

A TRAGÉDIA DE JONESTOWN: UMA BREVE ANÁLISE DAS TÉCNICAS MANIPULATIVAS DOS DISCURSOS DE JIM JONES

Álvaro José Maria Filho¹

RESUMO

Neste artigo, propõe-se analisar o discurso religioso para explicar o que dá àqueles que o proferem poder de persuasão e domínio sobre a sua audiência. Para embasar os argumentos apresentados, o primeiro e principal elemento abordado é a ilusão da reversibilidade, a qual, segundo Eni Orlandi, é a propriedade do discurso religioso que possibilita a relação entre o homem e a divindade. Essa relação se manifesta de várias formas, dentre elas, os sacramentos, os quais somente podem ser praticados por aqueles munidos de uma autoridade outorgada por um poder instituído. Devido a esse aspecto, no percurso desse trabalho, são discutidas, a partir dos estudos feitos pelo filósofo John Langshaw Austin, as condições exigidas para a outorga dessa autoridade.

Palavras-chave: Discurso religioso. Ilusão da reversibilidade. Autoridade.

ABSTRACT

In this article, it is proposed to analyze the religious discourse to explain what gives those ones who utter it the power to persuade and domain their audience. To base the arguments presented here, the first and main factor that is approached is the illusion of reversibility, which, according to Eni Orlandi, is the property of the religious discourse that allows the relationship between man and the divinity. This relationship manifests in various forms, among them, the sacraments, which can only be performed by those who are provided with an authority given by an established power. Due to this aspect, during the course of this article, this work will discuss based on the studies made by the philosopher John Langshaw Austin, the conditions that are required to assign that authority.

Keywords: Religious discourse. Illusion of reversibility. Authority.

¹Mestrando em Ciências das Religiões pela Faculdade Unida de Vitória-ES.

INTRODUÇÃO

A relação entre o discurso e o seu poder manipulativo tem levado muitos especialistas de diferentes áreas das ciências a terem-no como objeto de estudo, o qual, através de seus mecanismos persuasivos, possibilita a quem dele se utiliza a capacidade de manipular e induzir as pessoas a praticarem atos que, muitas vezes, têm surpreendido a humanidade.

Se se procurar nos arquivos da história relatos que confirmem a manipulação através da linguagem, vários casos poderão ser lembrados.

No meio político, por exemplo, pode-se citar o discurso proferido por Tony Blair em 2003, na época Primeiro Ministro britânico, para justificar o envio de tropas inglesas ao Iraque, tendo em vista a ameaça que aquele país apresentava ao Ocidente por, supostamente, possuir em seu arsenal armas de destruição em massa. Em sua mensagem, o chefe de estado britânico usou uma estratégia muito comum nos discursos manipulativos: a polarização, a qual consiste em posicionar de um lado os bons em oposição aos maus, os inimigos, do outro. Nesse caso específico, os bons eram representados pelas democracias, enquanto o lado antagônico era representado pelo governo ditatorial de Sadam Hussein (DIJK, 2010, p. 259).

Não diferentemente da política, a prática da manipulação através do discurso se faz presente também no meio religioso, e os seus resultados têm se mostrado, em alguns casos, catastróficos, como o ocorrido na Guiana Inglesa, em novembro de 1978, quando Jim Jones, o líder sectário da seita “Peoples Temple (Templo do Povo)”, com base em seus discursos manipulativos, levou seus seguidores a ceifarem suas próprias vidas e as de seus próprios filhos.

O que havia nos discursos religiosos de Jim Jones que deu a ele poder para induzir seus seguidores a cometerem um ato de tamanha barbaridade? Com o objetivo de encontrar respostas para essa pergunta, este trabalho procurará apresentar, com base em teóricos da análise do discurso, os mecanismos persuasivos presentes nos discursos religiosos de Jim Jones que deram a ele tal poder.

O QUE É PERSUADIR E O QUE É MANIPULAR?

Na sociedade hodierna, na qual o consumo é a palavra de ordem, é muito provável que em seu dia a dia as pessoas se deparem com discursos propagados pela mídia que procuram levá-las a agir conforme a intenção de seus enunciadores.

