediador de práticas sociais, uma vez que se trata de um recurso que prega e divulga todo um sistema que agrega crenças, questões de valores morais, éticos e de espiritualidade, tais como “[...] visões de mundo e do homem, que são transmitidos, validados e legitimados através de práticas sociais no interior de uma instituição definida como religiosa pelos membros participantes ou por outros fora dela, nos quais busca adesão” (PEÑA-ALFARO, 2005, p. 56). Considerando essa circunstância em que a mensagem religiosa serve como mediadora e pode validar comportamentos sociais, compreende-se a importância que Gouvêa Neto (2017) aponta ao dizer que quando os evangélicos fazem uso dos recursos midiáticos e do espaço político para reivindicar seus carecimentos religiosos, eles reconhecem sua pujança e poder representativo.

Essa repercussão pode ser relacionada com o fortalecimento da chamada bancada evangélica no Congresso Nacional. Segundo a matéria publicada no portal UOL, “Em 1994, eram 21 deputados federais evangélicos, hoje já são 105 deputados e 15 senadores, o que equivale a 20% do Congresso” (COVID..., 2020). Considerando essa aproximação significativa dos religiosos no campo da política, é possível compreender a força que os membros das igrejas neopentecostais possuem para recorrerem às demandas que atendam às suas respectivas pautas e comunidade em geral, uma vez que aderem uma natureza conservadora aos debates e leis apresentadas nos últimos tempos. Silva (2017) aponta que alguns temas como a descriminalização do aborto, casamento civil para pessoas do mesmo sexo, eutanásia e outros assuntos que abrangem cânones, bem como valores morais das igrejas, tornam-se tabus nas discussões de política no país. O autor complementa dizendo que “[...] os parlamentares eleitos pela Igreja católica e Igrejas neopentecostais formam coalizões políticas para frear iniciativas que interfiram no status quo, notadamente na conservação dos valores morais (SILVA, 2017, p. 249).

Essa busca pela preservação de valores e princípios de suas doutrinas por parte desses grupos pode se tornar algo que oferece riscos às comunidades minoritárias da

sociedade, tendo em vista que a parcela religiosa e conservadora do legislativo tem como um de seus encargos, barrar as tentativas de consolidação de seus direitos. Há também a possibilidade do aumento dos índices de intolerância provenientes dos grupos sociais que compõem a esfera religiosa evangélica e que compactuam com os discursos proferidos pelos membros das igrejas presentes no campo político.

Gouvêa Neto (2017) destaca pontos sobre as consequências do discurso religioso dos líderes evangélicos evidenciando a heterogeneidade destes, bem como a variedade de práticas e condutas, que “[...] a ideia de se defender os valores cristãos – morais e éticos – são trazidos para a esfera pública através dos meios de comunicação e chegam a repercutir na política brasileira” (GOUVÊA NETO, 2017, p. 327). Nesse sentido, faz-se necessário entender a relevância da junção entre política e religião na esfera dos pronunciamentos, visto que inclui visualizar o campo dos apelos existentes dentro de ambas as esferas. Ao que leva até mesmo a análise sobre o ponto de vista linguístico, sendo que Peña-Alfaro (2005) ressalta que é possível classificar o discurso religioso enquanto prática social e discursiva que tem potencial de disseminar sistemas de crença, valores que envolvem moral, espiritualidade e ética, como “[...] visões de mundo e do homem, que são transmitidos, validados e legitimados através de práticas sociais no interior de uma instituição definida como religiosa pelos membros participantes ou por outros fora dela, nos quais busca adesão” (PEÑA-ALFARO, 2005, p. 56).

Considerando esses aspectos, os receptores obtêm as mensagens como guia de comportamentos e régua moral, uma vez que muito além das representações na política, a representação do líder religioso à frente de uma igreja agrega a ele credibilidade, segurança e visibilidade, visto que além da responsabilidade a ele conferida por estar à frente de um público fiel, há o que Peña-Alfaro (2005) denomina como recurso de autoridade, a qual ele identifica como a proferição de um discurso que é endossado pela autoridade divina de Deus, ou seja, fala-se sempre em nome de Deus, logo a força da palavra do líder também provém desse apelo e daí a potencialização para a capacidade do convencimento, sendo que “este talvez seja o elemento mais importante para dar ao discurso religioso a ênfase retórica da qual é investido para conseguir os efeitos e produção de sentido desejados pelos pregadores religiosos nas suas mensagens dirigidas ao público escolhido” (PEÑA-ALFARO, 2005, p. 57).

