

**CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU*  
MESTRADO EM LETRAS**

Vanderlei Cardoso

**MÍDIA E RELIGIÃO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O USO DO FACEBOOK  
PELO BISPO EDIR MACEDO**

Santa Cruz do Sul  
2020

Vanderlei Cardoso

**MÍDIA E RELIGIÃO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O USO DO FACEBOOK  
PELO BISPO EDIR MACEDO**

Dissertação apresentada à pós-graduação *stricto sensu* do Mestrado em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Dra. Ana Claudia Munari Domingos.

Santa Cruz do Sul

2020

CIP - Catalogação na Publicação

CARDOSO, VANDERLEI

MÍDIA E RELIGIÃO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O USO DO FACEBOOK  
PELO BISPO EDIR MACEDO / VANDERLEI CARDOSO. – 2020.

116 f. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade de Santa Cruz  
do Sul, 2020.

Orientação: Profa. Dra. Ana Claudia Munari Domingos.

1. Relação mídia e religião. I. Domingos, Ana Claudia Munari.  
II. Título.

Vanderlei Cardoso

**MÍDIA E RELIGIÃO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O USO DO FACEBOOK  
PELO BISPO EDIR MACEDO**

Esta dissertação foi submetida à pós-graduação *stricto sensu* do Mestrado em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Letras.

*Dra. Ana Claudia Munari Domingos*

Professora Orientadora – UNISC

*Dr. Carlos René Ayres*

Professor Examinador – UNISC

*Dr. Demétrio de Azeredo Soster*

Professor Examinador – UNISC

*Dr. Óscar Augusto Elizalde Prada*

Professor Examinador – Universidad de La Salle

Santa Cruz do Sul

2020

*A Deus. À minha esposa Kélia, aos meus filhos Peeter e Paulo.*

*Ao apóstolo Ricardo Wagner.*

## **AGRADECIMENTOS**

Grato a minha orientadora Ana Claudia Munari Domingos e aos professores do programa de pós-graduação de Letras da UNISC.

*Muitos farão de tudo e correrão de uma parte a outra em busca do maior saber; e o conhecimento se multiplicará muitas e muitas vezes!*  
Bíblia King James Atualizada. (Dn 12:4b).

## RESUMO

Esta dissertação tem por objetivo ampliar a reflexão sobre a relação mídia e religião através do estudo de caso envolvendo o uso do *Facebook* pelo Bispo Edir Macedo. Busca-se analisar as estratégias usadas por ele no arrebanhamento e manutenção de fiéis em sua instituição, a Igreja Universal do Reino de Deus. Para isso, optou-se por uma pesquisa que reúne dados quantitativos e qualitativos, também conhecida como metodologia mista (*mixed methodology*). Como recorte, são analisadas postagens de 01 de janeiro de 2020 à 11 de janeiro de 2020 em sua página oficial do *Facebook*. Antes de desenvolver o estudo de caso propriamente dito, é tratado sobre o movimento neopentecostal do qual emerge a IURD; aborda-se a relação da Igreja Universal do Reino de Deus com a história das religiões cristãs no Brasil, bem como a sua associação com um império midiático incluindo a Rede Record. Aborda-se a mídia sob a ótica da cultura da convergência e das práticas com as mídias na sociedade, principalmente através da rede social Facebook. Espera-se que ao final deste trabalho consigamos entender melhor como líderes religiosos se apropriam da mídia para conseguirem seus objetivos e como os consumidores da religião na mídia recebem e atendem aos apelos destes líderes.

**Palavras-chave:** Bispo Edir Macedo. Estudo de Caso. Facebook. Mídia e religião.



## ABSTRACT

This dissertation aims to broaden the reflection on the relationship media and religion through the case study involving the use of *Facebook* by Bishop Edir Macedo. It seeks to analyze the strategies used by him in the gathering and maintenance of the faithful in his institution, the *Universal Church of the Kingdom of God*. For this, we chose a research that gathers quantitative and qualitative data also known as mixed methodology. As a clipping, posts from January 1, 2020 through January 11, 2020 are reviewed on their official *Facebook* page. Before developing the case study itself, it is treated about the neo-Pentecostal movement from which the UCKG emerges; it addresses the relationship of the Universal Church of the Kingdom of God with the history of Christian religions in Brazil, as well as its association with a media empire including Rede Record. The media is approached from the perspective of the culture of convergence and practices with the media in society, mainly through the social network *Facebook*. It is hoped that at the end of this work we will be able to better understand how religious leaders appropriate the media to achieve their goals and how consumers of religion in the media receive and respond to the calls of these leaders.

**Keywords:** Bishop Edir Macedo. Case Study. Facebook. Media and Religion.

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	11
2	A RELIGIÃO E AS MÍDIAS.....	14
2.1	Os três principais conceitos da cultura de convergência .....	20
2.2	A cultura da convergência e a religião .....	26
2.3	Cyberchurch .....	36
3	AS REDES SOCIAIS E O FACEBOOK.....	40
3.1	Do início das redes sociais ao Facebook.....	42
3.2	No que você está pensando? .....	46
3.3	O poder do curtir, comentar, compartilhar .....	48
4	O PENTECOSTALISMO, O NEOPENTECOSTALISMO E A IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS.....	52
4.1	O Pentecostalismo no Brasil.....	57
4.2	O Neopentecostalismo.....	59
4.3	Edir Macedo Bezerra e Igreja Universal do Reino de Deus .....	64
5	ESTUDO DE CASO: O USO DO FACEBOOK PELO BISPO EDIR MACEDO .....	71
5.1	A habilidade em lidar com as massas e o sucesso de Macedo .....	71
5.1.1	Dispositivos de composição .....	73
5.1.2	Dispositivos de fragmentação .....	74
5.1.3	Dispositivos de sedução .....	74
5.1.4	Dispositivos de reconhecimento .....	75
5.2	A metodologia mista .....	76
5.3	O caso em estudo.....	77
5.4	Gráfico quantitativo e análise qualitativa resultante das análises das <i>lives</i> do Bispo Macedo de 01 de janeiro de 2020 a 11 de janeiro de 2020 .....	77
5.4.1	As visualizações das <i>lives</i> de Edir Macedo .....	78
5.4.2	As curtidas nas <i>lives</i> de Edir Macedo .....	79
5.4.3	Os comentários nas postagens de Macedo .....	79
5.4.4	O uso dos testemunhos na Igreja Universal.....	79

5.4.5	O sincretismo religioso às avessas com as religiões africanas .....	82
5.4.6	O Templo de Salomão e a marca na Igreja Universal do Reino de Deus .....	85
5.4.7	O Dualismo Platônico na retórica do bispo Macedo e da Igreja .....	87
5.4.8	A contribuição da música nas <i>lives</i> do Bispo Macedo .....	90
5.4.9	A teologia da prosperidade no discurso do Bispo Macedo .....	93
5.5	Análise das postagens.....	96
5.5.1	Postagem 1 - <i>Live</i> do Bispo Macedo no dia 01 de janeiro de 2020, das 12h às 13h.....	96
5.5.2	Postagem 2 - <i>Live</i> do dia 02 de janeiro de 2020.....	98
5.5.3	Postagem 3 - <i>Live</i> do dia 03 de janeiro de 2020.....	99
5.5.4	Postagem 4 - <i>Live</i> do dia 04 de janeiro de 2020.....	100
5.5.5	Postagem 5 - Postagem do dia 05 de janeiro de 2020.....	100
5.5.6	Postagem 6 - <i>Live</i> do dia 06 de janeiro de 2020.....	101
5.5.7	Postagem 7 - <i>Live</i> do dia 08 de janeiro de 2020.....	102
5.5.8	Postagem 8 - <i>Live</i> do dia 09 de janeiro de 2020.....	102
5.5.9	Postagem 9 - <i>Live</i> do dia 10 de janeiro de 2020.....	103
5.5.10	Postagem 10 - <i>Live</i> do dia 11 de janeiro de 2020.....	103
6	CONCLUSÃO .....	104
	REFERÊNCIAS.....	107

## 1 INTRODUÇÃO

O impacto das práticas com as mídias digitais tem-se feito sentir em praticamente todas as áreas da vida, enquanto mudanças, às vezes radicais, têm acontecido num curto espaço de tempo. Essas mudanças nas formas de comunicação repercutem profundamente nas áreas sociais, nos relacionamentos humanos, na produção e no consumo de bens materiais e simbólicos em escala global, a ponto de alguns estudiosos do assunto dividirem a história em antes e depois do *Google* (Castells, 2010).

Este impacto também atinge o mundo religioso, obrigando adaptação rápida por parte dos líderes e das religiões. O Papa Francisco, por exemplo, com seus 40 milhões de seguidores nas redes sociais, tem usado o Twitter diariamente para se comunicar com os fiéis da igreja católica e simpatizantes. Outros grandes líderes evangélicos, como o Bispo Macedo e o Missionário R. R. Soares, têm feito o mesmo. Aprender e apreender as práticas com os novos meios é essencial para manter a conexão entre as igrejas e seus fiéis.

O Bispo Edir Macedo e sua criação, a Igreja Universal do Reino de Deus, têm sido alvos de estudos em diferentes áreas, desde aquelas em que naturalmente se insere, Religião, Sociologia, Antropologia, mas também Administração, Propaganda e Marketing, por exemplo. A razão é simples: o fabuloso crescimento da igreja que surgiu do nada em 1977, no Rio de Janeiro, e em 2017, segundo pesquisa Datafolha<sup>1</sup>, contava com 320 bispos, 14 mil pastores, 7.157 templos e 7 milhões de seguidores no Brasil, além de 2.857 templos em mais de 100 países. Somados a esses números, o Bispo comprou a Rede Record, que se consolidou como segundo lugar em audiência no Brasil. Segundo a revista Forbes (2013), Edir Macedo aparecia na lista dos bilionários com 1.1 bilhão de dólares, ultrapassando o apresentador e empresário Silvio Santos. Outro dado que apresenta a impetuosidade de Macedo por projetos gigantescos é a construção do Templo de Salomão em São Paulo, que custou em torno de 680 milhões de reais, segundo a revista Exame (2014) e é quatro vezes maior que a Catedral de Aparecida, ou seja,

---

<sup>1</sup> Pesquisa divulgada na Folha de São Paulo dia 09/07/2017. As pesquisas na internet que têm por objetivo uma observação do contexto da relação mídia-religião, e que, portanto, não são pontos de apoio teórico nem direto nem indireto, terão suas referências colocadas em nota de rodapé.

se tornou o maior templo religioso do Brasil. Falar do sucesso de um líder religioso através de cifras é característico do nosso tempo.

Este trabalho se propõe a analisar o uso do Facebook pelo Bispo Edir Macedo através da análise de suas *lives* no período de 01 de janeiro de 2020 a 11 de janeiro de 2020, período em que ocorreu a fogueira santa do Monte Sinai, estratégia arrecadatória agressiva da Universal, envolvendo a Teologia da Prosperidade, conceito importante ao neopentecostalismo. O intuito é entender melhor as estratégias do Bispo Macedo para atrair os usuários ou, ainda, sustentá-los como seguidores de sua doutrina, pensando que nenhum estudo com esse tema e objetivos foi encontrado

No primeiro capítulo falaremos sobre a relação mídia e religião, seu histórico e sua contemporaneidade. Este capítulo demonstra que mídia e religião sempre estiveram bem próximas e no contexto de era da comunicação, na qual vivemos, esta proximidade se acentua ainda mais. Entre alguns autores que contribuem neste capítulo cito: Henry Jenkins, com sua obra *Cultura da convergência* (2009), Pierre Lévy com *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço* (2003) e *Cibercultura* (1999), entre outros autores.

No segundo capítulo falaremos mais especificamente sobre a plataforma analisada, o *Facebook*, usando como base teórica as obras *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes*, (2014), de Luís Mauro Sá Martino, *E o Verbo se fez bit: Uma análise da experiência religiosa na internet*, (2011), de Moisés Sbardelotto, e *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura* (2000), Manuel Castells (2010), entre outros.

No terceiro capítulo abordaremos, ainda que rapidamente, o pentecostalismo, o neopentecostalismo, a Igreja Universal Do Reino De Deus e seu fundador, o Bispo Macedo. Entre alguns autores que contribuem para este capítulo posso citar Paul Freston com sua obra *Evangélicos e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment* (1993); Clara Mafra com *Os Evangélicos* (2001); Ricardo Mariano com *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil* (1999) e *Efeitos da secularização do Estado, do pluralismo e do mercado religioso sobre as igrejas pentecostais* (2003). Ao abordarmos sobre a IURD e o Bispo Edir Macedo, usaremos sua autobiografia *Nada a Perder* (2012), a obra *O bispo: A História Revelada de Edir Macedo*, de Christina Lemos e Douglas Tavolaro (2007).

No quarto capítulo faremos o estudo de caso em si. Neste estudo, a metodologia adotada será pela análise mista, seguindo as indicações de Robert K. Yin na obra *Estudo de caso: planejamento e métodos*, e ainda, de Rossano André Dal-Farra e Paulo Tadeu Campos Lopes no artigo *Métodos Mistos De Pesquisa Em Educação: Pressupostos Teóricos* (2013). A análise tem como objetos os vídeos postados pelo Bispo na sua página do *Facebook* no período já citado e foi auxiliada pela proposta de Jesus Martin Barbero em *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (1997).

## 2 A RELIGIÃO E AS MÍDIAS

A relação entre a religião e as mídias tem sido uma questão para várias e distintas pesquisas. O poderio econômico para exibir programas em horários nobres como o programa *Show da Fé*<sup>2</sup>, a compra da Record pelo Bispo Edir Macedo ou, ainda, os padres cantores que se tornam celebridades, são alguns dos motivos pelos quais trabalhos como esses causam interesse. Mais recentemente, a habilidade em usar as mídias sociais alcançando milhões de seguidores também tem chamado a atenção por parte dos atores religiosos e, assim, também tem sido alvo de investigação científica. Entre os trabalhos científicos que colocam em foco essa relação, podemos citar a dissertação de Cristina Micaroni Hilckner Altieri (2018), *As Mídias Sociais Na Propagação Da Mensagem Religiosa: um estudo de caso sobre o fenômeno Fábio de Melo*, em que a autora aborda a relação entre o religioso que dá nome ao trabalho e seu público através do seu perfil no Twitter. Entre suas constatações, a pesquisadora verificou que quando o padre postava assuntos cotidianos, casuais e leves, o retorno dos internautas em forma de likes e comentários era bem maior do que quando Fábio de Melo postava assuntos religiosos. A tese de Luis Ignacio Sierra Gutiérrez (2006), *A Tele-Fé: Religião Mediatizada Estratégias de reconhecimento de sentidos religiosos de telefiéis do canal Redevida de Televisão em Porto Alegre, RS*, é um consistente trabalho com mais de 500 páginas sobre a relação dos fiéis com a religião católica mediada pela televisão.

Moisés Sbardelotto (2012) é outro pesquisador do tema. Na obra *E o Verbo se fez bit: Uma análise da experiência religiosa na internet*, o autor faz um paralelo com o enunciado que inicia o evangelho de João; “no princípio era o Verbo, e o Verbo estava com Deus, e o Verbo era Deus” (BÍBLIA, João 1,1). A declaração no versículo 14 “E o Verbo se fez carne, e habitou entre nós, cheio de graça e de verdade; e vimos a sua glória, como a glória do unigênito do Pai” (BÍBLIA, João 1:14), usada no título, deseja significar que, assim como o filho de Deus teria de se tornar carne, humano, para se comunicar com os homens, agora ele precisa se

---

<sup>2</sup> Programa exibido às 21h30 min desde 2003 na Bandeirantes para todo o Brasil com valor médio de 10 milhões por mês pela Igreja Internacional da Graça de Deus do Missionário R.R. Soares, cunhado do Bispo Macedo.

tornar bit, tornar-se linguagem eletrônica, fazer-se em uma plataforma digital para comunicar-se com a humanidade. Em seus argumentos, Sbardeloto focaliza a religião católica e os modos como os fiéis que vivem distante de paróquias praticam sua fé através da mediação tecnológica. Além disso, o pesquisador faz um cotejamento entre a teologia formal da igreja e a teologia popular dos praticantes, demonstrando que a igreja vai cedendo em relação à sua ortodoxia, enquanto as práticas dos fiéis vão ganhando mais espaço, incluindo aquelas ligadas à internet. Através de trabalhos como esse, pode-se ver que a religião vai sendo descentralizada, as organizações e sacerdotes vão perdendo espaço e importância enquanto outras formas de religiosidade vão surgindo e arrebanhando adeptos, principalmente com a mediação das plataformas na internet. Um caso analisado por Sbardeloto neste trabalho aborda a experiência de, por exemplo, um homem chamado Fábio, que, por morar a 85 km de uma igreja, comprou pacotes de hóstias e vinho e colocou em frente à televisão para serem abençoadas, praticando a eucaristia com a família em casa. As doutrinas da igreja católica, certamente, não preveem essa prática e, como resposta à pergunta se ela seria válida, a instituição afirmou que seria apenas uma memória e que não teria a mesma validade de se participar na igreja com um sacerdote referendado pela igreja.

Cito, ainda, a tese de Óscar Augusto Elizalde Prada, *La comunicación digital de la fe religiosa em la sociedade del espectáculo: abordaje comparativo entre Brasil y Colombia*<sup>3</sup>, uma pesquisa que aborda o papel da comunicação digital na religião. Focando em dois países (Brasil e Colômbia) a partir do conceito de “sociedade do espetáculo”, cunhado por Guy Debord (1967), Prada mostra que o movimento religioso pode ser analisado sob cinco categorias: religião e sociedade; Igreja e poder; Igreja e marketing; religião e midiaticização; e fé e show. Além desses e de outros trabalhos desenvolvidos a partir do mesmo tema, vale destacar o livro *Cultura da convergência*, de Henry Jenkins (2009), que separa um capítulo para falar da relação entre mídia e religião. Não encontrei trabalhos que abordem a mesma perspectiva que escolho, o uso do *Facebook* pelo bispo Edir Macedo, motivo pelo qual me propus este desafio de compreender o modo como ele propaga a religião pela sua mediação nessa rede social.