Tome-se como exemplo os anúncios comerciais que usam argumentos tão convincentes que podem levar os seus receptores a adquirir um produto divulgado nos meios de comunicação, através de técnicas argumentativas, uma vez que, nas palavras de Adilson Citelli:

O texto publicitário nasce na conjunção de vários fatores, quer psico-sociais-econômicos, quer do uso daquele enorme conjunto de efeitos retóricos aos quais não faltam as figuras de linguagem, as técnicas argumentativas e os raciocínios. (CITELLI, 2002, p. 42).

Embora algumas pessoas aceitem os argumentos apresentados, elas podem não agir em conformidade com os mesmos, enquanto outras concordam com as argumentações apresentadas pelo anunciante e agem de acordo com as mesmas. Ao agirem assim, os enunciatários são convencidos, persuadidos ou manipulados?

A resposta a essa questão pode ser obtida após um exame detalhado dos elementos constitutivos de um texto que dá a ele a sua identidade, tais como os esquemas de persuasão utilizados pelo locutor, a sua intenção, o seu perfil e o resultado que seus argumentos têm sobre seu receptor.

Em primeiro lugar, é importante que seja estabelecida a diferença entre convencer, persuadir e manipular, pois são esses conceitos que definem a natureza de um discurso e o seu poder de ação conforme a intencionalidade de seu enunciador.

O CONVENCIMENTO

Para se convencer alguém da veracidade de um posicionamento, é necessário que se use de argumentos lógicos que demonstrem que uma linha de raciocínio esteja correta e fundamente a ideia apresentada. Desta forma, é possível, por exemplo, através de uma apresentação de

causa e efeito, convencer que o aquecimento global é o resultado da ação do homem contra a natureza ou, ao contrário, argumentar que toda mudança climática não passa de um fenômeno natural e que o aquecimento global, de fato, não existe. Ainda que toda a argumentação seja bem construída, não há garantias de que todas as pessoas que concordarem com os argumentos apresentados venham a mudar de atitude em relação ao fato, pois elas podem ter sido somente convencidas e não persuadidas (ABREU, 2002, p. 25).

Pode-se dizer que o convencimento é o primeiro passo para que ocorra a persuasão, a qual depende da retórica, definida por Aristóteles como

[...] a faculdade de ver teoricamente o que, em cada caso, pode ser capaz de gerar persuasão. Nenhuma outra arte possui esta função, porque as demais artes têm, sobre o objeto que lhes é próprio, a possibilidade de instruir e de persuadir; [...]. (ARISTÓTELES. 2002. p. 10).

Em complemento ao conceito de Aristóteles, podem ser acrescentadas as palavras do filósofo polonês Chaim Perelman, o qual afirma que a retórica “é o estudo das técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses apresentadas ao seu assentimento” (PERELMAN, 2004, p. 141).

A PERSUASÃO

É com base no bom ou mau uso da retórica que se pode definir se um discurso é persuasivo ou manipulativo. É correto afirmar que o bom uso da retórica prima pela discussão racional dos argumentos, deixa o auditório livre para decidir quanto à sua adesão, respeita princípios éticos de diálogo, pois reconhece que somente através de uma discussão imparcial é possível chegar à solução de problemas como forma de definir a verdade. São esses os princípios sobre os quais se fundamenta o discurso persuasivo (ALVES, 2012. p. 129).

Assim, ao discursar de forma persuasiva, o enunciador não impõe nada. Ele dá liberdade aos ouvintes para refletir e se decidir se agirão ou não em conformidade com suas proposições.

Em sua obra “*Técnicas de Persuasão*”, o psicólogo escocês James Alexander Campbell Brown apresenta cinco esquemas básicos de persuasão. O primeiro deles é o uso dos estereótipos, os quais se referem a um modelo de imagem positivo a ser seguido e que é

transmitido pelo enunciador através de sua conduta, aspecto físico, dentre outras qualidades. Desta forma, quem fala procura convencer os ouvintes pela sua aparência (BROWN, 2002, p. 46).