Nesse sentido, Campos e Vieira (2014) descrevem que na linha do discurso religioso, o diálogo entre emissor e receptor no processo acaba por ser comprometido, tendo em vista que o criador do discurso se trata de Deus, logo, o questionamento e a reversibilidade por parte dos fiéis torna-se impossível, pois a palavra dita é oriunda daquele que seria representante de Deus. Tendo em vista essa análise sobre a crescente visibilidade religiosa em instituições públicas, inclusive na política, bem como a compreensão da relevância das vozes dos representantes e como eles têm potencial significativo enquanto figuras formadoras de opinião das massas - principalmente fiéis - é pertinente afirmar a importância de considerar cada vez mais esses aspectos em investigações a respeito das disposições sociais que se formam, considerando as pautas aqui já mencionadas e também as mais recentes, como exemplo o negacionismo no contexto da pandemia da Covid-19.

3 Religião e negacionismo no cenário da pandemia

A pandemia da Covid-19 teve seu início no fim de 2019 e tomou maiores proporções no início de 2020, alastrando-se pelo mundo e trazendo consequências danosas até os dias atuais. Segundo o site do Ministério da Saúde, “a Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global” (O QUE..., 2021), sendo que o SARS-CoV-2 teve seus primeiros casos de infecção em pacientes com pneumonia em Wuhan, na China, em dezembro de 2019.

De acordo com uma matéria publicada pela Agência Brasil, a OMS estima que 3,4 milhões de pessoas tenham morrido em decorrência do vírus até maio deste ano. Segundo o último boletim emitido pela Organização Mundial da Saúde, no dia 1 de junho de 2021, “o maior número de novos casos foi reportado do Brasil (420.981 novos casos; 198.1 novos casos por 100.000; queda de 7%), [...] o maior número de novas mortes foi reportado do Brasil (12.736 novas mortes; 6.0 novas mortes por 100.000; queda de 7%)” (FARGE; REVILL, 2021, tradução nossa).

O Brasil sofre uma onda de negacionismo desde o início dos eventos, onde parte da população ignora as medidas de contenção do vírus recomendadas pelas organizações da saúde, como o uso de máscaras para proteção das vias respiratórias, distanciamento social e higienização constante das mãos. Mesmo que já comprovado cientificamente que

ainda não há tratamento precoce ou outras vias de controle da doença sem ser as medidas restritivas e a vacinação, corre por grupos, redes sociais e entre simpatizantes do governo atual, teorias sobre tratamentos milagrosos e remédios como prevenção sem comprovação científica, bem como a ampliação do movimento antivacina. Morel (2021, p. 3) salienta que,

Por mais que não tenhamos espaço para aprofundar todos os múltiplos atores que influenciam a difusão dessas teorias negacionistas da pandemia, não podemos deixar de apontar questões conjunturais fundamentais para tal difusão: as posições do presidente e de diversos porta-vozes do governo federal, que desde o início da pandemia buscam minimizar sua gravidade; as pressões de diferentes setores econômicos pela reabertura das cidades e pelo fim do isolamento; a insuficiência das medidas de proteção aos trabalhadores ante a pandemia. Esses e outros fatores influenciaram sem dúvida o crescimento das teorias negacionistas, fazendo coro ao apelo de parte da população por uma ‘volta à normalidade’.

Quando se fala sobre esses outros atores, é possível retomar o assunto aqui tratado, a influência da religião e seus líderes enquanto agentes formadores de opinião. Valla (2002) fala sobre a relação das igrejas pentecostais e neopentecostais - tendo-as como mediadoras do diálogo com o público – com as questões de políticas públicas e saúde pública, visto que segundo o autor, existe uma proposição de que há uma aproximação muito significativa entre religião e saúde, considerando os discursos religiosos que possuem toques milagrosos e de proteção divina, sendo que o autor classifica esse fenômeno como uma “crise de compreensão” sobre os assuntos externos a fé.