Eliseo Veron (2014) observa que o processo de mediação se inicia desde há

---

<sup>3</sup> O título pode ser traduzido como *A comunicação digital da fé religiosa na sociedade do espetáculo: abordagem comparativa entre Brasil e Colômbia*. Tradução minha.



cerca de dois e meio milhões de anos atrás, a partir da produção de ferramentas de pedra. Já obras como a *Epopéia de Gilgamesh*<sup>4</sup>, a *Ilíada*<sup>5</sup>, alguns hieróglifos egípcios e o pentateuco da bíblia<sup>6</sup>, indicam que a relação entre mídia e religião é também bem antiga, pois estas formas de mediação surgiram a partir de narrativas ligadas ao divino, ou que trazem conotações sobre o divino ou aquilo que, hoje, entendemos como os mitos. Elas permanecem até hoje porque justamente foram mediadas pelo material escrito, ou seja, havia já a prática de comunicar a religião, de forma oral, que foram remediadas para a pedra, a argila, o papiro, acompanhando as mudanças nas formas de comunicação. O surgimento da imprensa de Gutenberg<sup>7</sup> está ligado à bíblia, sua primeira grande obra impressa através dos tipos móveis, a B42, até hoje alguns volumes são guardados em museus. Com essa invenção a humanidade deparou-se com uma tecnologia poderosa "o livro impresso" que poderia ser reproduzido em cópias de forma mais fácil. Aos poucos foi sendo possível fazer circular ideias, moldar e modalizar interpretações para os acontecimentos. A palavra escrita ganha uma força, vira documento, vira autoridade. A bíblia nas mãos de muitas pessoas ajudou a normatizar a religião cristã. Quem sabe, as mídias sociais tenham um impacto semelhante à imprensa de Gutenberg nos dias atuais quando relacionada ao cristianismo.

A palavra religião advém da palavra latina *religare*, que conota religar, reconectar, estabelecer conexão, palavras estas bem conhecidas no mundo digital. Moisés Sbardelotto explica esta relação da seguinte maneira:

Em redes comunicacionais, o fenômeno religioso se manifesta não apenas como ações de religação (*religare*) entre o humano e o divino, mas principalmente de reconexão entre o humano, o social, o tecnológico, o simbólico, o divino: a reconexão comunicacional passa a complexificar o papel da religião no sentido de conectar comunicacionalmente em âmbito social aquilo que não se conecta em âmbito religioso, bem como de reconectar, simbolicamente, aquilo que, na realidade, está (ou, segundo as instituições e autoridades religiosas, deveria estar) desconectado. (SBARDELOTTO, p. 81, 2018).

---

<sup>4</sup> Poema épico da Mesopotâmia, uma das primeiras obras conhecidas da literatura mundial.

<sup>5</sup> Um poema épico da Grécia Antiga, autoria atribuída ao poeta Homero por volta do século VIII a.C.

<sup>6</sup> Pentateuco, "os cinco rolos", são os cinco primeiros livros da Bíblia atribuídos a Moisés, que viveu no século XV a.C.

<sup>7</sup> Inventor alemão do século XV que desenvolveu um sistema mecânico de tipos móveis que deu origem à revolução da Imprensa, considerado o invento mais importante do segundo milênio. A bíblia de Gutenberg foi o primeiro volume impresso pela nova invenção.

Para o autor, a *reconexão* promovida pela religião através das redes de comunicação vai além da concepção tradicional de reconectar a humanidade com o divino, pois estabelece a reconexão do humano com o humano, da religião com a sociedade, do tecnológico com o “arcaico”. Esta reconexão, assim, refere-se a ações comunicacionais mais amplas de construção de sentido no ambiente sociodigital ou em plataformas que vão além da simples informação e buscam gerar uma conexão mais complexa, estabelecida pelas bases ideológicas características das religiões.

Nas palavras de Moran (2010, p. 8), “[...] A tecnologia nos atingiu como uma avalanche e envolve a todos.” Mesmo em sociedades rurais ou distantes dos grandes centros urbanos as tecnologias digitais têm chegado, impactando o dia-a-dia dos habitantes em diferentes práticas. Ao passar na zona rural de um município com menos de 4 mil habitantes, por exemplo, vi os moradores nas áreas das casas acompanhando suas redes sociais através de seus celulares. Da zona urbana à rural, do mundo dos negócios ao mundo da religião, tudo vem sendo transformado pelas práticas com as mídias digitais.

Ithiel de Sola Pool, em *Technologies of freedom on free speech in an electronic age* (1984), usa a expressão “electronification”<sup>8</sup> para se referir à mediação na sociedade, que ele já entendia aos modos de uma sociedade da informação, e como tudo está se tornando conectado eletronicamente. É necessário apontar que, escrito em 1984, essa obra, como muitas outras, falam do fenômeno a partir das mídias de comunicação eletrônicas, como a televisão, que vêm influenciando as mentalidades e as práticas sociais desde a segunda revolução industrial. É importante frisar, ainda, que a comunicação, *per se*, sempre influencia o comportamento das pessoas, as relações em geral, enfim, o mundo, o que tem ocorrido desde seu nascimento, com a linguagem oral. É desde sempre, portanto, que as mídias criam e modificam comportamentos. Além disso, como já citado, a relação entre a religião e as mídias está na origem da primeira, pois comunicar a palavra, por assim dizer, é um de seus objetivos. Meu trabalho, no entanto, vai analisar essa relação apenas no campo específico aqui tratado e apenas a partir da internet e mídia social escolhida, o Facebook.

Começo perguntando: o que é mídia? Para seguirmos adiante é importante

---

<sup>8</sup> O título pode ser traduzido como *Tecnologias da liberdade no discurso livre em uma era eletrônica*, e o termo, “eletronificação”. Tradução minha.

compreendermos esse conceito, ainda que não possamos esgotar todas as possibilidades, já que ele é delimitado por diferentes campos. O termo *médium* (no plural, *media*) vem do latim e foi adotado em inglês no final do século XIX, nos Estados Unidos. Segundo o dicionário Michaelis (2019, online), no uso comum da palavra, mídia é toda estrutura de difusão de informações, notícias, mensagens e entretenimento, que estabelece um canal intermediário de comunicação não pessoal, de comunicação de massa, utilizando-se de vários meios, entre eles jornais, revistas, rádio, televisão, cinema, mala direta, outdoors, informativos, telefone, internet, etc. Esse é significado comum dado ao termo, que tem relação com meio de comunicação.

Segundo Adriano Duarte Rodrigues (2015) em “Afiml, o que é mídia?”, a palavra mídia é adotada na língua inglesa no período cultural em que surge o telégrafo, a fotografia e o rádio. A transmissão de mensagens através destes meios levou os americanos a adotarem a palavra *media*, já que no mesmo período os médiuns espíritas Kardecistas surgiam, colocando-se como mediadores do além. Segundo Rodrigues, o fato de haver a transmissão de mensagens entre pessoas distantes através do telégrafo e do rádio, assim, trouxe semelhanças ao papel do médium espírita, que procurava trazer mensagens do mundo distante dos mortos. É um viés interessante para esse trabalho apenas como uma espécie de conexão irônica das relações entre religião e mídia.

Para Pierre Levy (1999, p. 62), “a mídia é o suporte ou veículo da mensagem. O impresso, o rádio, a televisão, o cinema ou a Internet”. Ainda segundo ele, a mídia, ou o dispositivo midiático, nos ajuda a receber a mensagem através de várias modalidades perceptivas, como a visão, a audição e, em alguns casos, como os dispositivos de realidade virtual, o tato e a cinestesia (sentido interno dos movimentos do corpo).

Já para outro teórico, um dos principais articuladores do campo da Comunicação, Marshal McLuhan (1964), em sua obra *Os Meios De Comunicação Como Extensões Do Homem*, a mídia não é apenas o suporte ou dispositivo, pois ele defende que “o meio é a mensagem”, quer dizer, a mídia tem relação direta com seu conteúdo.

Numa cultura como a nossa, há muito acostumada a dividir e estilhaçar todas as coisas como meio de controlá-las, não deixa, às vezes, de ser um tanto chocante lembrar que, para efeitos práticos e operacionais, o meio é

a mensagem. Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio, ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos, constituem o resultado do novo que estará introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos. (MCLUHAN, 1964, p. 21).

Mcluhan sugere que, quando dispomos de um dispositivo que nos auxilia a nos comunicarmos com alguém distante, ou que carrega determinado conteúdo, isso em si já é a mensagem, pois o meio *per se* já significa algo para a mensagem. Para ele, a forma como a mensagem é transmitida também é importante, ou tão importante quanto a informação que ela media. As mídias, assim, comunicam também a partir de suas técnicas e tecnologias, que se transformam em signos, em sentido, tal como o conteúdo que elas mediam. Quando pensamos em televisão, já temos uma ideia do tipo de mensagem que vamos receber – em audiovisual – assim como o nome Facebook já nos diz que tipo de conteúdo vamos encontrar. Ainda conforme McLuhan, se não houver o meio (a mídia) não há como transmitir a mensagem. O autor usa o exemplo do cinema, mostrando que o próprio cinema, como meio, também é uma mensagem de que estaria chegando a televisão. Seguindo esta ideia, poderíamos dizer que a televisão, além de um meio, é, também, a mensagem da vinda de imagem 3D e hologramas. A linguagem oral também é um meio de transmitir a mensagem daquilo que, antes, era um pensamento. Os meios, assim, são extensões do homem para McLuhan. Meios que trazem informação através de imagens são extensões dos olhos. Meios que trazem informações através da fala ou som são extensões do aparelho fonador e dos ouvidos e assim por diante. Isto faz lembrar a integração entre o motorista e seu carro. Logo no início da prática da direção, o carro é um ser estranho e o motorista tem dificuldades em dirigi-lo, porém, depois de um tempo, o motorista faz as marchas automaticamente e assim move a direção. O carro, com sua tecnologia, se tornou uma extensão do motorista, substituindo seu caminhar. É o meio de transporte como extensão do homem. Desta maneira, Mcluhan pensa também no meio de transporte como extensão do homem e, assim, um meio.

Ao abordar esta concepção de Mcluhan, em que o meio é a extensão do homem, Luís Mauro Sá Martino, em sua obra *Teoria das Mídias Digitais* (2014), traz a ideia do impacto das várias mídias na mente humana e nos sentidos a ponto de provocar mudanças na maneira de pensar e agir. Nesse sentido, não apenas as mídias vão mudando e evoluindo como resultado da mente humana, mas, também

a mente humana é modificada, alterada pela mídia, e “o resultado é uma interação mediada entre a mente humana e a realidade, transformando as percepções e a cognição conforme o uso específico de cada mídia”. (MARTINO 2014, p.205). E, assim, cada mídia interage com a mente humana de um modo a fim de ser compreendida, oferecendo diferentes experiências de sentidos. Ao mesmo tempo, assim que a inserimos em nosso cotidiano, ela passa a alterar as nossas práticas, o nosso modo de interagir com o mundo e, assim, dar sentido a ele.

## 2.1 Os três principais conceitos da cultura da convergência

Henry Jenkins, em *Cultura da convergência* (2009), descreve a crescente relação do homem com as mídias em termos da esfera de uma cultura cuja principal marca é a convergência, que não é apenas de tecnologias ou mídias, mas também de agentes e práticas. Cultura da convergência é um processo cultural que se refere ao fluxo de imagens, ideias, histórias, marcas, sons e relacionamentos através do maior número de canais midiáticos possíveis. É um fluxo moldado por decisões originais tanto entre instituições, em reuniões empresariais, quanto entre adolescentes dentro de um quarto. É um processo moldado pelo desejo de empresas de mídia de promover marcas e produtos, e pelo desejo dos consumidores de obter a mídia que quiserem, quando e onde quiserem, seja por meios legais ou não. A convergência se refere à produção, veiculação e consumo das mídias e não aos aparelhos onde são veiculados ou consumidos. Jenkins mostra que nossas vidas estão convergindo para as mídias, enquanto elas têm facilitado e dado mais dinamismo ao nosso cotidiano em muitos aspectos, sobretudo em relação às conexões que traçamos com pessoas e instituições.

A cultura da convergência é onde as velhas e novas mídias se colidem. Onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam. Onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. A cultura da convergência é o futuro, mas está sendo moldada hoje. Os consumidores terão mais poder na cultura da convergência, mas somente se reconhecerem e utilizarem esse poder tanto como consumidores quanto como cidadãos, como plenos participantes de nossa cultura (JENKINS, 2009, p. 351).

Abordando as formações socioculturais no artigo “Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano”, Lúcia Santaella (2003), ao citar a influência das mídias sobre a sociedade, traz novamente a divisão, já realizada por ela em

*Cultura das mídias* (1996), das eras culturais em seis tipos: a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital. Esse entendimento se dá tendo como base as práticas com os meios de comunicação, em que pessoas de todas as classes sociais, de crenças as mais diversas, de todos os países e de culturas as mais variadas são consideradas como sujeitos da cultura. Para Santaella (2003), era digital é sinônimo de cibercultura. Poderia se chamar também sociedade da informação ou revolução digital. Cada autor ou pensador usa algumas dessas nomenclaturas para se referir a este tempo em que as relações humanas são fortemente mediadas por tecnologias e comunicações digitais. São essas relações, promovidas pela convergência de que falam Jenkins e Santaella, por exemplo, que importam para o entendimento do objeto deste trabalho.

A cultura da convergência midiática está possibilitando novas formas de participação e de colaboração na internet. Ao ser parte de um grupo de fãs, por exemplo, ou seguidor de alguma pessoa influente ou mesmo parte de um grupo filosófico ou religioso tendo a internet como palco, é possível colaborar, discordar, propor, questionar, enfim, a internet permite ao usuário que ele, com sua reação ao produto ou àquilo que ele consome, possa construir ou ajudar a construir outro produto.

As novas tecnologias são, como uma figura de emancipação individual, uma nova fronteira. Não é somente a abundância, a liberdade e a ausência de controle que seduzem, como também essa ideia de uma autopromoção possível, de uma escola sem mestre, nem controle (WOLTON, 2012, p. 84).

Segundo as palavras de Dominique Wolton, as ferramentas tecnológicas colaboram com o agenciamento do indivíduo, fornecendo-lhe certa autonomia para ter a informação ou o produto quando e onde quiser, ampliando suas fronteiras de atuação e diminuindo o controle, em que a amplitude da internet serve como guia. Este pensamento colabora com este trabalho no que se refere ao relacionamento e ao consumo dos serviços religiosos, por parte dos fiéis, oferecido por Macedo na mídia. Alguns preferem consumir religião via internet, pois escolhem seus pregadores favoritos, descartam o que não gostam, escrevem críticas e contestações aos que consideram hereges, tornando-se, assim, mestres de si mesmos, pastores e padres de si mesmos. De certo modo, constroem sua própria

religião, selecionando partes de uma e outra que os satisfaçam.

Conforme Jenkins (2009), a convergência pode acontecer como um processo corporativo: de cima para baixo, quando as empresas visam aumentar os lucros, ampliar mercados e fidelizar clientes; de baixo para cima, quando indica a ação do consumidor usando as diferentes tecnologias para ter algum controle sobre o fluxo da mídia, interagindo com outros consumidores ou mesmo dando um feedback para as empresas do que gostaria que acontecesse ou o que gostaria de consumir. Ainda segundo Jenkins (2009), este novo ambiente de mídia deve gerar um fluxo mais livre de ideias e de conteúdo. Inspirados por esses ideais, os consumidores são mais ativos na sua interação com a cultura. Às vezes, a convergência corporativa e a convergência alternativa se fortalecem mutuamente, criando relações mais próximas e mais gratificantes entre produtores e consumidores de mídia. Este é o caso, por exemplo, do modo como as pessoas respondem e compartilham o conteúdo midiado por Macedo, ainda que não sejam fiéis àquela instituição religiosa. Às vezes, essas duas forças entram em guerra, e essas batalhas redefinem a face da cultura popular, numa via de mão dupla (JENKINS, 2009, p. 46).

Jenkins apresenta a cultura da convergência a partir de três principais fenômenos, tomando por base o espaço do entretenimento cultural: a convergência dos meios, a cultura participativa e a inteligência coletiva. Em primeiro lugar, o autor apresenta a convergência dos meios de comunicação, que se refere à convergência de um conteúdo de uma mídia para outra, ou a possibilidade de o público convergir ou migrar de uma mídia para outra. São livros que viram filmes, que viram games, ou o inverso, jogos que viram filmes. A ideia é movimentar o conteúdo dentro das convergências dos meios a fim de que a história seja contada, o produto seja vendido e o produtor e o consumidor fiquem satisfeitos. A mídia, aqui, parece ser mais importante que a própria mensagem, visto que ela faz o conteúdo circular e se espalhar, alcançando a quem interessa.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 30).

Quando escutamos um programa de rádio na internet, vemos uma série adaptada das histórias em quadrinhos, quando um livro vira novela, tudo isso pode ser chamado de convergência midiática. O uso do mesmo conteúdo ou obra em várias plataformas é um processo tecnológico e está se tornando cada vez mais frequente, cada vez mais cultural. A maneira como consumimos os meios de comunicação é impactada pela convergência midiática. Podemos trabalhar com várias janelas abertas no computador, ou mesmo com vários computadores ou dispositivos. Enquanto faço este trabalho, escrevo no notebook, tenho um computador à minha esquerda para pesquisa e o celular com outro conteúdo de pesquisa. Podemos navegar na Internet, ouvir e baixar arquivos MP3 ou escutar música por streaming, podemos estar nas redes sociais com amigos, ou digitar um trabalho e enviar por e-mail ou por outros meios de compartilhamentos instantâneos. No mesmo computador, várias atividades do cotidiano que antes dependiam de distintas e separadas mídias podem ser realizadas, como se comunicar por voz, assistir tevê, fazer compras e agendar um compromisso. Estamos na cultura da convergência, e a religião, que acompanha o homem desde seus primeiros passos, também se adapta aos meios.

É em 1983 que começaram a ser delineadas as primeiras noções de convergência dos meios de comunicação, processo que só mais tarde Jenkins vai delinear:

Um processo chamado convergência de modos está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico, sejam fios, cabos ou ondas, pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio, seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia, agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está se corroendo (SOLA POOL, Ithiel de, 1983).

Jenkins define, ainda, que a convergência ocorre nos mesmos aparelhos, nas mesmas franquias e empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. Como exemplo da convergência dos meios de comunicação, o autor cita o caso de George Lucas,



quando o produtor de cinema abriu mão do salário, no primeiro filme de *Guerra nas Estrelas*, em troca de uma participação nos lucros da venda de produtos extras. Neste momento surgiu a produção e a distribuição de várias mídias e de vários produtos ligados à série, como brinquedos, *action figures*, roupas, músicas e outros. Mesmo no período entre um filme e outro, os produtos, incluindo as revistas em quadrinhos e os DVDs, continuavam vendendo e, assim, comunicando e espalhando o conteúdo da franquia. Distribuir a ideia da marca, sua narrativa, é que interessa para que ela permaneça viva, o que é um pensamento que se pode certamente associar à religião e ao seu modo de se manter viva a partir da propagação da fé.