Nas palavras de Brown, a fim de se obter uma influência negativa ou positiva sobre determinadas situações, o orador usa substituições de nomes, empregando figuras de linguagem, como eufemismos, para atingir determinados efeitos. Esse é o segundo esquema básico da persuasão, que se faz presente em um discurso em que o orador, por exemplo, em vez de falar que o capitalismo vai mal, ele diz que é preciso reaquecer a livre iniciativa (BROWN, 1976 *apud* CITELLI, 2002, p. 47).

Outro recurso citado por Brown, no terceiro esquema básico, é a criação de inimigos. O discurso persuasivo costuma criar inimigos mais ou menos imagináveis (BROWN, 1976 *apud* CITELLI, 2002, p. 47).

O quarto esquema básico citado pelo autor é o apelo à autoridade. É o chamamento a alguém que valide o que está sendo afirmado. Em um anúncio que procura vender um creme dental, por exemplo, busca-se a opinião positiva de profissionais da área odontológica para confirmar as qualidades apresentadas do produto. Em um discurso religioso, busca-se nas escrituras sagradas o lastro para que um enunciado tenha validade e aceitação (BROWN, 1976 *apud* CITELLI, 2002, p. 47).

Por final, Brown cita o quinto e último esquema: a afirmação e repetição. No primeiro caso, o enunciador não pode deixar qualquer sombra de dúvidas quanto à veracidade da mensagem que transmite, enquanto que, no segundo caso, ele procura levar o ouvinte à aceitação de uma mensagem pelo repetir constante de construções verbais.

Incorporando os recursos apresentados ao seu discurso, o orador tentará levar o seu público a agir em seu favor, mas de forma racional e voluntária, o que não acontece em relação à manipulação.

A MANIPULAÇÃO

A manipulação é o mau uso da retórica, sendo seu discurso centrado nos resultados, ou seja, na eficácia persuasiva, e seus argumentos apelam às emoções despertadas nos ouvintes (pathos), criando sedução e levando o auditório à sua adesão, às vezes imposta e, de certo modo, involuntária, alinhada às posições do orador, visando a seus interesses ou aos da pessoa, ou aos do grupo que ele representa (ALVES, 2012. p. 129).

O filósofo Alfonso López Quintás explica que:

manipula aquele que quer vencer-nos sem convencer-nos, seduzir-nos para que aceitemos o que nos oferece sem dar-nos razões. O manipulador não fala à nossa inteligência, não respeita nossa liberdade; atua astutamente sobre nossos centros de decisão a fim de arrastar-nos a tomar as decisões que favorecem seus propósitos (QUINTÁS, Acesso em: 24/04/2015).

Em termos lexicais, o verbo “manipular” é registrado como “preparar com a mão” (FERREIRA, 1993. p. 349). Somente os objetos são passíveis de serem manejados para se atingir uma meta. Com base nessa definição, o objeto é visto pelo manipulador somente como um meio para se atingir um fim. Nesse sentido, manipular é tratar uma pessoa ou grupo de pessoas como se fossem objetos, a fim de dominá-los facilmente, rebaixando-os, humilhando-os, o que vai ao encontro das palavras de Festinger, o qual afirma que na manipulação o manipulador ultrapassa o campo da consciência do manipulado, transformando-o num objeto. (FESTINGER, 1957. p. 179).

Desta forma, pode-se dizer que a manipulação é uma prática comunicativa interacional na qual o manipulador exerce, através do abuso de poder, controle sobre outras pessoas, normalmente contra a sua vontade e seus interesses. No uso cotidiano, a manipulação tem um conceito negativo, porque tal prática viola as normas sociais (DIJK, 2010, p. 234).

Às vezes, é possível notar as características de uma pessoa manipuladora já na sua infância, como se pode perceber em Jim Jones em seus tempos de criança. Desde cedo, ele havia aprendido como manipular as pessoas. Quando era visitado por seus amigos em sua casa, ele conseguia convencê-los a fazer as tarefas domésticas, como dar banho nos cachorros vadios

que adotava. Ele tinha a habilidade de prender a atenção de seu pequeno número de seguidores por horas e se colocava sempre como um líder. Agindo como um pastor mirim, ele pregava e admoestava, chegando até a realizar rituais fúnebres para os animais domésticos quando morriam, além de alegar ter poderes especiais e autoridade, a qual não permitia que ninguém desafiasse. Foi nessa época que Jim Jones começou a criar ambientes em que ele podia ter tudo e todos sob controle e realizar suas fantasias de onipotência e violência, como alguém que tivesse o poder sobre a vida e a morte. Esse mesmo ambiente ele reproduziria futuramente na “Peoples Temple” (MADDOX, Acesso em: 24/04/2015).