3.1 Silas Malafaia: fé e pandemia

Silas Lima Malafaia é pastor neopentecostal, formado em psicologia e líder da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo. Em seu site oficial, ele conta que além de palestrante, conferencista e produzir conteúdo como livros, CDs e DVDs, também possui uma a segunda maior editora evangélica do país, a Central Gospel. Foi um dos precursores como apresentador de programas evangélicos na televisão brasileira, atualmente chamado de Vitória em Cristo, que é veiculado pela AVEC (Associação Vitória em Cristo), uma associação gospel fundada pelo líder religioso em 1982, que não só transmite o programa, mas também atende pessoas através de projetos sociais.

Nessa breve apresentação em sua página na internet, Silas Malafaia fala sobre os objetivos dentro do programa Vitória em Cristo “[...] sempre anunciei o evangelho, defendo os valores cristãos, a família, a vida e os princípios da palavra de Deus” (MALAFAIA, 2020). Além desses meios, o líder neopentecostal possui as redes sociais digitais oficiais na internet, como o Instagram (@silasmalafaia) com 2,9 milhões de seguidores, o Twitter (@PastorMalafaia) com 1,4 milhões de seguidores, o Facebook (Silas Malafaia) com 3 milhões de seguidores e desde 26 de março de 2014, seu canal oficial no Youtube (Silas Malafaia Oficial), com 1,36 milhões de inscritos, onde acumula cerca de 135.998.817 visualizações no total até o momento.

Considerando esse breve levantamento de informações sobre Silas Malafaia na mídia, tem-se um panorama da significativa visibilidade do líder, para além do público físico da comunidade de sua igreja, o que já apresenta a potência da propagação de seu discurso perante seus seguidores e a importância que deve ser dada a essa circunstância, dadas as evidências manifestadas na teoria apresentada. Nesse sentido, intenta-se comentar sobre um vídeo postado em agosto de 2020, no canal do YouTube, do líder religioso, intitulado “O ódio a Bolsonaro e às religiões em tempo de pandemia”, que possui até o momento cerca de 117.043 mil visualizações.

A seguir, alguns dos principais trechos retirados das transcrições das falas do pastor Silas Malafaia no vídeo em questão demonstram as proposições do artigo.

Silas Malafaia introduz o vídeo falando sobre o que ele chama de ódio ao presidente Jair Bolsonaro e às religiões no cenário da pandemia da Covid-19 no Brasil. Nesse primeiro trecho em específico, ele questiona a necessidade de estabelecer um número máximo de pessoas nos cultos presenciais, comparando a situação a alguns outros locais (essenciais) que não teriam a mesma exigência, atribuindo essa suposta seletividade à perseguição religiosa.

O que me deixa indignado hoje, é que tem prefeito estabelecendo número de pessoas em cultos de diversas religiões. Só podem 20 ou só podem 30. Aí eu pergunto: tem número limitado dentro de mercado? Só 30 pessoas? Dentro de bancos, só 30 pessoas? Dentro de um ônibus, só 30 pessoas? Não. Puro preconceito e perseguição religiosa. (MALAFAIA, 2020, 00:01:25).

Após supor que essas medidas restritivas fossem perseguição religiosa, no trecho seguinte o líder religioso faz um apelo para que os fiéis não votem em candidatos que

estão de acordo com essas diligências, trazendo pontos de negacionismo científicos pela primeira vez.

Quero conclamar evangélicos e católicos, se na sua cidade tem um prefeito desse preconceituoso, que está estabelecendo um número só para as religiões, não vote nesses camaradas porque isso não tem nada de ciência, é da cabeça deles, pura perseguição religiosa nada mais e nada menos. (MALAFAIA, 2020, 00:01:50).

As alegações nesse outro trecho retomam a negação a respeito das medidas de distanciamento social, uso de máscara e fechamento temporário do comércio, justificando que essas determinações seriam para benefício de prefeitos e governadores.