A convergência dos meios de comunicação tem um papel determinante nos dias atuais. Um dos novos conceitos perceptíveis é o que pode ser chamado de telecooing. Quando alguém, mesmo longe, mantém contato constante através de diversas tecnologias móveis. A distância física já não é uma barreira intransponível de comunicação. A comunicação acontece assim que acordamos, no trabalho e ao dormir. Nestas múltiplas plataformas de mídia estão os relacionamentos, as memórias, as fantasias e os desejos. Em vez de nos conectarmos, já começa um processo de desconexão, visto ele já ser constante e ininterrupto no cotidiano.

Em segundo lugar, Jenkins aborda a cultura participativa como um fenômeno da cultura da convergência. Em *Confrontando os desafios da cultura participativa: educação midiática para o século 21*, (2006, online) Henry Jenkins define cultura participativa como "[u]m forte suporte para criação e compartilhamento desta criação de uns para com os outros". Neste compartilhamento, pessoas mais experientes passam informações para os mais novos numa espécie de discipulado midiático – conceito que hoje facilmente podemos complexificar. Numa cultura participativa, cada participante acredita que suas contribuições são importantes, enquanto os membros sentem conexão social e valorização do que foi criado. Podemos definir cultura participativa como a interação do consumidor com as formas de comunicação. É quando o indivíduo não é mais apenas um consumidor, mas também um ajudante na produção daquele produto e mesmo da própria mídia. O receptor não aceita mais ser apenas um consumidor *passivo*<sup>9</sup>. A cultura

---

<sup>9</sup> Nesse sentido, podemos entender que o termo consumidor, hoje, supõe já uma participação, por isso o acréscimo do adjetivo passivo.

participativa também acontece quando fãs criam seus próprios produtos a partir de outro já existente, como no caso da série *Star Wars*, em que vários fãs produziram jogos eletrônicos no mesmo universo dos filmes – o *Star Wars Galaxies*. Outro caso envolve a saga *Harry Potter*, quando os fãs não se contentam em apenas assistir aos filmes ou ler os livros e esperar pelo próximo filme ou livro, eles querem continuar suas próprias narrativas a partir da narrativa inicial, eles querem uma relação mais profunda, querem se identificar com as personagens, querem produzir e consumir. Um fã pode desenvolver sua imaginação criando um novo produto a partir de sua série favorita, resumir episódios, criar *fan fiction* acrescentando suas próprias trilhas sonoras e distribuir via Internet. Ou pode fazer seu próprio “sermão” e compartilhá-lo online. É nesse sentido o desejo dos fiéis de participar da construção da igreja, sentirem-se parte dela, mostrando-se e contando suas histórias. O testemunho, sobre o qual falaremos neste trabalho, é um exemplo dessa cultura participativa, em que as pessoas se conectam através de uma narrativa cujos nós se entrelaçam.

As empresas estão percebendo o potencial dos fãs como colaboradores na crítica, desenvolvimento e produção de seus produtos. A internet tem possibilitado que os fãs colaborem para criar produtos mais direcionados ou que agradem mais ao consumidor. Muitas barreiras têm sido derrubadas, entre elas, o entendimento de algumas empresas de que seus produtos eram patenteados e não poderiam ser usados e alterados pelos fãs sem permissão. As empresas ou instituições que não entenderem a cultura participativa, mesmo as religiosas, terão problemas de se manter no mercado.

A cultura participativa tem um grande peso no culto midiático ou *cyberchurch*. Por exemplo, enquanto o líder religioso vai desenvolvendo seu discurso na Igreja, presencialmente ou online, os fiéis vão postando pedidos de oração ou frases, como “Graças a Deus”, ou “Amém”. Em um vídeo do bispo Macedo, por exemplo, há em torno de 1.500 postagens deste tipo. Veremos mais claramente isto no quarto capítulo.

Em terceiro lugar, Jenkins cita a inteligência coletiva como um dos três fenômenos relacionados à cultura da convergência. Um dos principais pensadores que contribuiu com o conceito de inteligência coletiva foi Pierre Lévy. Em seu livro *Cibercultura* há 108 vezes a expressão “inteligência coletiva”. Inteligência coletiva é fruto da colaboração de vários indivíduos, ou mesmo de milhares, gerando um

produto em consenso. “É uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 2003, p. 131).

A neurociência tem apontado que nossa mente tem limitações. Segundo Izquierdo (2006, p. 290), para assimilar novos conhecimentos é preciso que certas informações vão para áreas do cérebro menos acessadas, o que ocasiona esquecimentos ou lembranças vagas e parciais. Por isso, a ninguém é possível deter o saber, pois há uma imensidão de informações disponíveis. Na verdade, cada um de nós sabe um pouco de cada coisa e, quando o que sabemos converge em diversos canais, informando-nos uns aos outros através das mídias, assim é a inteligência coletiva. Neste sentido a inteligência coletiva contribui para o avanço do conhecimento, numa relação entre o saber individual para o coletivo. Além disso, as experiências individuais são muito diversas, o que torna a construção coletiva mais complexa, como deve ser o conhecimento, e plural.

O projeto Wikipédia representa bem a cultura participativa e a inteligência coletiva, segundo Jenkins (2009). A Wikipedia<sup>10</sup> em língua inglesa contém 6,081,796 artigos (em 20 de maio de 2020) e recebe mais de 17 mil novos artigos por mês. Além disso, seus acessos têm batido recordes. No dia 29 de março de 2020, por exemplo, recebeu mais de 650 milhões<sup>11</sup> de acessos alavancada por buscas de informações sobre o Corona Vírus. Porém, autoridades acadêmicas e especialistas têm suas reservas em relação à credibilidade do seu conteúdo, já que não são, obrigatoriamente, especialistas que a abastecem. A própria comunidade Wikipédia corrige e revisa o material postado, ou seja, credibilidade e confiabilidade dependem dos usuários, não exatamente do meio. A dependência aos usuários tem, assim, aspectos positivos, pela polifonia e atualização, e negativos, mas apenas quando esses usuários não agem corretamente, respeitando as regras da construção e do compartilhamento de conhecimento que a própria Wikipedia impõe.

## **2.2 A cultura da convergência e a religião**

A igreja católica mudou consideravelmente sua postura diante do avanço da

---

<sup>10</sup> Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Size\\_of\\_Wikipedia](https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Size_of_Wikipedia) Acesso em: 20 mai. 2020. Tradução minha.

<sup>11</sup> Disponível em: <https://portaldobitcoin.com/wikipedia-bate-recorde-diario-de-acessos-durante-crise-do-coronavirus/>. Acesso em 20 mai. 2020

ciência e da tecnologia. Dos conflitos do passado, a exemplo da exigência de retratação de Galileo por afirmar que o sol é o centro do sistema solar e não a Terra, a um Papa que é altamente adepto das redes sociais, principalmente do Twitter, através do qual se comunica com milhões de pessoas diariamente, podemos enxergar várias mudanças que estão associadas, certamente, ao desenvolvimento social, mas também aos meios de comunicação. O padre jesuíta, escritor especialista em ciberteologia<sup>12</sup>, Antonio Spadaro, comenta em seu livro *Ciberteologia: Pensar o cristianismo em tempos de rede* (2014) sobre a importância de a religião não se distanciar da mídia, já que mídia significa gente.

<sup>13</sup>A ideia da Igreja que surge dessa visão é típica de uma “network church” Igreja em Rede, que reflete ou remete para as estruturas das igrejas locais e as compreende sob outro aspecto. Essas igrejas se tornam “Christ commons”, cujo objetivo principal é criar e desenvolver um ambiente conectivo no qual as pessoas se reagrupam (to clusters) facilmente em nome de Cristo (SPADARO, 2014, p. 65).

Assim como a igreja católica viveu tempos de resistência tanto à ciência quanto às novas tecnologias, entre os grupos evangélicos ela também existe. Eles se dividem entre estes dois pensamentos: a tradição e o novo. Creio ser relevante neste ponto citar a resistência ou adesão de líderes religiosos em relação às novas tecnologias pelo fato de este trabalho ter como meta principal abordar o uso da mídia no discurso religioso por um influente líder da religião no Brasil atual, o Bispo Edir Macedo. Henry Jenkins (2009) também aborda o comportamento de religiosos dos Estados Unidos no contexto da cultura de convergência, mostrando que ainda no século XXI há grupos que resistem ao avanço midiático enquanto outros se adaptam e se integram aos novos tempos de comunicação digital.

Jenkins (2009) traz casos como o do pastor Jack Brock, de Alamogordo, Novo México, que queimou mais de 30 livros de *Harry Potter* e produtos da Disney sob o argumento de que eram “uma obra-prima de artimanha demoníaca” (p. 271). Jenkins cita também o Reverendo Lori Jo Scheppers, que sugeriu que as crianças expostas a *Harry Potter* teriam “uma boa chance de se tornarem mais um Dylan Klebold e aqueles garotos de Columbine” (p. 271). Este comportamento de

---

<sup>12</sup> Ciberteologia é o nome dado ao movimento das questões teológicas no ambiente de rede, cujo uso é principalmente ligado a Antonio Spadaro e ao catolicismo. Pode ser considerado um campo teológico que estuda os impactos da rede na vida cristã e sua prática de fé.

<sup>13</sup> Livro em espanhol, tradução minha.

resistência e demonização das novas mídias foi além da igreja ou do âmbito exclusivamente religioso, chegou também às escolas. Em Lawrence, Kansas, em 2002, por exemplo, a biblioteca pública Oskaloosa foi obrigada a cancelar os planos de uma “aula especial de Hogwarts” para “jovens aspirantes a bruxas e magos”, porque os pais da comunidade pensaram que a biblioteca estava tentando recrutar crianças para adorar o Diabo. (JENKINS, 2009, p.271)

Muitos grupos cristãos conservadores veem o crescimento da tecnologia como um prelúdio do apocalipse na interpretação de textos como este: “Um terceiro anjo seguiu o segundo, dizendo com voz forte: Aqueles que adorarem a Besta e a sua imagem e receberem o sinal na testa ou na mão”. (BÍBLIA, Apocalipse 14:9). Por sinal na mão ou na testa, interpretam que será um chip de alta tecnologia que servirá para o líder mundial (Besta, Anticristo) manipular e controlar seus servos, a exemplo do grande irmão trazido na obra de Orwell, *1984* (1949). Essa visão está baseada na crença de que se levantará um líder mundial que dominará a terra usando muita habilidade para negociar a paz mundial e que, depois de três anos e meio, quando tiver sua liderança consolidada, se revelará como a incorporação do Diabo, o Anticristo. Esse domínio ideológico da população a nível mundial só seria possível por meio do domínio da mídia. Assim, essa espécie de “teoria da conspiração” só seria levada a cabo pelo aumento e uso da tecnologia. Uma parte dos grupos cristãos conservadores acredita em uma teoria da conspiração por trás do grande avanço tecnológico a fim de levar a cabo um plano de manipulação e controle, entendendo que, por outro lado, aqueles que não aderirem a essas práticas tecnológicas estariam salvos. (LOPES 2005, p.113). Essa crença, bastante difundida na internet, já foi abordada pela ficção, por exemplo, na série *Mr. Robot*, série de Sam Esmail transmitida pela Canal U.S.A Network.

O atual apoio de evangélicos ao governo Trump nos Estados Unidos e Bolsonaro no Brasil, por exemplo, tem um pouco deste viés escatológico. A promessa de transferir a embaixada de Telaviv para Jerusalém evoca relações que têm sentido no aspecto religioso. Nesse pensamento, bastante embasado no Velho Testamento e, portanto, vinculado à tradição, há uma crença de que Jerusalém deveria ser o centro do mundo, de que o templo dos judeus deveria ser reconstruído para que, na manifestação desse Anticristo, o Messias possa voltar à Terra, quando então, haveria um novo tempo de paz, o paraíso da terra. Colaboram com esta fobia da tecnologia por parte de certos grupos cristãos, certas partes do “Livro do

apocalipse”, na Bíblia cristã, que a depender da interpretação e posição teológica do leitor, faz crer na conspiração diabólica:

A todos, os pequenos e os grandes, os ricos e os pobres, os livres e os escravos, faz que lhes seja dada certa marca sobre a mão direita ou sobre a fronte para que ninguém possa comprar ou vender, senão aquele que tem a marca, o nome da besta ou o número do seu nome. Aqui está a sabedoria. Aquele que tem entendimento calcule o número da besta, pois é número de homem. Ora, esse número é seiscentos e sessenta e seis (BÍBLIA, Apocalipse 13.16-18).

Pautados em textos como esses, usando uma hermenêutica literalista, grupos conservadores desenvolveram uma “teologia apocalíptica”, na qual o arqui-inimigo de Deus usa as descobertas tecnológicas para enganar o povo, seguindo-se que só estarão a salvo aqueles que não aderirem a estas tecnologias, pois elas seriam a “marca da Besta”, o sinal de sujeição do homem ao Anticristo.

O medo do avanço tecnológico não é exclusivo de grupos religiosos. Em uma formação de professores do Estado do Rio Grande do Sul, promovida pela 6ª Coordenadoria Regional de Educação em julho de 2019, da qual participei, surgiu uma pergunta de uma professora abordando os medos da tecnologia no futuro, em que ela indagava “para onde” a tecnologia pode levar nossos filhos e nossos netos. Esse temor sobre a desumanização e o mal causados pela tecnologia tem sido uma pauta frequente. Nos dias de Galileo, uma espécie de “marca da Besta” para a igreja católica era as declarações do matemático florentino, que feriam a tradição, hoje, essa marca está associada à internet.

Outras práticas já foram tomadas como “marcas da besta” para essas pessoas. Em 1962, Davi Miranda fundou a Igreja Pentecostal Deus é Amor, que, segundo o Censo do IBGE, possuía 8 milhões de membros em 2010. Ele passou a pregar várias ideias conservadoras, como a obrigatoriedade da mulher nunca se depilar ou cortar o cabelo, não usar maquiagens, usar sempre saias longas ou vestidos longos. Já o homem nunca deveria usar bermudas e jamais jogar futebol. Assistir à televisão era proibido e, mais ainda, ter uma televisão em sua casa, pois ela seria “a marca da besta”. Para alguns, o código www da web seria o número 666. Alguns creem que essa “marca” seria a própria internet, pois na língua hebraica não há caracteres numéricos separados das letras do alfabeto, as letras são também usadas como números, e a letra do alfabeto hebraico equivalente ao número 6 é w, por isso, www é relacionado ao número 666. É preciso apontar que

trago essas crenças como forma de ilustrar um dos vieses da relação entre religião e convergência midiática,

Ainda discorrendo sobre os motivos pelos quais alguns grupos religiosos são agressivos contra produtos da mídia e práticas de comunicação mediadas pelas tecnologias eletrônicas, conforme descrito por Jenkins, cito o maior temor destes grupos, que é o implante de chip. Ao pesquisar no Google pelo termo “marca do diabo”, surgem aproximadamente 67 mil resultados; já acrescentando as palavras implante de chip, são mais de 6 mil. Há também muitos livros que tratam desse tema sendo oferecidos na internet, inclusive na Amazon. Entre os vários sites que compartilham informações como essas é o “previnasedamarca.com”. Neste site há artigos afirmando que a “marca” seria um chip tecnológico usado no cartão de crédito ou que viria junto à carteira de identidade ou, ainda, um chip implantado na pele. O site traz um vídeo com uma reportagem da Rede Record<sup>14</sup> abordando os benefícios e malefícios do uso do chip implantado.

Em uma busca rápida no *Google* com a expressão “marca da besta”, foram encontrados em torno de 184.000 artigos em junho de 2020. O primeiro artigo que foi sugerido pelo buscador tem por título “COVID-19 e A Marca da Besta”. Verifiquei que se tratava de uma discussão na internet sobre a possibilidade de ligar a palavra corona com o número 666 (HALSTED, 2020, online). A segunda sugestão do buscador se refere a uma matéria da revista *Exame* com o título: *Religiosos dizem que biochips são a "marca da besta"*, e apresenta como conteúdo o mesmo citado anteriormente, isto é, a implantação de um chip sob a pele na testa ou na mão direita seria um ato de sujeição e concordância com o Anticristo (EXAME, 2017, online)

Ainda falando sobre a relação, por vezes conflituosa, entre mídia e religião, podemos citar o ataque ao jornal semanário francês "Charlie Hebdo<sup>15</sup>" após a publicação de charges do profeta Maomé, quando doze pessoas foram assassinadas no dia 07 de janeiro de 2015. Não é preciso citar os tantos acontecimentos que guardam conexão com a relação mídia-religião que estão na história mundial, como o livro de Salman Rushdie ou a primavera árabe.

Henry Jenkins cita também vários bons resultados da integração entre a mídia e a religião. A exemplo de Connie Neal, que é cristã e autora de 36 livros

---

<sup>14</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=saiMqvFvK\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=saiMqvFvK_U). Acesso em: 20 mai. 2020.

<sup>15</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/01/tiroteio-deixa-vitimas-em-paris.html>. Acesso em: 20 mai. 2020.

relacionados à cultura popular, fé e família. Entre suas obras estão: *What's a Christian to Do with Harry Potter*<sup>16</sup>? (2001) e *The Gospel According to Harry Potter*<sup>17</sup> (2008). Para Connie Neal é positivo ensinar valores, princípios e gerar maturidade na criança a partir de obras como a série de J. K. Rowling. Neal considera que não se deve tirar a liberdade de uma criança ou adolescente de participar da cultura popular. (JENKINS, 2009, P. 275).

Conie Neal defende propiciar às crianças habilidades de letramento midiático, ensinando-lhes a avaliar e interpretar a cultura popular dentro de um contexto cristão, gerando, assim, maturidade e autonomia. Ela pergunta para os pais o que Jesus faria com *Harry Potter*. Então, ela mesma sugere que, provavelmente, Jesus usaria este conhecimento da cultura popular para desenvolver seu ensino, assim como usou o conhecimento popular da época para ensinar suas famosas parábolas e desenvolver o sermão da montanha. (JENKINS, 2009, P. 274).