Fazendo referência a esse traço da personalidade de Jim Jones, Tim Reiterman, um jornalista e escritor americano, relata que

na escola, ele era recluso ao parque de diversões e, às vezes, um menino travesso e estudioso. Na garagem de casa e nas ruas, era um terror e em seu pequeno círculo de amigos de seu bairro, era um líder nato esperto. Era longe dos ambientes institucionais, onde havia a ausência da figura de uma autoridade, que Jim Jones fazia suas próprias regras e se sentia confiante e poderoso. Fora da escola, ele podia controlar os mesmos colegas que lá o intimidavam. Ele estruturava o ambiente para ser adaptado a ele, usando um certo jeito que, quando já adulto formado, podia ser imediatamente chamado de gênio. Ele aprendeu desde cedo como atrair seus colegas, mantê-los entretidos e sob controle. Para isso, ele mudava de atitudes, alternando entre uma pessoa amiga e companheira a uma personalidade dominadora, impondo sua autoridade e, às vezes, recuando (tradução nossa).²

Se, por um lado, o papel do orador é importante para se entender como se dá manipulação, por outro, não se pode ignorar o papel que os receptores têm no processo. Segundo a linguista austríaca Ruth Wodac, eles desempenham um papel mais passível do que na persuasão. Eles são vítimas da manipulação e isso acontece porque são incapazes de compreender as reais intenções ou ver as consequências das crenças e ações advogadas pelo manipulador (WODAK, 1987. p. 377–410).

Apesar da habilidade argumentativa que alguns oradores possuem, existe a possibilidade de que determinados receptores não sejam manipulados por sua mensagem.

² REITERMAN, T.; JACOBS, J., 1982, posição 479 de 15624. *At school, he was a playground recluse and a sometimes mischievous high achiever and bookworm. At the garage, and on the streets, he was a holy terror. And in his small circle of neighborhood friends, he was a roguish little natural leader. It was outside the institutional framework, in a vacuum of authority where Jim could make his own rules, that he first felt confidence and some power. Outside school, he could control the same playmates who intimidated him a school. He structured the environment to suit himself, using a certain knack that, when full-blown in adulthood, could rightly be called genius. He learned at a very early age how to attract playmates, keep them entertained and maintain a hold on them. To accomplish it, he shifted modes, from playmate and companion to dominator, pushing his authority then backing off.*

No caso da *Peoples Temple*, durante o último discurso de Jim Jones, ele trava uma batalha argumentativa com Christine Miller, uma adepta da seita que não concorda com seus planos.

Inicialmente, o plano de Jim Jones era, se necessário um dia, se mudar com todo o grupo para a Rússia. Entretanto, após o assassinato das pessoas no campo de pouso em Kaituma, ele muda de ideia e procura convencer todos de que a melhor saída seria o ceifamento de suas próprias vidas.

Na tentativa de manipular Christine, Jim Jones se dirige a ela apelando para o seu senso de comprometimento com o grupo, dizendo: “Eu não posso me separar da dor de meu povo. Nem você, Christine, se pensar bem. Você não pode se separar. Já caminhamos por um longo tempo juntos.”

Apesar de todas as argumentações de Jim Jones, Christine se mostrou irredutível até o final, colocando-se a favor da fuga do grupo para a Rússia para, assim, preservar a vida de todos os membros, especialmente das crianças.

Embora ela houvesse tentado de todas as formas convencer os fiéis presentes naquele momento de que o suicídio não seria a solução, eles preferiram dar ouvidos aos planos de Jim Jones, tirando suas vidas e as de seus próprios filhos.