E outra gente, lá atrás quando eu falei que essa quarentena era de araque porque não protegia o pobre, porque nunca teve distanciamento no ônibus, trem, metrô e barca... máscara só se usou a partir de 15 de maio. [...] Quarentena, distanciamento tudo de araque, conversa fiada para a roubalheira de prefeitos e governadores como nós estamos vendo aí, não teve nada disso. (MALAFAIA, 2020, 00:02:14).

Nesse trecho, o pastor neopentecostal volta a reforçar a ineficácia do distanciamento social, negando a efetividade da quarentena e trazendo à tona novamente que as medidas restritivas seriam seletivas. Dessa vez, começa a citar o presidente Jair Bolsonaro também como vítima de uma perseguição partidária devido às suas decisões frente a gestão da pandemia, bem como cita a politização do vírus.

Se dependesse dessas quarentenas aí, sei lá, se dependesse disso aí era para no Brasil “ter” morrido milhares e centenas e centenas de centenas de milhares de pessoas. Tudo de araque, tudo de araque, que até hoje “tá” tudo cheio, tudo lotado, ônibus lotado, tudo aí. Ninguém tem distanciamento, o distanciamento só vale para a igreja, só vale para a religião. E Bolsonaro? Aí é que a coisa ficou feia. Politizaram o vírus, a imprensa e os partidos de esquerda, por causa das posições que o Bolsonaro. Lembra que Bolsonaro também foi contra isso? Dizendo, olha vai gerar uma catástrofe econômica que vai ser pior do que o coronavírus no Brasil. (MALAFAIA, 2020, 00:02:59).

Aqui, Silas Malafaia culpa a imprensa por politizar o vírus e por causar pânico na população e por atribuir o caos ao presidente, reiterando que isso seria perseguição a Jair Bolsonaro por motivações políticas.

Na verdade, Globo, Jornal Nacional, Veja, Folha e Estadão tinham que pedir perdão ao povo brasileiro por “politizarem” a pandemia de maneira vergonhosa, produzindo o pânico do povo que gerou consequências gravíssimas. [...] Terror, Terror. Pânico, morte, só por causa do presidente. O ódio ao presidente porque perderam a mamata de bilhões. Perderam bilhões e querem destruir o cara a qualquer preço a qualquer custo. (MALAFAIA, 2020, 00:04:20).

Nesse último trecho ele reforça o papel que a imprensa teria proposto que a situação da Covid é reduzida apenas ao Brasil com a finalidade de culpar o presidente pelas consequências.

Agora minha gente, olha a covardia da imprensa brasileira. Sabe o que que a imprensa brasileira quis passar para o povo? Que o coronavírus, o covid, era uma coisa só do Brasil. Uma pandemia mundial para tentar colocar a culpa no presidente. Mas a casa vai cair. (MALAFAIA, 2020, 00:05:03).

Dentre outras alegações a respeito de perseguição política, religiosa Silas Malafaia também chega a defender tratamentos com a cloroquina³.

Como já visto ao decorrer do referencial teórico e de acordo com Botelho (2018, p. 120) “as escolhas religiosas certamente fundamentam as decisões morais do indivíduo, figurando como razões morais determinantes para a sua conduta”. Tendo em vista esses aspectos e analisando as falas do Pastor Silas Malafaia do material objeto de análise, entende-se que apesar de não se tratar de um pronunciamento religiosamente formal, este apresenta-se através de uma figura tida como representante da palavra de Deus e que é detentora de visibilidade e credibilidade entre os fiéis, logo, a banalização de um tema grave de saúde pública pode refletir em consequências negativas expressivas para a população.

De acordo com uma matéria publicada pelo G1, em 3 de setembro de 2020, “Brasil termina agosto com 28.947 mortes pela Covid-19, apontam secretarias e Saúde” (PINHEIRO, 2020). Exatamente no mês em que o vídeo de Silas Malafaia é postado. Atualmente, em meados de 2021, segundo o consórcio de veículos de imprensa, o Brasil

³“Em março do ano passado, a OMS lançou uma série de pesquisas padronizadas sobre potenciais tratamentos para a doença. Entre os medicamentos analisados, estava justamente a hidroxicloroquina. Em julho, a organização suspendeu os estudos de forma definitiva, depois que os pesquisadores concluíram que a droga não reduziu a mortalidade de pacientes hospitalizados, mesmo com sinais de segurança associados ao uso do medicamento” (OMS..., 2021).

registra aproximadamente 480 mil mortes pela doença (COVID..., 2020). Ou seja, os números se tornam cada vez mais agravantes e apesar das vacinas estarem sendo aplicadas na população, o ritmo é lento, até agora o equivalente a 24,93% de brasileiros receberam a primeira dose e apenas 11,11% da população receberam a segunda dose (MAPA..., 2021).