Em “Pop Culture: Why Bother?”<sup>18</sup>, na página do grupo citado por Jenkins, ransomfellowship.org, Denis Haack, fundador da Ransom Fellowship, cita benefícios no envolvimento com a cultura popular, como uma maior compreensão de seu próprio sistema de valores e a oportunidade de uma troca significativa entre cristãos e não cristãos. Para Denis Haack, a cultura humana é um dom de Deus e é a forma de expressar a criatividade das pessoas feitas à imagem de Deus. Ele considera, ainda, que o desenvolvimento da cultura humana não é uma surpresa para Deus e, sim, o resultado do mandato de cultivarmos a Terra. Em outras palavras, ele vê a cultura como resultado direto do humano.

A cibercultura como produto cultural, da sensibilidade e da inteligência humanas também é visto desta forma por Santaela, como humana.

A cibercultura, tanto quanto quais quer outros tipos de cultura, são criaturas humanas. Não há uma separação entre uma forma de cultura e o ser humano. Nós somos essas culturas. Elas moldam nossa sensibilidade e nossa mente, muito especialmente as tecnologias digitais, computacionais, que são tecnologias da inteligência, conforme foi muito bem desenvolvido por Lévy e De Kerckhove (SANTAELA, 2003, P.23)

Uma pesquisa sobre a relação entre mídia e igreja, realizada em 13 de março

<sup>16</sup> O que um cristão faz com *Harry Potter*. Tradução minha.

<sup>17</sup> O evangelho segundo *Harry Potter*. Tradução minha.

<sup>18</sup> “Cultura Popular: Por Que Se Preocupar?”. Tradução minha.



de 2018 nos Estados Unidos por Andrew Conrad mostra como está a relação entre mídia, tecnologias e os líderes das igrejas. Andrew afirma que “quanto mais as igrejas crescem e se adaptam à onipresente rede de Wi-Fi, celulares, mídias sociais, mais elas se tornam efetivas em alcançar novos membros” (CONRAD, 2018, online). Andrew Conrad levantou alguns dados interessantes sobre mídia e igrejas no site [blog.capterra.com](http://blog.capterra.com), segundo o qual, em 2017 mais da metade dos leitores da bíblia (55%) acessaram os textos bíblicos pelo celular ou internet e quase 70% das igrejas evangélicas ofereciam Wi-Fi, das quais, quase 85% usavam *Facebook*. E acrescenta outros dados: 54% dos cristãos mais jovens assistem vídeos sobre fé e espiritualidade, sendo que 65% dos americanos preferem sermões presencialmente a vídeos. (CONRAD, 2018, online).

Como os meios de comunicação de massa ficaram distantes de alguns grupos cristãos, eles adotaram novas tecnologias, novas mídias, em um novo modelo de sociabilidade religiosa. Um exemplo é a Christian Gamers Guild – Associação de Gamers Cristãos. É um grupo de cristãos que se reúne em torno de jogos de computador. O grupo cresceu e tem uma revista de publicações chamada *The Way, the Truth, and the Dice*<sup>19</sup>, na qual vários colaboradores publicam artigos sobre jogos e compartilham suas experiências. Aquele é também um espaço para explorar e debater questões morais. Por vezes, marcam uma reunião presencial e celebram um culto. Outro grupo cristão que incorporou as novas mídias e tecnologias em seu cotidiano é o “Fans for Christ”. Em seu site eles descrevem como se sentem na condição de cristãos e fãs de produtos culturais: “The Christian fan is like a rare bird and together, in community, we will have a strong place to support our members in difficult times, helping each other<sup>20</sup>” (FANS FOR CHRIST, 2003, online). Na apresentação do grupo, no site, manifestam a frustração de se sentirem sozinhos e serem chamados de loucos ou nerds e, por isso, criaram o grupo a fim de conversarem e compartilharem aquilo que chamam de “loucuras de fãs”.

Além de interagirem com a cultura popular, cristãos têm produzido sua própria mídia, ao que Jenkins chama de contracultura cristã, citando Heather Hendershot (2004) e seu livro *Shaking the World for Jesus: Media and Conservative*

---

<sup>19</sup> “O Caminho, a Verdade e os Dados”. Tradução minha.

<sup>20</sup>. O fã cristão é como um pássaro raro e juntos, em comunidade, teremos um lugar forte para apoiar nossos membros em tempos difíceis, ajudando-nos uns aos outros. Tradução minha.

*Evangelical Culture*<sup>21</sup>. Ao abordar a relação entre a cultura evangélica conservadora e a mídia, Heather explora em seu livro a vasta indústria de filmes, vídeos, revistas, músicas e produtos consumidos pelos evangélicos nos Estados Unidos. São milhares de produtos que promovem a fé cristã, vendidos para milhões de clientes a cada ano na internet, por catálogo de correio e em lojas como a Wal-Mart. Ela examina a indústria de mídia evangélica e seu sucesso no meio religioso e secular.

Para Heather (2003), a decepção com os programas de televisão levou os evangélicos a criarem suas próprias séries animadas, seus próprios romances de ficção científica e mistério. Além disto, produziram jogos como *Victory at Hebron*, cujo objetivo é encontrar companheiros e vencer os filhos de Anaque, gigantes filhos de demônios com formas humanas. Segundo Jenkins, quando as empresas perceberam o potencial deste nicho de mercado passaram a investir nas produções cristãs. 75% dos americanos se declararam cristãos em 2015, destes, 51.3% são evangélicos e 23.9% católicos, o que significa 240 milhões de cristãos. Já no Brasil, os dados de 2010 apresentam 64,6% de católicos e 22,21% de evangélicos, o que significava naquele ano em torno de 42 milhões de evangélicos.

Algumas das produções mais conhecidas desse universo são *As Crônicas de Nárnia*, do apologista cristão e professor de Oxford, C. S. Lewis. A série de narrativas literárias foi publicada entre 1950 a 1956, vendeu mais de 120 milhões de cópias e foi adaptada diversas vezes, inteiramente ou parcialmente, para rádio, televisão, teatro e cinema. C. S. Lewis misturou temas cristãos com elementos da mitologia grega e nórdica, bem como os tradicionais contos de fadas. Os três filmes mais recentes renderam quase 1,6 milhões de dólares. Outro exemplo de convergência midiática entre os cristãos é a série *Deixados para Trás*, de Tim LaHaye (1996), que se tornou best-seller na Amazon. É uma obra ficcional, de temática religiosa, que conta a história dos últimos dias na Terra conforme as narrativas do livro de Apocalipse de João, da Bíblia Sagrada. Havia três filmes com produção mais barata sobre a série, tendo como público alvo grupos cristãos, porém, em 2014, foi lançado o filme *Left Behind*<sup>22</sup> (Vic Armstrong), com atores famosos como Nicolas Cage e Chad Michael Murray.

Não podemos deixar de citar o filme *A paixão de Cristo* (Mel Gibson, 2004) como um exemplo da cultura da convergência midiática entre os cristãos e como

---

<sup>22</sup> Deixados para trás. Tradução minha.

um produto cristão que extrapola os seus consumidores alvo, atingindo quase toda a população mundial. *A paixão de Cristo* é o filme religioso mais lucrativo da história, teve bilheteria global de US\$ 600 milhões, a maior bilheteria de um filme não falado em inglês nos Estados Unidos. Em 2018, a edição de 29 de março da *Revista Abril* trouxe algumas informações sobre filmes religiosos lançados naquele ano, mostrando esse tema como um nicho crescente. *Eu só posso imaginar* (Andrew Erwin, Jon Erwin, 2018) foi o terceiro filme de maior bilheteria. Na estreia, arrecadou 17,1 milhões e, no total, foram 85,4 milhões de dólares. O filme conta a história da banda gospel MercyMe e como a música “I can only imagine”(1999) foi composta pelo vocalista Bart Millard. O conteúdo da canção também tem a ver com o apocalipse e aborda a possível reação da pessoa que se encontra com Jesus no Paraíso. Outra história que saiu da bíblia para virar filme recentemente é a história de *Paulo, o apóstolo de Cristo* (Andrew Hyatt, 2018), que estreou com uma bilheteria de 5,1 milhão de dólares. Jim Caviezel é o ator que representa o apóstolo Paulo, o mesmo que representou Cristo no filme de Mel Gibson, em 2004. Outra produção recente é *Deus não está morto* (Harold Cronk, 2014). É uma espécie de tentativa de resposta ao filósofo alemão Nietzsche, que declarou várias vezes a frase “Deus está morto”, a primeira vez delas em *A Gaia Ciência*. O primeiro filme *Deus Não Está Morto* arrecadou 64,7 milhões e o segundo, 24,5 milhões.

Na música, grupos como *Jesus Culture* e *Hillsongs* têm remodelado a cultura musical cristã. *Jesus Culture* tem mais de 500.000 inscritos em seu canal do *Youtube* e *Hillsongs*, em torno de 2.5 milhões, com músicas traduzidas em muitos países.

A cultura da convergência chegou também para as crianças cristãs. Jenkins cita uma produção infantil chamada *Os Vegetais* (Phil Vischer, Mike Nawrocki, 1994)<sup>23</sup>, animação infantil de cunho cristão. Os episódios apresentam temas como egoísmo, necessidade de perdoar e consumo exagerado e adaptam algum versículo bíblico que geralmente aparece no desenrolar da história. No Brasil, a série já foi exibida pela Rede Record em 2005 e, pelo SBT, entre 2007 e 2008, dentro da programação do *Carrossel Animado* e *Sábado Animado*. Atualmente, é exibida pela *Rede Boas Novas*. Em 2014 foi firmada uma parceria com a *Netflix* para uma produção de uma nova série intitulada *VeggieTales in the House*<sup>24</sup>,

---

<sup>23</sup> No original, *VeggieTales*.

<sup>24</sup> Os Vegetais em casa. Tradução minha.

coproduzida pela *DreamWorks Animation*. Esse foi seguido por *VeggieTales in the City*<sup>25</sup> em 2017.

Outro fenômeno religioso no universo da convergência é a participação do Papa Francisco nas redes sociais, o qual demonstra habilidade em se comunicar com os fiéis. Na página do *Twitter* em inglês (@Pontifex) ele tem 17,9 milhões de seguidores, mas, considerando todas as nove línguas, ele tem mais de 40 milhões. Como líder, está apenas atrás de Donald Trump, com 53.3 milhões, segundo o site *catholicherald.co.uk*. O Papa Francisco renovou a imagem do catolicismo no mundo com sua personalidade sorridente e acessível, por gostar de futebol e todos os dias deixar uma mensagem no *Twitter*. Segundo o site, “isto mostra que o Papa se importa com relacionamentos, ainda que seja pela internet”. (CATHOLIC NEWS SERVICE, 2017, online)

A cultura participativa resultante da inteligência coletiva tem mudado os paradigmas da comunicação, inclusive dentro de grupos religiosos como o cristianismo. A convergência midiática que tem influenciado de baixo pra cima as grandes produções de Hollywood também está acontecendo dentro da religião. Conforme demonstra a pesquisa de Andrew Conrad, a empresa ou igreja que não tiver afinado com os novos tempos da cultura da convergência pode estar mandando embora o fiel – ou o cliente. Com Andrew, concorda Anderson:

Uma estrutura setorial que já foi monolítica, na qual profissionais produziam e amadores consumiam é agora um mercado de duas mãos, no qual qualquer um pode entrar em qualquer campo, a qualquer hora. Isso é apenas um indício das mudanças que podem ser fomentadas pela democratização das ferramentas de produção e de distribuição (ANDERSON, 2006, p. 82).

A imposição de poder por parte de uma empresa, como no caso da Warner Bros exigindo exclusividade dos direitos sobre *Harry Potter*, tentando impedir fãs de criar *fanfictions*, ou a imposição de um discurso autoritário por um líder político ou religioso, não ficam mais sem respostas no tempo da cultura da convergência. Não é mais uma via de mão única, de cima para baixo, agora são vias de mãos duplas. O cafezinho e o Whatsapp, a conversa com um familiar e uma olhada nas redes sociais, cozinhando e acompanhando uma receita na internet ou ainda vendo um culto, uma missa, uma palestra religiosa através do Facebook ou Youtube, tudo

---

<sup>25</sup> Os Vegetais na cidade. Tradução minha.

faz parte dessa cultura que se globaliza e converge para um mesmo espaço. Ao citar Jenkins, discorrendo sobre a internet e as mídias como produto humano, Spadaro diz que:

A Igreja está naturalmente presente onde o homem desenvolve sua capacidade de conhecimento e relacionamento; Ele sempre teve no anúncio de uma mensagem e nas relações de comunhão duas colunas que sustentam seu ser. É por isso que a rede e a Igreja são duas realidades "desde sempre" destinadas a se encontrar. O desafio, portanto, não deve ser como usar bem a rede, como muitas vezes se acredita, mas como viver bem em tempos de rede. Neste sentido, a rede não é um novo "meio" de evangelização, mas é acima de tudo um contexto em que a fé é chamada a se expressar não por uma mera vontade de presença, mas pela comnaturalidade do cristianismo com a vida dos homens (SPADARO, 2014, p. 22).

A aculturação midiática é um processo sem volta para o homem. Onde houver ser humano haverá algum tipo de mídia, inclusive no que diz respeito ao religioso, o que justifica trabalhos como este. A fortaleza de uma religião é a existência de fiéis; nos dias de hoje fiéis são cooptados e fidelizados também pelas redes sociais, pois elas funcionam como um aparelho ideológico, como um meio de doutrinação e conversão.

### 2.3 Cyberchurch

Cyberchurch é uma igreja virtual no ciberespaço, que pode ou não ter vínculos com uma igreja física. O que a diferencia de um simples site religioso são os serviços prestados online, como cultos, adoração, orações, aconselhamentos e realização de algum cerimonial que, antes, só era possível presencialmente. Em alguns casos, membros de uma cyberchurch tentam se encontrar fisicamente em algum momento, outros, não veem sentido nisso. No contexto de um país livre como o Brasil, participar de cyberchurches tem a ver com a conveniência, com formar uma comunidade que pensa a espiritualidade de maneira semelhante. Essa participação também pode ser movida pelo desejo de livrar-se de coisas pesadas da religião, como obrigações, submissão a líderes e dogmas, contribuições financeiras, participar de reuniões demoradas e entediantes, pressão de membros por mudanças de conduta, entre outros. Em seu livro intitulado *Do púlpito às mídias sociais. Evangélicos na política e ativismo digital*, Magali do Nascimento Cunha (2017), postula o seguinte:

As igrejas passam a não ter mais o controle do sagrado e da doutrina como tinham antes. A abertura para a participação e para que qualquer pessoa que professe uma fé, vinculada ou não formalmente a uma igreja, manifeste livremente suas ideias, reflexões e opiniões, tirou o controle dos conteúdos disseminados das mãos das lideranças (CUNHA, 2017, p. 31).

Enquanto alguns parecem viver sua fé navegando na grande rede por convicções interiores, outros o fazem por condicionamentos exteriores. Em alguns casos, participar de uma cyberchurch é o único modo de se viver o cristianismo. A obra “*Church in an Age of Global Migration: A Moving Body* (2016)<sup>26</sup>” de Susanna Snyder, Agnes M. Brazal e Joshua Ralston, aborda a dificuldade de as pessoas viverem o cristianismo em certos países onde acabaram chegando por conta das migrações atuais. O livro cita o caso de Allan, que costumava frequentar a igreja Metodista nas Filipinas, porém, agora, trabalhando na Arábia Saudita, não pode mais participar de grupos, pois neste país é proibida a reunião de cristãos. Allan chegou a participar de um grupo cristão secreto nos porões de uma casa, mas, pelo grande risco que corria, decidiu não mais fazê-lo. Para não deixar morrer a sua fé, ele decidiu se alimentar espiritualmente de conteúdos da internet. (SNYDER, BRAZAL, RALSTON, 2016, p. 187).

No caso de Allan, assim como no caso de Fábio, citado por Sbardeloto, a cyberchurch procura substituir a igreja física ou local por questões de espaço, agrupamento e deslocamento, isto é, pela impossibilidade de participarem das reuniões presencialmente. Esses casos, no entanto, são minoria. A maior parte dos adeptos de cyberchurches o são por conveniência, por não estarem concordando com as tradições religiosas e verem a instituição religiosa e seus sacerdotes como dispensáveis para viverem suas religiosidades. (BOMILCAR, 2012, p.89)

A cyberchurch vem facilitar um processo que se acentua na sociedade, a prática da religiosidade sem obrigatoriamente participar de uma religião oficial. As cyberchurches servem aos dois grupos, pois se pode participar dos serviços oferecidos pelas cyberchurches praticando seus ritualismos como se estivesse presente, ou se pode acompanhar as palestras, ouvir músicas cristãs de uma maneira mais descomprometida em relação àquela religião específica.

Uma pesquisa publicada no site G1<sup>27</sup> em 2014 aponta o crescimento de 70%

---

<sup>26</sup> Igreja numa era de migração global: um corpo em movimento. Tradução minha.

<sup>27</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2014/02/crece-numero-de-pessoas-sem-religiao-dizem-especialistas-do-rs.html> Acesso em: 16 jan. 2020.

dos declarantes “sem religião” no período de duas décadas (G1, 2014, online). A matéria destaca ainda que o fato de 8% da população brasileira declarar-se sem religião não significa sem religiosidade, pois muitos acreditam em energias espirituais e meditação. Mario Sergio Cortella, numa entrevista publicada pelo site *Luz da Serra*, argumenta na mesma direção, procurando diferenciar religiosidade de religião. Nas palavras de Cortella:

Religiosidade é uma manifestação da sacralidade da existência, uma vibração da amorosidade da vida. E também o sentimento que temos da nossa conexão com esse mistério, com essa dádiva. Algumas pessoas canalizam a religiosidade para uma forma institucionalizada, com ritos, livros – a isso se chama “religião”. Mas há muita gente com intensa religiosidade que não tem religião. Aliás, em minha trajetória, jamais conheci alguém que não tivesse alguma religiosidade. Digo mais: nunca houve registro na história humana da ausência de religiosidade. Todos os primeiros sinais de humanidade que encontramos estão ligados à religiosidade e à ideia de nossa vinculação com uma obra maior, da qual faríamos parte. (CORTELLA, M. S. 2011, online).

Esta argumentação de Cortella é relevante para este trabalho, pois muitas pessoas estão sendo atingidas, alimentadas, desafiadas e mesmo disciplinadas ou catequisadas pelas cyberchurches, estejam elas percebendo, desejando isso, ou não.