Com base nessas explanações, pode-se afirmar que a principal distinção entre persuadir e manipular está na intenção do orador que, na persuasão, tem como objetivo apenas provocar a adesão dos seus ouvintes, apelando a fatores racionais, enquanto na manipulação, por ser um discurso que apela ao emocional, há uma intenção deliberada por parte do orador de seduzir as pessoas da audiência para atingir seus objetivos, ainda que isso possa trazer consequências danosas a elas mesmas.

O PERCURSO GERATIVO DO DISCURSO

Para dar prosseguimento a esse tópico, é necessário que se recorra à semiótica discursiva, que é um dos ramos de estudos linguísticos que se preocupa com as abordagens semânticas, de sentidos, que ultrapassam os limites das frases e atingem o texto produzido em uma comunidade linguística.

Neste campo, encontram-se as teorias semióticas concebidas pelo linguista lituano Algirdas Julius Greimas, as quais são úteis para se entender como se dá a manipulação discursiva.

De acordo com essa linha teórica, para se construir o sentido de um texto, é preciso conceber seu plano de conteúdo sob a forma de um percurso gerativo, ou, resumidamente falando, deve-se considerar os elementos contextuais que o compõem, procurando “descrever e explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz” (BARROS, 2005.p. 11).

Conforme a teoria do percurso gerativo, o texto é composto por três níveis: o fundamental, o narrativo e o discursivo (GREIMAS,1989. p. 305-307).

O nível fundamental, o primeiro nível da análise, é o ponto de partida na constituição de um texto. É nele que se buscam as categorias semânticas que estão na base da construção textual. É aqui que se identificam as categorias semânticas que mantêm entre si uma relação de contrariedade, de uma oposição semântica principal, como em luz x trevas, alegria x dor, sobre a qual se fundamenta todo o discurso. Após identificar essa oposição, busca-se entender a relação existente entre esses termos conforme a valoração que o próprio texto lhes dá. Essas valorações são atribuídas pelo texto, as quais podem variar, ou seja, aquilo que em um texto tem um valor negativo (disfórico), em outro pode ser positivo (eufórico) (FIORIN, 2005. pp. 21, 22).

No segundo nível, denominado nível narrativo, é onde os valores fundamentais são desenvolvidos do ponto de vista de um sujeito, seus estados, seus contratos, suas ações e suas transformações no percurso textual. Esse nível comporta quatro fases: a manipulação, a competência, a performance e a sanção. (BARROS, 2003. p. 187-219).

A primeira estratégia, a manipulação, mostra como tudo se inicia e aonde o enunciador quer chegar. Ela evidencia a forma de ação que o destinador, o manipulador, exerce sobre o seu

destinatário para que ele cumpra um programa estabelecido por meio de um contrato proposto.

É o destinador quem estabelece quais valores serão estabelecidos na narrativa, quais serão os valores eufóricos e disfóricos e a missão a ser cumprida. Assim, o papel do destinador é o “fazer-fazer” ou o “fazer-creer”.

No discurso da “Death Tape”, a morte tem valor eufórico, uma vez que ela é posta por Jim Jones como a solução para o sofrimento e a perseguição que seu povo vinha sofrendo. Em apoio ao ponto de vista de Jim Jones em seu último discurso, a Sra. McElvane, uma ex-terapeuta e ex-adepta da seita, procura levar todos a ter um olhar positivo sobre o que ocorre após a morte, dizendo que “se nós temos um corpo mutilado, de repente você passa a ter o tipo de corpo que você sempre quis ter.” (SCHEERES, 2011. p. 230).

Pelo modo que a vida é abordada nesse discurso, ela tem valor disfórico, pois Jim Jones sempre a apresenta de forma negativa em comparação com a morte. Em suas palavras, “é muito, muito mais difícil caminhar todos os dias e morrer lentamente. Desde a época em que você é uma criança até o momento em que você se torna grisalho, você está morrendo.” (MAAGA, Acesso em: 24/04/2015.)

De acordo com a semiótica greimasiana, para levar o enunciatário a fazer a sua vontade e crer no que ele diz, o destinador se utiliza de quatro estratégias manipulativas: a tentação, a intimidação, a sedução e a provocação (GREIMAS; COURTÉS.1979, p. 305-307).