Nesse sentido, as melhores medidas de contenção do vírus são, de acordo com estudos científicos: distanciamento social, uso de máscaras e higiene reforçada. Nas palavras do pastor neopentecostal, o distanciamento e quarentena recomendados seriam de “araque” e que a imprensa estaria fazendo alarde quanto a gravidade do assunto apenas para prejudicar o presidente da república, o qual tem feito, desde o início da pandemia, declarações polêmicas e contraditórias sobre a emergência do cenário, negando propostas de compra de vacinas de países do exterior, negando a eficácia do uso de máscaras e da necessidade do distanciamento, além de relativizar os números de mortes registradas.

4 Considerações finais

Não há de se retirar a importância das religiões dentro das estruturas sociais, visto que se trata de um fenômeno presente nas mais diversas culturas há milênios. A discussão que se fez presente não tem como finalidade questionar esses valores, mas sim contextualizar sua relevância em um cenário atual em que as vozes dos sujeitos são ampliadas por recursos midiáticos e assim fazem parte de uma nova forma de estabelecer significados sobre temas que são externos a práticas de crença e fé e abrangem a sociedade em um sentido mais amplo.

A visibilidade bem como a credibilidade atribuídas a alguém, nesse caso, um líder religioso ligado ativamente a causas políticas e sociais, podem de fato interferir não só em opiniões como também em comportamentos de indivíduos na sociedade, sem dizer que estes, ao reforçarem apoio a candidatos que compactuam com suas ideias, acabam pregando também influências sobre os votos de seus fiéis ou seguidores e adicionam a essa relação um viés político mais direto ainda.

Claro que não se pode reduzir a mudança de opinião imediata do receptor ao ter contato com uma figura com potencial influenciador, pois dessa forma se faria uma generalização do indivíduo como mero receptor, isento de senso crítico, sem capacidade de questionar e ignorando a influência de outros meios na formação de opinião e

pensamento, mas igualmente, há de se considerar o potencial dessas vozes, pois essas também se tornam agentes influenciadores capazes de exercerem papéis significativos como modelos de ação.

A partir do momento em que o fiel visualiza uma figura referencial relativizando questões de saúde pública e reduzindo a dimensão de uma pandemia apenas a interesses políticos e midiáticos, as consequências não se resumem somente a diferenças ideológicas ou de concepções, mas, neste caso, diz respeito a manutenção da vida e inerentemente ao benefício coletivo. Aqui cabe a possibilidade de continuar as discussões aprofundando a investigação sobre as raízes do negacionismo científico e sua relação tênue com as concepções religiosas seculares.

Referências

BOTELHO, M. O problema do discurso religioso nas sociedades líquidas e a efetivação do direito fundamental à liberdade de crença. **Direito e Liberdade**, n. 1, v. 20, 2018. Disponível em: <https://cutt.ly/6nHc7Jw>. Acesso em: 04 jun. 2021.

BRATOSIN, S.; PAES, P. Miatização da Religião. **Pauta Geral**, v. 4, n. 1, p. 144-151, jan./jun., 2017. Disponível em: <https://cutt.ly/snHEbG0>. Acesso em: 03 jun. 2021.

CAMPOS, N.; VIEIRA, R. A persuasividade do discurso religioso. **Linguagens**, v. 8, n. 1, 2014. Disponível em: <https://cutt.ly/jnHmT53>. Acesso em: 08 jun. 2021.

CASTELLS, M. Inovação, liberdade e poder na era da informação. *In*: MORAES, D. **Sociedade Miatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 225-231.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.

COVID: com 2.484 novas mortes, Brasil tem duas regiões com alta na média. **UOL Saúde**, 2020. Disponível em: <https://cutt.ly/anHvqtU>. Acesso em: 03 jun. 2021.