Ainda que não seja exatamente uma cyberchurch, é importante destacar o modo como algumas associações religiosas utilizam as ferramentas digitais de forma a quase se equipararem a uma igreja online. É o caso da Rede Apostólica Cristã, ([www.redepostolica.com.br](http://www.redepostolica.com.br)), que conta com mais de 100 igrejas físicas, mas que passou a fazer online as reuniões da cúpula de liderança. Há pastores de Pelotas, Canoas, Teutônia, Viamão, Santa Cruz do Sul, Santa Catarina e Rio de Janeiro, entre outras localidades. As reuniões presenciais tinham um grande investimento de tempo e de dinheiro, agora, são realizadas via *Zoom*, uma ferramenta que aceita até 50 participantes ao mesmo tempo em uma videoconferência, e que é gratuita.

Transmitir a reunião, chamada por seus membros de culto, no domingo, às 19h, via *Facebook* se tornou imprescindível para a igreja de que sou pastor. Pessoas dos nossos grupos de outras cidades, como Rio de Janeiro, Cachoeira do Sul, Capão da Canoa e Lajeado, acompanham a reunião deixando seus comentários. Além disto, pessoas que não puderam participar do momento do encontro também podem acompanhar pela página da *Comunidade Cristã de Vera*

*Cruz.* Em nossa estrutura temos centenas de grupos que se reúnem nas casas com seus líderes, sendo que estes devem promover o compartilhamento das informações divulgadas no culto de domingo à noite, por isto a importância de todos terem acesso à palestra do dia. Neste sentido, o uso da mídia pela religião ajuda a manter o foco ao criar uma aproximação em sua abordagem, evitando divagações e enfraquecimento do grupo por opiniões divergentes. Fortalecer a reunião de pessoas que mantêm a unidade de pensamento parece ser uma prática eficiente nos dias de hoje, e é o que fazem algumas lideranças políticas. É neste sentido que essa relação entre a religião e as mídias, através da convergência criada pela internet, favorece aos seus propagadores e usuários a ampliação do espaço religioso para além dos templos, além dos espaços físicos, tornando a internet um púlpito.



### 3 AS REDES SOCIAIS E O FACEBOOK

Já que o objetivo principal deste trabalho é procurar entender como o Bispo Edir Macedo se apropria das redes sociais para atingir seus objetivos, é importante, primeiro, compreendermos o papel que as redes sociais exercem no cotidiano da maior parte da população. Conjuntamente, vamos descrever a rede que é foco de nosso estudo mais pontualmente, o Facebook.

O *Facebook* é o maior site de rede social do mundo. Fundado em 04 de fevereiro de 2004 por Mark Zuckerberg, ele a criou juntamente com os colegas de quarto Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz e Chris Hughes na universidade de Harvard, com sua base em Menlo Park, Califórnia. Dados atualizados em janeiro de 2020 no site Wikipedia<sup>28</sup> em inglês mostram que o *Facebook* está em todo o mundo com exceção dos países fechados, contando com 2.45 bilhões de usuários ativos mensalmente. Já o site especializado no mercado financeiro, *markets.businessinsider.com* traz informações atualizadas em 17 de janeiro de 2020, declarando que a empresa estava avaliada em mais de 800 bilhões de reais, como quinta maior empresa de tecnologia dos Estados Unidos. (WINCK, 2020, online).

A edição 348 da *Revista Super Interessante*, de junho de 2015, informa que naquele ano, 936 milhões de pessoas entravam no site diariamente, 59 milhões destas, só no Brasil (SANTI, 2015, online). Além disto, pelo menos uma vez ao mês, metade de todas as pessoas que acessam à internet no mundo entra no *Facebook*. Na introdução da reportagem, os autores apontam que:

Ele tem mais adeptos do que a maior das religiões (a católica, com 1,2 bilhão de fiéis), e mais usuários do que a internet inteira tinha dez anos atrás. Em suma: é o meio de comunicação mais poderoso do nosso tempo, e tem mais alcance do que qualquer coisa que já tenha existido. A maior parte das pessoas o adora, não consegue conceber a vida sem ele. Também pudera: o Facebook é ótimo. Nos aproxima dos nossos amigos, ajuda a conhecer gente nova e acompanhar o que está acontecendo nos nossos grupos sociais. (SANTI, GARATTONI, 2015, online)

Esta interação via *Facebook*, citada pela matéria, faz com que em um culto religioso na web ou em uma postagem de Macedo, em que ele afirma a intenção de

---

<sup>28</sup> Tradução minha.

Deus em fazer o fiel feliz ou abençoá-lo, é criada uma conexão entre o receptor e o emissor da mensagem. Essa conexão costuma ser selada com um comentário do usuário agradecendo, um pedido de oração por algum problema, ou um simples amém.

Como vimos anteriormente, o compartilhamento de informações e as redes sociais começaram a surgir junto com a web 2.0 na virada do século e, desde então, estas ferramentas foram sendo incorporadas e integradas na comunicação diária da população. Uma pesquisa feita com 5.200 adolescentes, com idades entre 12 e 17 anos, em 30 países, incluindo o Brasil, que foi publicada pela Viacom Global Insights em 20 de setembro de 2018, sob o título *In Latin America, Teens Are Digitally Savvy and Entrepreneurial*<sup>29</sup>, apontava que o adolescente latino-americano usa redes sociais 63 vezes por dia enquanto a média mundial é de 49.

Na América Latina, 83% dos adolescentes usam tecnologia e mídias sociais para se manterem atualizados constantemente, em comparação com 75% entre os adolescentes globais. Eles verificam as mídias sociais em média 67 vezes por dia - muito acima da média global de 49 checagens por dia. Seis em cada 10 relatam sentir pressão para responder a uma mensagem em 30 minutos. Também é mais provável que compartilhem algo engraçado assim que o encontrarem (77% da América Latina, 73% global) (ZARAZAGA, 2018, online).

Outro dado importante se refere à sociabilidade não virtual. O número de “melhores amigos”, segundo este mesmo artigo, subiu de 4.3 em 2012 para 4.7 em 2018, indicando que, ao contrário do que muitos previam, a rede social talvez não isole o usuário dos relacionamentos presenciais quando ele não quer. O crescimento do uso das redes sociais não está apenas no grupo dos adolescentes, está em todas as faixas etárias, inclusive entre os idosos. Um estudo divulgado pelo *O Globo* em 03 de novembro de 2018 mostra que um quarto da população de idosos está conectado ao *Facebook*.

Nos últimos dois anos, nenhum grupo cresceu mais em número de perfis no Facebook do que o de idosos. Até agosto, 7,4 milhões de pessoas com 60 anos ou mais estavam conectadas à rede social, o equivalente a um quarto do total de idosos brasileiros. Um crescimento de 56% desde 2016. O Rio é o estado onde a presença desse grupo no Facebook é maior. Mais de um terço dos idosos fluminenses, cerca de um milhão, estão na rede social. Os dados são de um levantamento da consultoria *SeniorLab*. (COSTA, 2018, online).

---

<sup>29</sup> Na América Latina, os adolescentes têm conhecimento digital e são empreendedores. Tradução minha.

Um dos motivos deste crescimento é a popularização dos smartphones e a facilidade de acesso à internet. Muitos idosos têm dificuldades em usar computadores, mas logo se habitua a clicar na tela do celular. A facilidade de conseguir acessar apenas através de comandos de toques também é uma razão do crescimento deste grupo nas redes sociais. Para o idoso, as memórias são muito caras e as redes sociais os ajudam a lembrar fotos de filhos, netos, familiares e amigos em geral, impulsionando-os para a rede. Além disso, comunicar-se sem sair de casa é mais seguro.

É bastante relevante para este trabalho tratarmos desse tema do comportamento do idoso ligado às redes sociais e à religião, em vista de que a expectativa de vida do idoso tem aumentado, tornando-o um cliente em potencial para a religião via internet. O IBGE aponta que em 2050 a população idosa vai triplicar no Brasil, passando de 19,6 milhões (10% do total), para 66,5 milhões de pessoas (29,3%). Pesquisas também apontam que aumenta o interesse por religião à medida que os anos passam. Os dados mostram que os idosos mais longevos são mais religiosos que os idosos mais jovens. A parcela daqueles que se dizem sem religião dos 60 a 79 anos é de 2,2% e aos 80 anos ou mais essa proporção cai para 1,5%. Percebe-se que à medida que aumenta a expectativa de vida do entrevistado, aumenta também o percentual de religiosos (DUARTE; LEBRÃO; TUONO; LAURENTI, 2008, online).

### **3.1 Do início das redes sociais ao Facebook**

Conhecida como a rede-mãe da Internet de hoje, a Arpanet surgiu através do “Advanced Research Projects Agency”, Arpa, do Departamento de Defesa dos EUA, uma pesquisa de mais de 10 anos com testes entre os militares, governos e universidades. Em 1969 foi feito um teste que conectou quatro universidades nos Estados Unidos através de conexão via linhas telefônicas à velocidade de 56 Kbps. Citando este início da comunicação por dispositivos eletrônicos como o computador, David Kirkpatrick, em *O Efeito Facebook* (2011), postula:

Algo como o Facebook foi concebido por engenheiros que lançaram as bases para a internet. Em um ensaio de 1968 escrito por J. C. R. Licklider e Robert W. Taylor, intitulado “O computador como dispositivo de comunicação”, os autores perguntavam: “Como serão as comunidades on-line interativas? Na maioria das áreas, serão compostas por membros

geograficamente distantes, por vezes agrupados em pequenos núcleos e, às vezes, trabalhando individualmente. Não serão comunidades de localização comum, mas de interesses comuns.” O artigo avançou um pouco mais em direção ao conceito de redes sociais quando disse: “Você não vai enviar uma carta ou um telegrama; simplesmente vai identificar as pessoas cujos arquivos devem ser ligados aos seus.” (KIRKPATRICK, 2011, p. 66).

Ainda falando do início da comunicação via computador, podemos citar a Usenet. Baseada originalmente na ARPANET, a Usenet é uma das mais antigas redes de comunicação por computador ainda em uso. Concebida em 1979 e estabelecida em 1980, permitia o envio de mensagens a grupos dedicados a temas específicos. Já o conceito “comunidade virtual” foi cunhado por Howard Rheingold (2000) em seu livro *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*<sup>30</sup>. Ele definiu como comunidades virtuais: "agregações sociais que emergem na Internet quando uma quantidade significativa de pessoas promove discussões públicas num período de tempo suficiente, com emoções suficientes, para formar teias de relações pessoais no ciberespaço". (RHEINGOLD, 2000, online).

Ainda na década de 80, uma empresa chamada *CompuServe* foi pioneira em comercializar a internet nos Estados Unidos e conectar pessoas internacionalmente. Desenvolveu sistema de bate-papo on-line, fóruns de mensagens, jogos on-line e introduziu o formato GIF para imagens. Em 1988, a IBM e a Sears criaram a *Prodigy* com tecnologia superior, estando entre as três maiores empresas de serviços de internet nos Estados Unidos. Já no meio da década de 90 surge a *AOL*, aperfeiçoando as experiências de comunicação por computador. *Friendster* é considerada por muitos como a primeira rede social, fundada em 2003 na Califórnia por Jonathan Abrams. Já em 2003, surge o *LinkedIn* e o *MySpace*, que ainda estão ativos. Em 2004, o *Orkut* e o *Facebook* são lançados, em 2006, o *Twitter* e, em 2009, o *WhatsApp*. (SOCIALMEDIALIST, 2018, online)

Mark Zuckerberg também poderia ser exemplo para aquele velho chavão, “nada se cria, tudo se copia”, pois foi acusado de roubar ideias para criar o *Facebook*. O filme *Rede Social* (David Fincher, 2010), que conta a história dessa criação, aborda os processos de apropriação de ideias a que ele respondia. Em “*Mark Zuckerberg, o homem que copiava*”, Eloá Orazen faz um resumo dos muitos

---

<sup>30</sup> Comunidades virtuais; habitando na fronteira eletrônica. Tradução nossa.

processos e acordos judiciais que envolveram esta prática. Segundo a autora, “O empresário foi recentemente criticado por plagiar o aplicativo chinês *TikTok*. Mas isso não é novidade na história da rede social: *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram* já incorporaram ferramentas que começaram em outras companhias de tecnologia” (Orazem, 2019, online).

Para além das discussões sobre plágio, houve uma evolução do conhecimento sobre redes sociais por anos de experimentos, tentativas, erros e limitações. Zuckerberg usou muitos componentes e ideias implementadas em outras redes ou programas, além de estar no lugar certo na hora certa, pois nos anos que precederam a criação do Facebook a conexão era muito limitada. Ao citar a busca de Zuckerberg por mais servidores e mais capacidade de conexão neste período inicial, Kirkpatrick (2011, p. 58) lembra as palavras do criador do Facebook em um artigo: “Preciso de servidores tanto quanto preciso de comida. Provavelmente poderia passar algum tempo sem comer, mas se não tivermos servidores suficientes, o site está ferrado.” Quem está na faixa dos 40 a 50 anos, assim como eu, lembra da internet discada nos anos 90 e sua lentidão. Lembra também da chegada da internet via rádio e agora a fibra ótica. Esta evolução é acompanhada também pelas plataformas de redes sociais ou de jogos, ou, ainda de streaming.

Há hoje muitas redes sociais segundo os interesses de cada um. Há redes de namoro como o *Tinder* ou *ParPerfeito*, redes que envolvam animais de estimação, como o *Critter* ou *Facepets*, redes para profissionais como *Viadeo* ou *LinkedIn*, entre outros. Há muitas centenas de redes sociais hoje. O site *Social Media List* divulgou as 250 redes sociais mais acessadas em 2019. A primeira da lista é a rede de Zuckerberg, com 2.3 bilhões de usuários mensais (SOCIAL MEDIA LIST, 2019), o que explica a escolha por usá-la pelas religiões.

O *Facebook*, em sua página oficial, apresenta-se como um produto/serviço que tem por missão “oferecer às pessoas o poder da partilha, tornando o mundo mais aberto e interligado” (Facebook, 2016). Em outras palavras, podemos dizer que o Facebook se propõe a manter ou fortalecer os laços sociais. Ao estudar este assunto, Lúcia Amante (2014) diz o seguinte:

O Facebook é usado para manter contacto com velhos amigos e manter ou intensificar relações caracterizadas por alguma forma de conexão offline. O Facebook pode contribuir para tornar laços sociais latentes em

laços fracos, através da informação que disponibiliza e a facilidade de interação que pode motivar o contato que de outro modo não existiria. (AMANTE, 2014, p. 33).

Por laços fracos, a autora faz referência a um capital social que pode ser criado ou mantido através das redes sociais. Ela discute se o *Facebook* pode interferir no capital social do indivíduo a partir dessa conexão virtual. Mas, enfim, o que é uma rede social? É o aplicativo, o programa, ou será que são as pessoas em suas redes de conexão? Sobre isso, Raquel Recuero, em seu livro *Redes sociais na internet*, responde:

Embora os sites de redes sociais atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, eles não são, por si, redes sociais. Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes. (RECUERO, 2011, p. 103).

Recuero usa a expressão “atores sociais” para falar dos participantes de redes sociais, demonstrando que não há rede sem pessoas, sem os atores, sujeitos da ação de sociabilização pelas redes. Aproximando esse sentido ao uso que dele faz a religião, o Papa Francisco entende que “a rede digital pode ser um lugar rico de humanidade: não uma rede de cabos, mas de pessoas humanas”. (FRANCISCO, 2014, p. 10).

Santaella usa uma definição de Sued para conceituar o Facebook, “um espaço emergente da convergência de meios de comunicação preexistentes, culturas colaborativas e audiências participativas (SUED, 2010, p. 60 e 67 apud SANTAELLA 2013, p. 317).

Nesta rede de pessoas há muitos e diferentes interesses. Recuero (2011) cita uma lista de empenhos dos usuários em estar nas redes sociais, dentre as quais estão: criar um espaço pessoal, gerar interação social, compartilhar conhecimento, gerar autoridade e, por fim, gerar popularidade. Estas motivações dialogam com o discurso religioso, objeto de análise neste trabalho, pois são objetivos do líder religioso gerar autoridade, compartilhar seu conhecimento e ser cada vez mais popular para retroalimentar sua rede e fidelizar seu seguidor.

A situação exposta demonstra que o *Facebook* se prepara para ser mais do que uma rede social. Estar-se-á diante de uma ferramenta com capacidade de retenção de mais de um bilhão de pessoas que nela se encontram para os mais variados fins, servindo àqueles que o utilizam

como centrífuga que amalgama atividades de lazer, informação e trabalho. Processo que está se desenhando como espécie de dependência social e econômica para este enorme contingente, que já representa, aproximadamente, 1/7 da população do planeta. (PEIXOTO, 2014, p. 229).

Peixoto pontua que o *Facebook* acaba por servir um grupo de pessoas que centraliza ações como uma centrífuga, agregando o usuário em sua rede de consumo. Isto é verdadeiro também em relação aos ídolos do mundo gospel, como os padres cantores, palestrantes e pastores reconhecidos que atraem multidões, como veremos no próximo capítulo.

### **3.2 No que você está pensando?**

Ao criar um perfil no Facebook, logo nos deparamos com esta pergunta que nos instiga a compartilhar nossos sentimentos, sensações, percepções e pensamentos. Esta pergunta coloca o usuário como protagonista, o “você” como a pessoa mais importante a ser ouvida. Ter disponível uma mídia para expressar suas ideias, seus pensamentos, suas filosofias, suas ideologias políticas, suas crenças religiosas, para um grande número de pessoas pode ser desafiante e poderoso para alguns. Nisto, talvez, resida parte do sucesso do *Facebook* e das redes sociais. E essa pergunta sobre o que pensamos costumeiramente leva ao encontro de pessoas que pensam como nós, pois são essas pessoas que aceitamos em nosso círculo, excluindo aquelas com as quais discordamos.

O conceito de vontade de poder ou vontade de potência, a depender da tradução, é abordado por Nietzsche em *Eterno retorno* (2008), obra de 1881, e pode ser entendido como o desejo insaciável de se ser mais do que aquilo que se é presentemente. Este conceito dialoga muito bem com as redes sociais, pois o usuário busca expor uma idealização de sua vida, postando fotos e experiências em ângulos e perspectivas que muitas vezes não refletem a realidade. Alguns mostram seus músculos, outros seus poemas e ideias rebuscadas. Criminosos expõem suas armas, dinheiro, carros, correntes de ouro para ostentar aquilo que faz convergir as pessoas em torno daquela unidade de pensamento já aqui cintada. Clientes insatisfeitos expõem sua ira e indignação para poder atrair a empresa responsável e resolver seus problemas. E pregadores usam estas redes para, através de seu conhecimento religioso, manter e aumentar sua rede de seguidores, seu público, suas conquistas e, por que não, suas riquezas. É nesse sentido que podemos

relacionar o aumento da rede a um aumento de poder. Nietzsche relaciona a vontade de poder com a vontade de conhecimento e sugere uma retroalimentação entre elas.