Na tentação, conforme a semiótica citada, o enunciatário busca convencer os seus destinatários, ao lhes oferecer recompensas que serão alcançadas, caso ajam conforme a proposta enunciada. Entretanto, para que essa ação seja bem-sucedida, é necessário que a oferta seja algo de interesse do destinatário (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 270).

Essa é uma estratégia que pode ser notada no discurso de Jim Jones na “Death Tape”, uma vez que ele procurava incutir na mente de seus seguidores que o ato suicida que cometeriam seria recompensado na vida no além. Com esse propósito, em um momento de seu discurso, ele afirma: “É preferível dez milhões de vezes a morte do que dez dias a mais nesta vida. Se

você soubesse o que há adiante de você, se você soubesse o que há adiante de você, você se sentiria feliz por dar um passo adiante esta noite.” (MAAGA, Acesso em: 24/04/2015)

Nas palavras de Jim Jones, a morte era somente uma passagem para um mundo onde a alma pudesse descansar. Para um povo que já se sentia cansado, essas palavras tornavam o apelo de Jim Jones tentador.

Na segunda **estratégia** da manipulação, na intimidação, o enunciador age de forma ameaçadora, conscientizando o seu destinatário das punições que poderão advir de sua desobediência, por exemplo, a condenação ao castigo eterno nas chamas do inferno, caso não aja de acordo com um contrato (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 270).

No caso da *Peoples Temple*, Jim Jones não procurou intimidar seu povo com a ameaça de uma vida eterna no além, atormentada em um inferno de fogo, caso não ouvissem sua voz. A punição seria aqui na própria terra para aqueles que recusassem matar os seus filhos e a si mesmos. Jim Jones queria fazer com que todos acreditassem que o governo americano, em consequência pela morte do congressista Leo Ryan, enviaria tropas para o local e puniria todos. Isso era o que ele pretendia dizer, quando afirmou:

O que aquelas pessoas irão fazer quando chegarem aqui tornará a nossa vida pior do que num inferno. É melhor que não deixemos nenhum de nossos filhos para trás quando tudo estiver acabado, porque eles vão descer de paraquedas aqui sobre nós. Não há como, não há como sobrevivermos (MAAGA, Acesso em: 24/04/2015).

Na sedução, as estratégias usadas não são as promessas nem as ameaças, mas as exaltações, às vezes com certos exageros, que o manipulador faz da imagem do manipulado, tentando levá-lo a agir conforme os elogios feitos (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 270).

Quanto a esse aspecto, Jim Jones, com a pretensão de fazer os seus seguidores se sentirem especiais, massageava seu ego referindo-se a eles como “pessoas além do seu tempo”, como se a humanidade não os compreendesse e não os merecesse.

Na provocação, um aspecto que não está presente na “Death Tape”, ao contrário da sedução, o enunciador trabalha com aspectos negativos de seu público-alvo, levando-o a agir de forma a contrariar a imagem negativa criada pelo manipulador (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 270).

Em continuação, Greimas escreve que a segunda fase do nível narrativo, a competência, tem a ver com a aquisição das qualificações necessárias recebidas pelos destinatários para que eles, além de desejarem e se sentirem obrigados a praticar uma ação, tornem-se competentes para agirem conforme um plano estabelecido, o que acontece nesse momento do percurso discursivo (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 489).

Na performance, a terceira fase, após o destinatário, já devidamente manipulado e capacitado, ter interpretado o enunciado como verdadeiro e aceitado o contrato fiduciário proposto pelo destinador-manipulador, ele põe em prática a ação esperada.

No que diz respeito à quarta fase, a sanção, é nela que o destinador reconhecerá ou reprovará a ação do destinatário pelo cumprimento ou não do contrato fiduciário, podendo premiá-lo (sanção positiva) ou puni-lo (sanção negativa) de acordo com seu julgamento.

Concluindo, Barros afirma que o nível discursivo, o último nível do percurso gerativo do texto

é o patamar mais superficial do percurso, o mais próximo da manifestação textual. Pela própria definição do percurso gerativo, as estruturas discursivas são mais específicas, mas também mais complexas e “enriquecidas” semanticamente, que as estruturas narrativas e as fundamentais. (BARROS, 2005, p. 53.)