CUNHA, M. Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais. **Famecos**, v. 23, n. 2, 21 mar. 2016. Disponível em: <https://cutt.ly/xnHc5Rj>. Acesso em: 09 jun. 2021.

CUNHA, M. Interseções e interações entre mídia, religião e mercado: um objeto dinâmico e instigante. **Horizonte**, v. 12, n. 34, p. 284-289, 25 jun. 2014. Disponível em: <https://cutt.ly/SnHEN4N>. Acesso em: 05 jun. 2021.

FARGE, E.; REVILL, J. OMS: número global de mortes por covid-19 pode estar subestimado. **Agência Brasil**, 2021. Disponível em: <https://cutt.ly/bnHvZbh>. Acesso em: 10 jun. 2021.

GOUVÊA NETO, A. L. O uso político da religião e o uso religioso da política: como a defesa de pautas morais indica uma compressão de gênero. **Interações**, v. 12, n. 22, p. 323-342, 30 dez. 2017. Disponível em: <https://cutt.ly/unHvwhb>. Acesso em: 10 jun. 2021.

MALAFAIA, Silas. O ódio a Bolsonaro e às religiões em tempo de pandemia. **YouTube**, 27 ago. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=u4xTMUB_als. Acesso em: 05 jun. 2021.

MAPA da vacinação contra Covid-19 no Brasil. **G1**, 2021. Disponível em: <https://cutt.ly/3nHEm1L>. Acesso em: 03 jun. 2021.

MARTÍN-BARBERO, J. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, D. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 51-79.

MARTINO, L. A religião midiaticizada nas fronteiras entre público e privado: uma abordagem teórico-crítica. **C-Legenda**, Niterói, n. 26. ago. 2012a. Disponível em: <https://cutt.ly/cnHvKAV>. Acesso em: 09 jun. 2021.

MARTINO, L. Mediação e midiaticização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas. In: MATTOS, M.; JANOTTI, J.; JACKS, N. (Org.). **Mediação e Midiaticização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012b. p. 219-244.

MINHA História. **Silas Malafaia**, 2020. Disponível em: <https://www.silasmalafaia.com/minha-historia>. Acesso em: 11 jun. 2021.

MOREL, A. Negacionismo da Covid-19 e educação popular em saúde: para além da necropolítica. **Trabalho, Educação e Saúde**, v. 19, 2021. Disponível em: <https://cutt.ly/HnHvJCP>. Acesso em: 10 jun. 2021.

NODARI, P. C.; KRINDGES, S. M. Notas sobre ética, religião e mídia. **Interações**, v. 9, n. 15, p. 144-167, 04 set. 2014. Disponível em: <https://cutt.ly/OnHEIQ5>. Acesso em: 08 jul. 2021.

O QUE é a Covid-19? **Ministério da Saúde**, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>. Acesso em: 09 jun. 2021.

OMS, Europa e Anvisa não recomendam cloroquina para tratar a Covid-19. **CNN**, 2021. Disponível em: <https://cutt.ly/snHvHOe>. Acesso em: 04 jun. 2021.

PENÃ-ALFARO, A. **Estratégias discursivas de persuasão em um discurso religioso neopentecostal**, 2005. 246 f. Tese (Doutorado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005. Disponível em: <https://cutt.ly/rnHmP9F>. Acesso em: 08 jun. 2021.

PINHEIRO, L. Brasil termina agosto com 28.947 mortes pela Covid-19, apontam secretarias de Saúde; especialistas alertam que a pandemia não acabou. **G1**, 03 set. 2020. Disponível em: <https://cutt.ly/qnHvrNZ>. Acesso em: 05 jun. 2021.

SILVA, L. Religião e Política no Brasil. **Latinoamérica**, n. 64, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://cutt.ly/hnHvADA>. Acesso em: 11 jun. 2021.

SODRÉ, Muniz. **A antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2006.

VALLA, V. Mediadores, saúde e religião em Educação popular. **Cultura Vozes**, v. 96, n. 5, 2002. Disponível em: <https://cutt.ly/2nHvt99>. Acesso em: 09 jun. 2021.