O conhecimento trabalha como instrumento do poder. Assim, torna-se claro que ele cresce com cada aumento de poder. Sentido do 'conhecimento': aqui há de tornar-se o conceito rigorosa e estritamente como antropocêntrico e biológico, assim como em 'bem' e 'mal'. Para que uma determinada espécie se conserve – e cresça em seu poder – precisa compreender, em sua concepção de realidade, uma porção de calculável e invariável suficiente para que, sobre ela, possa ser construído um esquema de seu proceder. A utilidade da conservação, não uma necessidade abstrata teórica qualquer de não ser enganado, é o motivo por trás do desenvolvimento dos órgãos do conhecimento...estes se desenvolvem de modo que a observação é suficiente para nos conservar. De outro modo: a medida da vontade de conhecer depende da medida do crescimento da vontade de poder da espécie: uma espécie agarra tanto a realidade quanto possa assenhorar-se dela, quanto possa tomá-la a seu serviço (NIETZSCHE, 2008, p. 259-260).

Para o autor, essa força, pode ser usada a fim de conquistar realizações, ambições e expansão do ser. Usa-se muito no jargão evangélico a expressão “expansão ministerial”, que nada mais é do que ampliar a influência do líder da igreja e a multiplicação de suas estruturas eclesiais ou midiáticas. Isto é justamente o que o Bispo Macedo faz, iniciando seu ministério em um antigo prédio onde funcionava uma funerária para chegar a mais de 100 países, narrativa a ser contada no próximo capítulo.

Manuel Castells, sociólogo catalão, e um dos pioneiros no estudo da Internet, também relaciona as redes sociais e a comunicação via internet com o poder, afirmando que “[...] a mudança do ambiente comunicacional afeta diretamente as normas de construção do significado e, portanto, a produção de relações de poder” (CASTELLS, 2013, p. 11)

Ao mesmo tempo em que o *Facebook* oferece protagonismo e poder ao usuário, faz dele uma mercadoria para os anunciantes. Enquanto alguém pode consumir um produto religioso, como as palestras do Bispo Macedo, torna-se produto a ser conquistado pelo Bispo, pelo próprio produto que acessou. Em seu artigo *O Facebook para além da rede social; o usuário como consumidor-mercadoria*, Zeca Peixoto (2014, p. 228) defende que:

Neste espaço de negócios, o capital primo são seus usuários, consumidos (grifo nosso) por estratégias de marketing. Figuram, sobretudo, como



produtores de conteúdos, a exemplo do acervo de 240 bilhões de imagens postadas por eles. Ao mesmo tempo, consumidores potenciais de uma plêiade de produtos ofertados.

Assim, as redes sociais rompem com o velho dualismo vendedor/comprador, consumidor/produtor, emissor/receptor. Nas redes, todos são “caça” ao mesmo tempo em que são “caçadores”, ou melhor, enquanto conquistam, são conquistados. Neste sentido, surge o conceito de “prossumidor”.

Nas mídias tradicionais temos os auditórios, os leitores, os ouvintes, os espectadores. Temos de um lado os criadores de cultura e conhecimento e de outro os consumidores. Hoje temos usuários, temos co-designers das mídias; os consumidores são criadores e vice-versa. Temos, enfim, os prossumidores, ou prosumers em inglês (COSTA et al., 2013, p. 87).

Percebemos este conceito na relação mídia/religião quando os usuários emitem comentários sobre o que os pastores, padres e preletores estão pregando ou quando pedem orações por problemas que estão passando. Em alguns casos, o preletor lê algum comentário e confirma que irá orar pelas necessidades do usuário, atribuindo-lhe protagonismo e, assim, certo poder naquela agregação de pessoas. Neste momento, o usuário deixa de ser apenas um consumidor e passa a contribuir com a construção da narrativa do preletor, configurando-se em prossumidor.

### **3.3 O poder do curtir, comentar, compartilhar**

Segundo a “Pirâmide da Hierarquia de Necessidades de Maslow<sup>31</sup>”, o ser humano precisa se sentir aceito e fazer parte de um grupo ou mais, como os grupos da família, amigos, igrejas, clubes de futebol, hobbies em comum ou outros aspectos sociais. (REZ, 2016, online). Em crianças e adolescentes, ter suprida a necessidade de pertencimento pode ser crucial na formação da personalidade. Na década de 90 fiz bacharelado em Teologia em Goiânia. Uma professora de Psicologia contou uma história ocorrida na cidade envolvendo a necessidade de

---

31 A hierarquia das necessidades de Maslow, é um conceito criado na década de 50 pelo psicólogo norte americano Abraham H. Maslow com o objetivo de determinar o conjunto de condições necessárias para que um indivíduo alcance a satisfação, seja ela pessoal ou profissional. REZ, Rafael. Pirâmide de Maslow: Hierarquia de Necessidades do Consumidor. 02 de fevereiro de 2016. 02/02/2016. Disponível em: <<https://novaescolademarketing.com.br/piramide-de-maslow/>>. Acesso em: 10 de Mar. de 2020.

pertencer. Havia muitos meninos de rua na cidade. Um menino pegava sempre o mesmo ônibus e sentava ao lado da mesma mulher. Como eles não pagavam a passagem, certo dia o motorista veio questionar a mulher sobre seu “filho”, que não teria pago, no que ela respondeu que não era sua mãe. Segundo a psicóloga, este menino queria suprir a necessidade da falta da mãe. Queria gerar a imagem de que tinha uma mãe, que pertencia a alguém. Queria satisfazer a necessidade social de pertencimento. Trago essa narrativa para reforçar a necessidade interior do ser humano em fazer parte. Nas redes sociais, a maneira de suprir esta necessidade de fazer parte, de pertencer, é comentando, curtindo, compartilhando, os três “Cês”.

Segundo Recuero (2014, p.119), curtir, compartilhar e comentar, funções conversacionais no Facebook, são maneiras de tomar parte da conversa. “Curtir” é uma maneira de aprovar, concordar, elogiar ou admirar a postagem, sem se comprometer muito com a publicação. Todavia, a minha manifestação denuncia meus interesses, minhas posições em relação ao assunto abordado, minha visão de mundo, minhas convicções. Parafrazeando Nietzsche em *Vontade de Poder*, podemos dizer que a manifestação através dos três “Cês” no *Facebook* envolve a vontade de se manifestar, vontade de ser, vontade de curtir, vontade de ser visto. “Mostre-me o que postou e curtirei quem você é! Nós somos (ou queremos que pensem que somos) aquilo que postamos no *Facebook*”. (PERISSÉ, 2020, online).

Ao curtir um comentário, uma foto, um texto bíblico, um poema, uma posição ideológica revelamos que pessoa somos e como nos construímos diante destas possibilidades de curtir, comentar ou compartilhar.

Então, o objetivo é fazer com que as pessoas que veem a informação que você produziu a aprovem, clicando no onipresente indicador “curtir” ou fazendo um comentário. Isso gera mais uma notícia para sua rede de amigos e, pela natureza viral do serviço, mantém a informação inicial viva. Devido em grande parte à eficiência desse processo, o Facebook tornou-se um dos principais geradores de tráfego para os maiores sites de mídia, muitas vezes superado apenas pelo Google. (KIRKPATRICK, 2011, p. 286).

Neste objetivo de manifestar-se, mantendo o status e as informações atualizadas nas redes sociais, na vontade de ser visto, de ser parte de um grupo, de ser relevante, surgiu um distúrbio de comportamento, os viciados em redes sociais. Assim como adolescentes são impelidos a checar as redes sociais várias vezes ao dia, conforme descrito no capítulo um, e senhoras brasileiras

acompanham as novelas diariamente, há um público cativo no que diz respeito a programas religiosos nas mídias.

“Curtir” pode significar simplesmente “eu vi sua postagem” ou “eu não te ignorei”, mas “não quero me comprometer” com o que foi postado, já comentar envolve engajamento, envolve se posicionar quanto à postagem, ideologia ou crítica emitida.

O botão “curtir” parece ser percebido como uma forma de tomar parte na conversação sem precisar elaborar uma resposta. Toma-se parte, torna-se visível a participação, portanto, com um investimento mínimo, pois o ator não necessariamente precisa ler tudo o que foi dito. É uma forma de participar da conversação sinalizando que a mensagem foi recebida. Além disso, ao “curtir” algum enunciado, os atores passam a ter seu nome vinculado a ele e tornam público a toda sua rede social que a mensagem foi “curtida” (RECUERO, 2014, p. 119).

Nesta mesma pesquisa, Recuero (2014) aponta que 92,3% dos entrevistados argumentaram que a ação de curtir serve para mostrar que viram a postagem e 76% associaram a ação de “curtir” com a concordância em relação à postagem.

A partir de 2016, o *Facebook* disponibilizou mais cinco novos botões alternativos ao botão “curtir”. Através de emojis que representam, ter amado a postagem, ter ficado surpreso, triste, zangado ou alegre. O *Facebook* percebeu que as emoções dos usuários diante da postagem não poderiam se resumir em curtir e, assim, através dos emojis, foi dada a possibilidade de expressar mais precisamente a emoção e a posição frente à informação.

Comentar é um passo mais à frente do que simplesmente curtir. Comentar envolve opinar, posicionar-se frente à postagem, expor-se a outros comentários, muitas vezes contrários e conflituosos. É reconhecida no Brasil a polaridade político-ideológica que foi exacerbada pelos comentários em redes sociais durante a campanha presidencial de 2018.

O comentário, portanto, parece envolver um maior engajamento do ator com a conversação e um maior risco para a face, pois é uma participação mais visível. Isso porque aquilo que é dito pode ser facilmente descontextualizado quando migrar para outras redes através das ferramentas de compartilhamento, de curtida e mesmo de comentário. Essa compreensão do comentário como um risco para a face também leva muitos usuários a desistir de comentar e optar por apenas “curtir” a postagem, uma vez que o risco para a face é melhor. “Já deixei de comentar sim. Achei que ia rolar xingamento e discussão e não quis me expor” (usuária, 25 anos). (RECUERO, 2014, p. 121).

O que nos impele a opinar e comentar postagens é a necessidade de

comunicação, de expressão, de livre manifestação de ideias, pois vivemos em uma cultura participativa e não aceitamos mais o consumo passivo de informações, queremos fazer parte. (JENKINS, 2006, p. 31). Para um fiel, o ato de comentar uma postagem de seu pregador favorito parece trazer a sensação de fazer parte e estar mais próximo de seu pastor, de seu conselheiro religioso, aquele que, para esses religiosos, é o canal de comunicação com o divino. Quando este comentário é um pedido de oração, o usuário pode ter a sensação de que seu pedido tem mais chances de ser atendido, pois certamente Deus atenderia a oração deste pregador que fala diretamente a ele.

Compartilhar a postagem é um passo mais à frente do que simplesmente comentar. Compartilhar significa “eu concordo e assino em baixo”, a não ser que o usuário inclua no post sua discordância. Segundo a pesquisa de Recuero (2014), 73% dos entrevistados compartilham a informação que consideram importante para o seu grupo social. Quanto ao compartilhamento, a “principal função parece ser a de dar visibilidade para a conversação ou da mensagem, ampliando o alcance dela”. (RECUERO, 2014, p. 120). No caso da religião, estes compartilhamentos funcionam à semelhança de militância religiosa e podem envolver o desejo de abençoar uma pessoa querida através de uma mensagem ou oração; dar um recado quanto à necessidade de mudança de comportamento no que diz respeito ao assunto abordado; ou evangelismo; catequização; tentar levar a pessoa à conversão religiosa. Para o religioso, compartilhar mensagens religiosas é muito relevante. Quanto à relevância das postagens para a tomada de decisão de compartilhamento, Recuero encontrou o seguinte:

No questionário, a principal função elencada para a ferramenta foi justamente a divulgação de algo relevante (81%, N=243). A percepção deste algo como relevante para a rede social é igualmente um valor para aquele que compartilha e para aquele que foi compartilhado. “Compartilho aquilo que acho importante ou que acho que interessa aos meus amigos.”(usuária, 30 anos). (RECUERO, 2014, p. 120).

Se a ferramenta *Facebook* parece ter caído nas graças dos jovens, também é verdade que tem caído nas graças da sociedade como um todo. Se empresas têm se aprimorado em patrocinar e investir na captação de clientes via *Facebook*, a religião também o tem feito. Cria-se, assim, uma rede de memórias que vai se perpetuando.

#### 4 O PENTECOSTALISMO, O NEOPENTECOSTALISMO E A IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

A palavra pentecostalismo tem origem do vocábulo grego “pentecostes”, que significa quinquagésimo, isto é: 50 dias após a páscoa. Neste dia acontecia uma festa em Israel chamada de “Festa da Colheita. Estamos familiarizados com a palavra “penta”, pois nossa seleção de futebol masculino é pentacampeã mundial. Sendo assim, a palavra pentecostes deriva do número 5 ou 50.

Quando chegou o dia de Pentecostes, todos os seguidores de Jesus estavam reunidos no mesmo lugar. De repente, veio do céu um barulho que parecia o de um vento soprando muito forte e esse barulho encheu toda a casa onde estavam sentados. Então todos viram umas coisas parecidas com chamas, que se espalharam como línguas de fogo; e cada pessoa foi tocada por uma dessas línguas. Todos ficaram cheios do Espírito Santo e começaram a falar em outras línguas, de acordo com o poder que o Espírito dava a cada pessoa. (BÍBLIA, Atos 2, 1-4. NTLH).

Segundo narra a bíblia, neste dia, o Espírito Santo foi enviado à Terra, pois 50 dias antes Jesus Cristo teria morrido, vindo após a ressurreição e ficado durante os 40 dias em que esteve com os discípulos dando-lhes instruções. Jesus teria predito estes acontecimentos nos seguintes termos: “Eu pedirei ao Pai, e ele lhes dará outro Auxiliador, o Espírito da verdade, para ficar com vocês para sempre”. (BÍBLIA, João 14,16. NTLH). E ainda: “Mas o Auxiliador, o Espírito Santo, que o Pai vai enviar em meu nome, ensinará a vocês todas as coisas e fará com que lembrem de tudo o que eu disse a vocês”. (BÍBLIA, João 14,26. NTLH). Com a manifestação do Espírito Santo acontece a “glossolalia<sup>32</sup>” e outras experiências místicas a ponto de os observadores cogitarem a possibilidade de os discípulos estarem embriagados.

Todos estavam admirados, sem saberem o que pensar, e perguntavam uns aos outros: —O que será que isso quer dizer? Mas outros zombavam, dizendo: —Esse pessoal está bêbado! Então Pedro se levantou, junto com os outros onze apóstolos, e em voz bem alta começou a dizer à multidão: —Meus amigos judeus e todos vocês que moram em Jerusalém, prestem atenção e escutem o que eu vou dizer! Estas pessoas não estão bêbadas, como vocês estão pensando, pois são apenas nove horas da manhã. O que, de fato, está acontecendo é o que o profeta Joel disse: “É isto o que

---

<sup>32</sup> Glossolalia é a experiência de falar em línguas estranhas durante orações, transe e invocações. (CORTEN, 1996 p. 56)

eu vou fazer nos últimos dias—diz Deus—:Derramarei o meu Espírito sobre todas as pessoas. Os filhos e as filhas de vocês anunciarão a minha mensagem; os moços terão visões, e os velhos sonharão. (BÍBLIA, Atos 2, 12-17 NTLH).

A partir da narrativa bíblica, os pentecostais valorizam muito o que pode ser entendido como “sobrenatural”. Conforme pesquisou Ricci (2005, p. 106):

A glossolalia é o eixo principal da Teologia Pentecostal, pois é concebida como uma manifestação explícita do batismo no Espírito Santo (ORO, 1996, p-19; CORTEN , 1996, p.57; CAMPOS JÚNIOR, 1995, p.24). Segundo as representações sociais construídas pelos cristãos pentecostais existem dois tipos de batismo: aquele feito por homens por imersão, o batismo nas águas, e o feito pelo próprio Jesus Cristo, o batismo de fogo ou no Espírito Santo. Quando os fiéis estão falando em línguas eles podem cair, deitar-se (CAMPOS JÚNIOR, 1995; C O R T E N , 1996), pular, rolar, dar cambalhotas (MARIANO, 1995), chorar, rir (ORO, 1996), eles dizem sentir uma grande emoção, alegria, exultação, transbordamento (ORO, 1995).

Muitos pentecostais entendem as experiências emocionais como também espirituais, sendo assim, se saírem de um culto sem terem estas experiências, concluem que o culto não foi bom, não houve a manifestação do poder de Deus ou o pastor era fraco. Esta cultura pentecostal alimenta os preletores barulhentos, pregações guturais que, por vezes, se assemelham a um vocal de *trash metal*. Historicamente, os pentecostais se multiplicaram entre as camadas mais pobres e de menos escolaridade com este apelo emocional e experiencial. Já a tônica das igrejas históricas como as Batistas é “que tudo seja feito com decência e ordem” (BÍBLIA, 1 Co 14, 40 NTLH). Criou-se uma distância abismal entre os dois grupos pois, enquanto os pentecostais primavam por poder sobrenatural e experiências místicas, os históricos primavam por ordem, apelo cognitivo e intelectual na mensagem pregada, acusando os pentecostais de não se dedicarem ao estudo e de mostrarem frieza espiritual. Um fenômeno que tem acontecido nos últimos anos é aquele a que Sousa (2013, p. 11) chamou de “pentecostalização das igrejas históricas”, isto é, a mistura entre o pentecostalismo e as igrejas históricas, o que está gerando um movimento para além do neopentecostalismo. Moraes (2010, p. 3) aborda a inadequação do conceito pentecostal ou neopentecostal para estes grupos, asseverando que esta nomenclatura “não consegue dar conta da realidade religiosa pentecostal brasileira, sendo necessário ultrapassá-lo”. O conceito sugerido pelo autor é “transpentecostal”.

Ao buscarmos referências às práticas pentecostais na história, vamos encontrar que no século 2, um pregador chamado Montano lutou por reestabelecer os dons (carisma) na comunidade cristã, isto é, reativar na igreja os dons, os carismas descritos na bíblia, mais precisamente nos escritos do apóstolo Paulo na primeira carta aos coríntios, capítulos 12 e 14. Montano não aceitava a ideia de a igreja não estar mais atuando conforme a igreja apostólica e de, já por volta do ano 150, ter abandonado práticas como a glossolalia, as das profecias (receber revelações divinas), de operar curas pela fé e algumas outras práticas características do pentecostalismo moderno (CAMPOS, 2005, p. 103).