Ao se analisar a “Death Tape”, sob o ponto de vista da semiótica greimasiana, percebe-se que Jim Jones se mostrou competente para manipular seus seguidores, pois ele conseguiu fazer com que todos interpretassem o seu discurso como verdadeiro e aceitassem o contrato fiduciário proposto: o suicídio coletivo.

CONCLUSÃO

As técnicas manipulativas apresentadas neste trabalho alertam para os perigos a que estão submetidas as pessoas que confiam cegamente em líderes mal intencionados, os quais, se

apresentando como alguém confiável, podem conduzi-las por caminhos cujo fim é a destruição.

Ainda hoje é possível encontrar lideranças que se apoiam em seus discursos e que, de posse da autoridade que a elas é conferida, se colocam como “deuses” diante de seus seguidores para os manipularem e atingirem seus interesses egoísticos.

Esse fato se apresenta como algo preocupante, pois indica que os exemplos trágicos registrados pela história não foram suficientes para impedir que pessoas ainda sejam enganadas por líderes manipuladores.

Sendo assim, questiona-se o que pode ser feito para evitar que indivíduos sejam vítimas de discursos de líderes que buscam alcançar apenas os seus próprios interesses através da manipulação.

Espera-se que a resposta para essa questão possa fazer com que tragédias como a ocorrida em Jonestown jamais voltem a se repetir, impedindo que seres humanos sejam vítimas de líderes manipuladores que visam o próprio interesse.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Antonio Suarez. **A Arte de Argumentar**. 5 ed. São Paulo: Ateliê Editora, 2002.
- ALVES, Fátima; ARÊDES, José; CARVALHO, José; CORREIA, Carlos João. **Pensar Azul**. 10º ano. Lisboa: Texto Editores, 2012.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Trad. Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa Nacional; Casa da Moeda, 1988. *apud* CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*. 15. ed. São Paulo: Editora Ática, 2002.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Estudos do Discurso**. *In*: FIORIN, José Luiz (org.). *Introdução à Linguística* (Vol. 2): Princípios de Análise. São Paulo: Contexto, 2003.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria Semiótica do Texto**. 4. ed. São Paulo: Editora Parma LTDA., 2005.
- BROWN, J.A.C. **Técnicas de Persuasão**; Rio de Janeiro, Zahar, 1976 *apud* CITELLI, 2002.
- CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**, São Paulo: Editora Ática, 2002.
- DIJK, T.A.v.**Discurso e Poder**. São Paulo: Contexto, 2010.
- FERREIRA, A. B. de H. **Minidicionário da Língua Portuguesa**. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1993.
- FESTINGER, Leon. **A Theory of Cognitive Dissonance**. Evanston, White Plains: Row, Peterson and Co., 1957.
- FIORIN, José Luiz. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.
- GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. 9 ed. Tradução de diversos autores. São Paulo: Cultrix, 1989.
- MADDOX, Cynthia. **Early Life of Jim Jones**. Disponível em: <<http://dangerouskindofmadness.blogspot.com.br/2008/07/early-life-of-jim-jones.html>>. Acesso em: 24/04/2015.
- MAAGA, Mary McCormick. **Suicide Tape Transcript**. Disponível em: <http://employees.oneonta.edu/downinll/mass_suicide.htm>. Acesso em: 24/04/2015.

MAAGA, Mary. **Q042 Transcript.** Disponível em: <http://jonestown.sdsu.edu/?page_id=29083> Acesso em: 24/04/2015.

PERELMAN, Chaïm. **Lógica jurídica.** Tradução Vergínia K. Pupi. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

QUINTÁS, Alfonso López. **A Manipulação do Homem através da Linguagem.** Disponível em: <<http://www.hottopos.com/mp2/alfonso.htm>>. Acesso em: 24/04/2015.

SCHEERES, Julia. **A Thousand Lives: The Untold Story of Hope, Deception, and Survival at Jonestown.** New York: Free Press, 2011.

WODAK, R. **And Where Is the Lebanon?** A Socio-Psycholinguistic Investigation of Comprehension and Intelligibility of News', Text 7(4): 1987.