Já no tempo de Lutero, a insatisfação em face do cristianismo oferecido pela igreja católica ganhou força. Com o pontapé dado pelo protestantismo na direção de todos poderem ter uma bíblia para si e interpretá-la a partir de suas leituras, foram surgindo novos entendimentos, novos movimentos e grupos. Um exemplo disto são os *Quakers*, grupo religioso surgido do protestantismo britânico do século XVII. George Fox foi um dos fundadores, juntamente com William Penn, que foi deportado da Grã-Bretanha por perseguição religiosa. Eles fundaram a província da Pensilvânia, que na época era uma colônia do Reino Unido. Esta província veio a ser o estado americano da Pensilvânia. Seus princípios democráticos implementados naquela colônia foram fonte de inspiração para a Constituição americana. Ainda há grupos com esta crença, principalmente no Quênia, nos dias atuais. Segundo Matos (2006), mudanças consideráveis continuaram a acontecer nas décadas de 1730 e 1740, no evento denominado de Primeiro Grande Despertamento<sup>33</sup>. Como consequência, surgiu o Segundo Grande Despertamento em torno de 1790, sob a influência de pregadores como Charles G. Finney, que trazia questionamentos quanto à teologia reformada tradicional e defendia a capacidade de decisão e experiência pessoal com Deus. Seguiram-se na América outros dois momentos relevantes chamados de Terceiro Despertamento<sup>34</sup> (1855–1930) e Quarto Despertamento (1960–1980) (MATOS, 2006, p. 27).

---

<sup>33</sup> O Primeiro Grande Despertamento foi um movimento caracterizado por conversões em massa em grandes reuniões com pregadores como: George Whitefield, John Wesley e Jonathan Edwards. (MATOS, 2006, p. 27)

<sup>34</sup> O Terceiro Grande Despertamento foi um período de atividade religiosa na história americana do final de 1850 até 1900. Ele influenciou denominações protestantes pietistas e teve um forte senso de ativismo social. (MATOS, 2006, p. 29)

Estes movimentos aconteceram principalmente entre os metodistas, igreja que surgiu de dentro da Igreja anglicana no século XVIII, através do teólogo John Wesley, antes de tornar-se igreja independente, por isto é comum dizer-se que o pentecostalismo veio do metodismo.

Um homem chamado Charles Fox Parham (1873 – 1929), pregador Metodista, foi influenciado pelo movimento, ele criou um instituto bíblico na cidade de Topeka, ensinava a glossolalia, isto é, o falar em línguas, sejam elas estranhas ou estrangeiras e essas acompanhavam o Batismo no Espírito Santo. Apesar da glossolalia já ter ocorrido na história do cristianismo, como também nos Estados Unidos, o ponto diferencial para Charles Fox Parham era que a mesma tornara-se a evidência do Batismo no Espírito Santo. Essa característica se tornou o diferencial no movimento pentecostal que começou a ocorrer em 1900 ficando conhecido por alguns nomes como: Fé apostólica, Movimento Pentecostal e Chuva Tardia (MATOS, 2006, P. 30).

O passo seguinte para o surgimento do pentecostalismo como conhecemos hoje foi o acontecimento na Rua Azusa, Los Angeles, Estados Unidos, no início do século XX. William Joseph Seymour, um pregador afro-americano que havia sido aluno de Charles Foz Parham e, portanto, muito influenciado por seus ensinamentos, foi convidado para ministrar em Los Angeles, onde pregou o seguinte texto: “E todos foram cheios do Espírito Santo, e começaram a falar noutras línguas, conforme o Espírito Santo lhes concedia que falassem.” (BÍBLIA, Atos 2, 4, NTLH). Credo que poderia acontecer com eles o que estava descrito na bíblia, as pessoas começaram a fazer longas reuniões sem protocolo ou liturgia.

A glossolalia começa, assim, com essa crença difundida pelo pentecostalismo, mas é fundamental para os outros movimentos que se seguem, inclusive ao neopentecostal. Ao falar sobre o fenômeno da glossolalia, Cortem diz que:

Falar em línguas é uma prece que não obedece a nenhum tipo de prece: nem formular pedidos, nem recitar fórmulas prontas ou inspirar-se nelas na improvisação de salmos, nem adorar — quer dizer, rezar sem a utilização (mesmo mental) de linguagem (CORTEM, 1996, p. 56).

Ao abordar o ato de falar em línguas, o próprio apóstolo Paulo cita algo semelhante ao que Cortem constata: “Porque, se eu orar em línguas estranhas, o meu espírito, de fato, estará orando, mas a minha inteligência não tomará parte nisso”. (BÍBLIA, 1 Coríntios 14:14, NTLH). A partir de textos como este, vem a



convicção do pentecostal que orar em línguas é orar com o espírito e não com a mente ou com a boca, simplesmente. Para o pentecostal, orar em línguas é algo essencialmente espiritual e puro, separado do homem carnal. Reafirmando o apóstolo Paulo, Cortem dá a entender que o ato de falar em línguas não passa por um processo cognitivo organizado. Estudos a partir da neurociência vem mapeando as atividades neurológicas em pessoas submetidas a êxtases, transes durante meditações ou utilização da glossolalia em orações. Alguns pesquisadores, a exemplo de David Biello (2007), estão tentando demonstrar que estes fenômenos, tidos como espirituais, são atividades de um grupo de neurônios específicos, chamados por eles de God Spot, ou seja, segundo eles, nesta área do cérebro humano, estaria localizada uma função que corresponderia àquilo que os pentecostais entendem como dom divino. Porém, independentemente do que acontece com o cérebro durante a glossolalia, o que nos interessa neste artigo é a importância do seu uso no meio pentecostal.

Conforme citado anteriormente, em hebraico a palavra pentecostes significa quinquagésimo e se refere ao recebimento das tábuas da lei por Moisés cinquenta dias após o êxodo do povo de Israel, fugindo da escravidão no Egito, quando Deus ordenou a festa da páscoa, portanto, cinquenta dias após a páscoa. Já para os cristãos, o Pentecostes celebra a descida do Espírito Santo e a manifestação dos dons de línguas, e a morada de Deus no homem, pois o Espírito Santo passaria a viver dentro dos filhos de Deus. Por esta razão, o dia de Pentecostes é, às vezes, considerado o dia do nascimento da igreja cristã.

O pentecostalismo, assim como qualquer migração religiosa, tem como pano de fundo mudanças sociais, políticas, filosóficas. Após a Guerra Civil americana (1861-1865), a simbologia do Pentecostes neotestamentário passaram a fazer mais sentido para a sociedade americana. (MATOS 2006). Já no Brasil, o pentecostalismo cresceu em meio a um pluralismo religioso, contexto socioeconômico de bastante vulnerabilidade, pobreza, desigualdade e principalmente nas periferias urbanas. (MARIANO, 2008).

O principal intuito deste trabalho não é explicar a causa do crescimento pentecostal, mas se deter ao estudo de caso do uso de uma mídia social por um líder neopentecostal, e o que trazemos aqui, então, intenta informar o leitor sobre as bases em que se fundamenta o Bispo Edir Macedo na sua pregação, que há tempo já ultrapassou as fronteiras do Brasil.

O pentecostalismo teve um grande impacto no Ocidente segundo especialistas.

O moderno movimento pentecostal é considerado por muitos estudiosos o fenômeno mais revolucionário da história do cristianismo no século 20, e talvez um dos mais marcantes de toda a história da igreja. Em relativamente poucas décadas, as igrejas pentecostais reuniram uma imensa quantidade de pessoas em praticamente todos os continentes, totalizando hoje, segundo cálculos de especialistas, cerca de meio bilhão de adeptos ao redor do mundo. (MATOS, 2006, p. 24).

Considerando que Matos concluiu sua pesquisa em 2006, os dados devem estar desatualizados e, portanto, o pentecostalismo deve ter números mais expressivos. Nos Estados Unidos, as correntes evangélicas que mais têm crescido nas últimas décadas caracterizam-se por novas formas de organização, novas práticas e rituais e, em certa medida, uma nova teologia. Este último fator significa a adoção de um novo sistema de ideias, uma nova interpretação da relação homem-divindade. Um novo discurso. Tudo isso está muito ligado ao movimento New Right que vai constituir um novo paradigma, uma nova formação ideológica e discursiva.

#### **4.1 O Pentecostalismo no Brasil**

Dada a conceituação do que é o pentecostalismo e um breve histórico dos movimentos que o antecederam, vamos abordar sua chegada e evolução no Brasil e, ainda, o desenvolvimento do neopentecostalismo e da Igreja Universal do Reino de Deus e a ascensão de seu fundador, o Bispo Macedo.

Segundo estudiosos, como Ricardo Mariano (2004), Mafra (2000) e Paul Freston (1994, 1995), o pentecostalismo no Brasil pode ser identificado em três distintas ondas. A primeira onda do pentecostalismo surge no Brasil em 1910 com um italiano naturalizado americano chamado Luigi Francescon, que fundou a Congregação Cristã no Brasil, na cidade de São Paulo. Já em 1911, os sueco-americanos Gunnar Vingren e Daniel Berg fundaram a Assembleia de Deus, em Belém do Pará. Todos eles tinham sido convertidos ao pentecostalismo nos Estados Unidos (Mariano, 1996, p. 124). Esta onda é também conhecida como *pentecostalismo clássico* e compreende o período de 1910 a 1950. Algumas características desta fase são a valorização da glossolalia e uma forte oposição ao catolicismo e aos comportamentos sociais que consideravam mundanos. Parte dos

pentecostais estabeleceu doutrinas envolvendo o uso de roupas, como homens não poderem usar bermudas, mulheres vestirem apenas saias e vestidos. Além das regras com a vestimenta, as mulheres não deveriam cortar o cabelo ou depilar-se e nem usar maquiagens. Com comportamentos como esses, queriam se diferenciar do restante das pessoas do “mundo”, conforme cita Almeida:

Esses costumes, além da exposição de santidade dos fiéis, também os aproximavam da seriedade de seus comportamentos familiares europeus, em seu país de origem, e da fuga da promiscuidade, hábito comum entre a sociedade não evangélica. Neste campo incluem-se itens a respeito da alimentação, cultura, vestuário e comportamento social. (ALMEIDA, 2008, p. 49).

Ainda há o uso destes costumes em algumas igrejas menores e mais periféricas da Assembleia de Deus, porém as grandes igrejas nos grandes centros têm abandonado esses costumes.

A segunda onda do pentecostalismo surge nos anos 50. Provavelmente um dos nomes mais importantes nesta fase é “Aimee Semple McPherson”, a fundadora da *International Church of the Four-Square Gospel* (no Brasil, Igreja do Evangelho Quadrangular). Freston (1993, p. 82) cita um depoimento de uma testemunha ocular da performance de McPherson nos seguintes termos: “Há pregadoras que, pela personalidade dominadora, beleza e talentos teatrais, têm o mesmo papel no movimento pentecostal que as grandes atrizes na sociedade”. Ainda, segundo Freston:

A *International Church of the Four-Square Gospel* nasceu numa Los Angeles que era a meca de grupos religiosos exóticos e da crescente indústria do entretenimento. A fundadora, Aimee Semple McPherson, apresentou o pentecostalismo numa roupagem adequada a essa mistura do que havia de mais moderno e bizarro nos anos 20. É a única grande denominação cristã iniciada por uma mulher. (FRESTON, 1993, p. 82).

Enquanto Aimee Semple McPherson revolucionava o meio evangélico ministrando com uma paixão arrebatadora e orações por curas divinas, o pentecostalismo clássico foi sofrendo fragmentações. Neste cenário, além da “Igreja do Evangelho Quadrangular”, surgiu também a “Igreja Pentecostal O Brasil para Cristo”, em 1955, e a “Igreja Pentecostal Deus é Amor”, em 1962. As principais características da segunda onda do pentecostalismo foram, entre outras, a oração pela cura divina, a manifestação de dons espirituais, a evangelização em massa

(Aimee e outros pregadores instalavam lonas, como as de circo, e viajavam pelas nações atraindo grande público pela promessa da cura). Além disso, eles tinham um apelo mais popular do que os pentecostais clássicos, atingindo as camadas mais pobres da população (Rosas 2009), e uma maior capacidade de se adaptar à sociedade urbana.

A implantação no Brasil se dá alguns anos depois da morte de Aimee. Quando o registro cultural da Four-Square começa a fazer sentido no Centro-Sul do país. O missionário responsável, Harold Williams, que em 1951 funda uma igreja em São João da Boa Vista, SP, fora ator em filmes de far-west (Rosa 1978:251). O salto para a fama vem em 1953, quando ele convida um amigo, pregador de tendas de lona, para uma campanha de curas em São Paulo. Sonda um descontentamento nas igrejas históricas, pois a campanha tem o apoio de pastores de diversas denominações. O evangelista é outro ex-cowboy de cinema que veste camisa xadrez e toca guitarra elétrica. O sucesso de público e a cobertura da imprensa convenceu o evangelista de que o Brasil estava pronto para o velho método americano das tendas de lona. (FRESTON, 1993, p. 83).

Esta característica de uma igreja alegre, com muita música festiva, com religiosos com aparência de artista, cultos-shows, foi incorporada pelos movimentos que se seguiram e está representada no meio da música gospel e entre pastores e padres astros. A terceira onda do Pentecostalismo se desenvolveu entre os anos 70 e 80 e ganhou o nome de neopentecostalismo.

#### **4.2 O Neopentecostalismo**

Esta onda também foi muito inspirada no meio cristão norte-americano. Mariano (1999, p. 29) cita vários nomes de pregadores norte-americanos que influenciaram a terceira onda pentecostal no Brasil, o neopentecostalismo. Segundo ele, desde os anos 40 até 70, nomes como Kenneth Hagin, Kenneth Copeland, Oral Roberts, T.L. Osborn, Benny Hinn e outros, lançaram o tapete vermelho para este movimento. A pregação destes pastores, adotada no Brasil pelo neopentecostalismo e conseqüentemente pelo Bispo Macedo, era: “saúde perfeita, prosperidade material, triunfo sobre o Diabo e vitória sobre todo e qualquer sofrimento” (MARIANO, 1999, p. 29). O autor acrescenta ainda que para obter as bênçãos, o fiel deveria observar os princípios da reciprocidade como uma lei da prosperidade, quer dizer: é dando que se recebe. Desse ideal surge a prática de convencimento dos fiéis para que deem grandes somas em dinheiro como ofertas

(a exemplo da fogueira santa de Israel<sup>35</sup>). Outro ensinamento desses pregadores se refere a uma confissão positivista a respeito da bênção que espera. Este ensino inspirou o Missionário R.R. Soares a escrever um livro intitulado *Como Tomar Posse da Bênção* (1987), obra que já vendeu mais de 4 milhões de cópias. A respeito desta característica neopentecostal da confissão positiva Mariano diz:

O termo Confissão Positiva refere-se literalmente à crença de que os cristãos detêm o poder — prometido nas Escrituras e adquirido através do sacrifício vicário de Jesus — de trazer à existência, para o bem ou para o mal, o que declaram, decretam, confessam ou determinam com a boca em alta voz. Não à toa, o livro *Há poder em suas palavras*, de Don Gosset, tornou-se best-seller evangélico nos anos 90. O exemplo vem de cima, lembram eles: Deus criou o universo através da palavra. Para os adeptos desta teologia, o que é falado com fé torna-se divinamente inspirado. Isto é, as palavras proferidas com fé encerram o poder de criar realidades, visto que o mundo espiritual, que determina o que acontece no mundo material, é regido pela palavra. (MARIANO, 1999, p. 29).

Observando-se as semelhanças entre as crenças norte-americanas e as praticadas no neopentecostalismo do Brasil, há indícios que poderiam ser compreendidos como plágio.

Nos Estados Unidos este movimento era mais conhecido como movimento carismático, pois tanto católicos, quanto evangélicos, se envolveram nesta onda e compartilharam crenças e práticas. Já no Brasil, o pentecostalismo demonizava o catolicismo, e não houve proximidade sequer com os católicos carismáticos, os quais presam por dons, glossolalia, expulsão de demônios e muitas práticas neopentecostais. Parte do pentecostalismo brasileiro tende a ver estas manifestações no catolicismo carismático como “imitação enganosa do Diabo”, portanto, não legítimas. Para perceber esta visão demonizada dos católicos por parte do pentecostalismo, basta lembrar do episódio, bastante conhecido, do chute na imagem de Nossa Senhora da Aparecida em rede nacional pelo bispo Von Helde, da Igreja Universal, em 12 de outubro de 1995. (TAVOLARO; LEMOS, 2007 p. 167).

Além da influência através da prática e da literatura norte americano sobre os líderes evangélicos em formação no Brasil nos anos 70, Robert McAlister

---

<sup>35</sup> A IURD realiza semestralmente uma campanha mundial denominada "Fogueira Santa de Israel" em todos os seus templos com o objetivo de relembrar seus membros da importância do sacrifício. Baseada nos sacrifícios judaicos ("korban"). Os sacrifícios são oferecidos em dinheiro e entregues diretamente no altar em data especificada pelos pastores. IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2020. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Igreja\\_Universal\\_do\\_Reino\\_de\\_Deus&oldid=57926592](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Igreja_Universal_do_Reino_de_Deus&oldid=57926592)>. Acesso em: 31 mar. 2020.

(PATRIOTA, 2008), um canadense de Ontário, saiu da igreja Assembleia de Deus de seu país em 1960 e veio para o Brasil, onde fundou a Igreja de Nova Vida, no Rio de Janeiro. Com seu “Know how”, por estar envolvido no meio carismático na América do Norte, foi pioneiro em fazer uso da mídia entre os evangélicos brasileiros. Já em 1960, passou a transmitir programas nas rádios Copacabana e Guanabara com boa audiência, foi um dos primeiros televangelistas no Brasil na antiga Rede Tupi, entre 1965 e 1967. Este apreço pela mídia certamente impactou o Bispo Macedo, seu discípulo na época. McAlister passou a atingir a classe média, adotou o episcopado no Brasil e, além de treinar o Bispo Macedo, treinou também o Missionário R.R. Soares, fundador e líder da Igreja Internacional da Graça de Deus.

A migração religiosa e o contexto socioeconômico andam entrelaçados. Freston (1993) aponta para o contexto social brasileiro das décadas de 70 e 80, identificando possíveis causas do sucesso neopentecostal. Segundo ele, o pentecostalismo da terceira onda, o neopentecostalismo, teve facilidades para se adaptar ao contexto de mudanças da época. O autor se expressa nestes termos sobre o assunto:

O aprofundamento da industrialização; o inchamento urbano causado pela expulsão de mão-de-obra do campo; a estrutura moderna de comunicações de massa que no final dos anos 70 já alcança quase toda a população; a crise católica e o crescimento da umbanda; e a estagnação econômica dos anos 80. Em contraste com a Segunda Onda de igrejas paulistas fundadas por migrantes de nível cultural simples, a terceira onda é sobretudo de igrejas cariocas fundadas por pessoas cidadinas de nível cultural um pouco mais elevado e pele mais clara. Iniciando-se no contexto de um Rio de Janeiro marcado pela decadência econômica, pelo populismo político e pela máfia do jogo, o novo pentecostalismo se adapta facilmente à cultura urbana influenciada pela televisão e pela ética hippie. (FRESTON, 1993, p. 95).

Em contextos de grandes mudanças, problemas e instabilidades, as pessoas ficam mais abertas a novas religiões e tentar algo novo. Uma pesquisa norte-americana (BIBLE ORG, 1995, online) aponta que crises na vida das pessoas ou da sociedade são janelas de oportunidades para torná-las adeptas. Quando as pessoas mudam de cidades estão mais abertas a novos relacionamentos e, portanto, se um cristão se aproximar e convidá-las para frequentarem um grupo religioso, elas ficam mais propensas a dizerem sim. A pesquisa também aponta para outros momentos em que as pessoas estão mais propensas a dizerem sim a um

convite para frequentar um grupo religioso: após um divórcio, a morte de alguém muito próximo, casos de dependência química da pessoa ou de um familiar, depois do nascimento de filhos, em crises existenciais e outros tipos de crises. Essas possibilidades apontadas pela pesquisa dialogam com o que aponta Freston (1993), já descrito anteriormente. Além disso, “quanto mais religiosos são os habitantes de um país, mais pobre ele tende a ser. Essa é a conclusão de uma pesquisa Gallup feita em 114 nações” (SCHWARTSMAN, 2010, online). Esta pesquisa cita os Estados Unidos como exceção a esta afirmação. Sendo assim, o Brasil dos anos 70 e 80 estava bem propício a mudanças.

Em entrevista concedida a Schwartzman da *Folha de São Paulo*, abordando esta pesquisa da *Gallup*, Ricardo Mariano acrescenta que a razão do crescimento religioso em meio à injustiça social se deve ao fato de “as religiões ajudarem seus adeptos a lidarem com a pobreza, oferecendo esperança, satisfação emocional e soluções mágicas para enfrentar problemas imediatos do cotidiano”. (SCHWARTSMAN, 2010, online). Porém, o pentecostalismo tem alto poder de adaptabilidade e está trazendo novas análises. O título *Igreja Universal faz 40 anos e realiza sonho de alcançar classe média alta* é matéria da revista “IHU” da Unisinos, em 2017. A matéria cita a campanha “Eu Sou a Universal” como uma tentativa de dissociar a imagem da igreja ligada à pobreza e a pessoas pouco qualificadas profissionalmente. Na campanha aparecem pessoas bem-sucedidas, com formação superior, empresários, atletas conhecidos, demonstrando confiança e independência.

Nas igrejas da Comunidade Cristã de Vera Cruz e da Rede Apostólica Cristã, em que sou pastor, há poucas pessoas com baixo nível de renda, a maior parte pertence à classe média, como tenho observado em minha prática. Houve vários casos em que pessoas não alfabetizadas ou acostumadas a ambientes mais ligados às classes mais baixas não permaneceram em nossas igrejas. Elas argumentaram que se sentiam deslocadas e preferiam ficar em uma igreja pequena, geralmente pentecostal, em que muitas vezes o pastor não sabia usar o português padrão. Várias destas pessoas verbalizaram que nossas igrejas são igrejas de ricos, o que, logicamente, não reflete a realidade, mas um ponto de vista destas pessoas. Essa minha observação corrobora com a ideia de que está havendo um crescimento religioso entre as classes médias também.

Além da Igreja Universal do Reino de Deus e Internacional da Graça de Deus,

na terceira onda pentecostal também surgiu a Igreja Renascer em Cristo, Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, e muitas outras Comunidades Cristãs (Freston, 1993). Nesta onda, observam-se alguns fenômenos, como a exacerbação da guerra contra o que eles entendem como o diabo, o surgimento da pregação da Teologia da Prosperidade, a estruturação das igrejas em moldes empresariais, o envolvimento com obras sociais e com a política partidária e o uso religioso da TV, do rádio e, mais recentemente, das mídias sociais.

O professor Allan H. Anderson (2015), da Universidade de Birmingham, no Reino Unido, em seu trabalho *The Transformation of World Christianity: Secularization, Globalization and the Growth of Pentecostalism* (2015)<sup>36</sup>, explica que o pentecostalismo tem mudado e está em contínua transformação, de maneira que não é tarefa simples entendê-lo e descrevê-lo, pois do grupo a que nos referimos como pentecostais, apenas um quarto se autodenomina pentecostal.

Fatos e números sobre o crescimento de qualquer movimento religioso global são notoriamente difíceis de entender, ainda que as estatísticas sobre o crescimento do pentecostalismo sejam largamente citadas, especialmente por aqueles que analisam o pentecostalismo a partir da América. Os números mais recentes e mais citados estimam que “pentecostais / carismáticos” tiveram cerca de 644 milhões de adeptos em 2015 (28% dos população cristã do mundo), e que deve aumentar para mais de um bilhão até 2050, sendo que eram apenas 63 milhões em 1970. (ANDERSON, 2015, p. 7. Tradução minha).

O autor postula, ainda, que o pentecostalismo (englobando todas as ondas), é um dos movimentos religiosos que mais crescem no mundo por sua adaptabilidade. Ele ainda cita a China como um provável candidato a ter mais pentecostais do que no Brasil em pouco tempo e que o futuro do pentecostalismo está assegurado. (ANDERSON, 2015, p. 11).

Quanto ao Brasil, Mariano, em *Crescimento Pentecostal no Brasil: fatores internos* (2008), anota o seguinte:

Desde os anos 50, o Pentecostalismo cresce muito no Brasil. Mas sua expansão acelera-se acentuadamente a partir da década de 1980, momento em que esse movimento religioso passa a conquistar igualmente crescente visibilidade pública, espaço na tevê e poder político partidário. Segundo os Censos Demográficos do IBGE, havia 3,9 milhões de pentecostais no Brasil em 1980, 8,8 milhões em 1991 e 17,7 milhões em

---

<sup>36</sup> A Transformação do Cristianismo no Mundo: Secularização, Globalização e Crescimento do Pentecostalismo. (Tradução minha)



2000. (MARIANO, 2008, p. 69).

Como os dados de Mariano chegam até o ano 2000, cito pesquisas recentes que apontam a continuidade do crescimento em ritmo forte. O instituto Datafolha constata que este foi o movimento religioso que mais cresceu na última década, assim como nas décadas anteriores. O levantamento “mostra que em 2019 os evangélicos chegaram a 31% da população brasileira, contra 50% de católicos e 10% de pessoas sem religião. Espíritas, religiões de matriz africana, judeus e outros somam 8%, enquanto os ateus são apenas 1%” (CHAGAS, 2020, online)

Embora se tente falar separadamente das igrejas surgidas dentro das diferentes ondas do pentecostalismo, na prática não há estas separações visivelmente. Há milhares de denominações evangélicas ou pentecostais no Brasil, a tal ponto que poderíamos usar “pentecostalismos no plural” para nos referirmos a este movimento religioso, conforme nos aponta Mariano (2008, p. 69-70).

Se dentro do cristianismo o movimento que mais cresce é o pentecostal, dentro do pentecostal o que mais cresce é aquele da terceira onda, o neopentecostal. Já entre as igrejas do movimento neopentecostal, aquela que mais cresce é a Universal do Reino de Deus.

Elas crescem em ritmos desiguais. Por ordem decrescente, as cinco denominações apresentaram as seguintes taxas médias de crescimento anual entre 1991 e 2000: Igreja Universal (25,7%), Deus é Amor (18,4%), Evangelho Quadrangular (17,7%), Assembleia de Deus (14,8%) e Congregação Cristã no Brasil (4,8%). A Universal obteve, disparado, o maior êxito numérico neste período, ao passo que a Congregação Cristã, a primeira igreja pentecostal fundada no país, ficou na lanterna, com performance bem inferior a das demais. (MARIANO, 2008, p. 70).

Após esta exposição sobre o ambiente em que surge o pentecostalismo e suas ondas, preciso recortar para o Bispo Macedo e para a IURD, fazendo um breve histórico.

### **4.3 Edir Macedo Bezerra e a Igreja Universal Do Reino De Deus**

Tanto a Igreja Universal do Reino de Deus quanto a figura do Bispo Macedo caem na velha máxima “ame ou odeie”. Basta falar o nome da igreja ou o nome do líder e alguém ao redor emite uma opinião (quase sempre) criticando. Experimentei fazer isto com os meus amigos e quase sempre vieram comentários de reprovação.

Na própria página da Universal o Bispo Macedo escreve um pequeno artigo intitulado “Os odiados” (MACEDO, 2017, online). No texto, ele justifica o ódio de parte da população contra eles por pregarem o evangelho. Todavia, há muitas outras igrejas pregando o evangelho e nem por isto são odiadas. É muito provável que essas reações das pessoas têm ligação com as polêmicas envolvendo a igreja, principalmente no que diz respeito à maneira como arrecadam dinheiro e lidam com outras religiões, como a Católica e as de matrizes africanas, conforme veremos mais adiante.

Nascido numa família católica em 18 de fevereiro de 1945, na cidade de Rio das Flores, Rio de Janeiro. Didi, como era chamado, foi o quarto filho de Henrique Bezerra e Eugênia de Macedo Bezerra, dona Geninha, que teve 33 gestações, mas apenas sete filhos sobreviveram. Edir nasceu com um problema na mão esquerda, o que, segundo ele, resultou em uma certa timidez e complexo de inferioridade, conforme suas palavras: “Eu era o patinho feio da família. Tinha a sensação de que tudo o que eu fazia dava errado: era a pipa cortada, eram os balões que pegavam fogo. Às vezes, me sentia um estorvo”. (TAVOLARO; LEMOS, 2007, p. 41). Segundo depoimento de Eris Bezerra Crivella, irmã do bispo Macedo e mãe do atual prefeito do Rio de Janeiro, Marcelo Crivella, ele não brincava muito com os meninos, era muito tímido, mas com o apoio da família, ele foi superando este problema.

Antes de se tornar bispo, Macedo trabalhou na Loteria do Estado do Rio de Janeiro, além de trabalhar também no IBGE. Trabalhou em torno de dezessete anos como funcionário público até se dedicar completamente à igreja. Ele lembra este momento de decisão: “Tomei a decisão sozinho. Eu disse para Deus: “Ou é ou não é. Ou tudo ou nada”. Abri mão do trabalho, sem nenhuma garantia”. (TAVOLARO; LEMOS, 2007, p. 85).

Sua mudança da igreja católica para a evangélica aconteceu aos dezenove anos, após uma decepção amorosa. Ele já havia começado a frequentar a igreja Nova Vida, fundada por um pregador canadense chamado Robert Mcalister, já citado. O que levou Macedo a frequentar esta igreja foi o fato de a irmã Elcy sofrer de bronquite asmática e apresentar sérios problemas quando os ataques de falta de ar aconteciam. Segundo relato do próprio bispo, Elcy foi levada para centros espíritas a fim de ser curada, mas nada acontecia. Porém, quando atendeu a um convite feito pela rádio e foi à dita igreja, ficou curada. Desde aquela ocasião e durante onze anos, Macedo frequentou aquela igreja, que contava então com 500

participantes (MACEDO, 2012, p. 78). Esta experiência de sua irmã buscar ajuda no espiritismo e não encontrar contribuiu para o desenvolvimento de uma guerra religiosa da Universal contra o espiritismo e religiões de matrizes africanas, guerra essa expressa em parte no livro *Orixás, Caboclos e Guias, deuses ou demônios?* (2019), de Edir Macedo, que vendeu mais de 4 milhões de exemplares. Este livro teve sua venda suspensa em 2005, como resultado de processos judiciais movidos sob a alegação de preconceito religioso; porém, em 2006, foi novamente liberado, após entendimento do juiz de que a proibição contrariava a constituição no que tange à liberdade de expressão. Conforme veremos, em quase todos os programas da Universal há algo relacionado a cultos de matrizes africanas, pois na visão do Macedo, as desgraças são causadas por estes espíritos, isto é: pelos Exus, Pombas-Gira e Orixás. Em suas palavras: “Não há Exu, Caboclo, Orixá, Preto-Velho, Omulu, Erê, nem qualquer força do inferno que possa resistir à nossa ordem quando dada em nome de Jesus”. (MACEDO, 1997, p. 94)

Na igreja Nova Vida, Macedo se esforçava por se tornar pregador e pastor, mas não tinha muitas oportunidades.

Naquela época, contudo, o problema da filha somou-se a outra indignação de Edir Macedo. Depois de doze anos como membro da Igreja Nova Vida, ele desejava tornar-se pregador evangélico. Mas a congregação não acreditava no bispo. Um dos pastores daquele tempo chegou a dizer para Ester que Edir "não tinha futuro".(TAVOLARO; LEMOS, 2007, p. 74).

Foi então que ele, seu cunhado R.R. Soares e outros líderes resolveram fundar uma nova igreja, A Cruzada do Caminho Eterno, em 1975, num velho prédio de uma antiga funerária no Rio de Janeiro. R.R. Soares era o pregador principal e, segundo Macedo, ele tinha a oportunidade para pregar quando havia poucas pessoas nas reuniões. Em 1977, o nome da igreja mudou para “Igreja da Bênção” e, em 1979, veio o nome definitivo, Igreja Universal do Reino de Deus (TAVOLARO; LEMOS, 2007, p. 83). As diferenças entre Macedo e R. R. Soares foram se acentuando:

Em 1980, uma cisão. Soares e Edir decidiram romper. Havia discórdias no direcionamento da igreja, que já contava com quinze pastores. O bispo, então, propôs uma assembleia excepcional para decidir quem seria o novo comandante da Universal. O que perdesse renunciaria à liderança [...] O então pastor Macedo ganhou por 12 votos a 3. (TAVOLARO; LEMOS, 2007, p. 90).

A Igreja internacional da Graça de Deus, fundada pelo Missionário R.R. Soares em 1980, logo após sua saída da IURD, e mais conhecida no Brasil pelo seu programa em horário nobre na Bandeirantes, o “Show da Fé,” tem mais de um milhão de membros e cinco mil templos. Pode-se dizer que os dois tiveram sucesso em suas empreitadas religiosas.

Notícias de 2012 informavam que o Bispo Edir Macedo, juntamente com o Padre Marcelo Rossi, eram os autores que mais vendiam livros no Brasil. O Bispo aparece em terceiro lugar geral ou em primeiro lugar na categoria “não ficção” com seu livro *Nada a Perder* no site *Publish News*<sup>37</sup>. O sucesso com os livros tem-se transferindo para outras mídias, como a televisão e o cinema. O primeiro filme, *Nada a Perder*, se tornou o filme brasileiro de maior bilheteria do Brasil. Segundo o site O Globo (2018, online), a obra audiovisual chegou à marca de 11.226.127 ingressos vendidos, o que faz dela a maior bilheteria de todos os tempos em filmes nacionais. Além disso, o segundo filme de maior bilheteria também tem a mão do Bispo Macedo, trata-se de *Os Dez Mandamentos*, cuja bilheteria de 11.183.219 é seguida por *Tropa de Elite 2*, com 11.146.723.

Macedo não é o líder evangélico mais seguido nas redes sociais, mas provavelmente é o que sabe usar este capital melhor, conforme veremos na análise do próximo capítulo, objetivo deste trabalho. Macedo tem 2.6 milhões de seguidores<sup>38</sup> no *Facebook*. Cláudio Duarte, uma espécie de pastor humorista, especialista em palestras bem-humoradas para casais, tem 4.7 milhões de seguidores. Já o padre Fábio de Mello tem 6.9 milhões, o pastor Silas Malafaia tem 7.7 mil e o Papa Francisco tem mais de 40 milhões de seguidores em todas as redes sociais (FAVRETTO, 2016, online).

O bispo Macedo é um grande preletor e coleciona muitas graduações e títulos. Entre alguns de seus diplomas pendurados na parede de seu escritório constam: “Doutor em Filosofia Cristã, Mestre em Ciências Teológicas, Doutor em Divindades, Bacharel e Doutor em teologia”. (TAVOLARO; LEMOS, 2007, p. 110). Entretanto, não incentiva seus pastores a fazerem cursos de Teologia, pelo

---

<sup>37</sup> Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/ranking/anual/0/2012/0/0>. Acesso em: 20 mai. 2020.

<sup>38</sup> MACEDO, Edir. 09 de maio, 2009. Facebook: Bispo Macedo. Disponível em: <https://www.facebook.com/BispoMacedo/> Acesso em: 20 mai. 2020.

contrário, quer que seus pastores não sejam influenciados por teologias estranhas à Universal, por isto prefere preparar seus obreiros na prática, conforme relato:

O aprendizado começa cedo na organização. Os pastores são descobertos entre os obreiros — só no Brasil somam-se mais de 500 mil. Para ser consagrado bispo, maior título na graduação, não há idade mínima nem máxima, nem necessidade de escolaridade ou seminário. “Não fazemos questão de que o sujeito tenha diplomas. Ele precisa ter espírito”. Antes de se tornarem pastores, os auxiliares — a maioria jovens entre 18 e 25 anos, inscritos no Iburd, o Instituto Bíblico Universal do Reino de Deus — passam por treinamentos práticos. Durante dois a três anos, assistem a cultos e absorvem experiências. Depois, são enviados como ajudantes de pastor, normalmente a lugares de baixa renda, com populações carentes. Seja no Brasil, seja fora do país, onde podem ficar por bons anos. São diversas etapas para crescer na rígida pirâmide da Universal. (TAVOLARO; LEMOS, 2007, p. 82-83).

A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), segundo dados de 2017, contava com “320 bispos, 14 mil pastores em ação [...] 7.157 templos para 7 milhões de seguidores no Brasil. Outros 2.857 estão à disposição de dois milhões de fiéis em mais de cem nações, da Rússia aos Emirados Árabes”. (IHU, 2017, Online). Já segundo as contas do próprio bispo, “trinta e cinco anos depois de seu nascimento, a Igreja Universal do Reino de Deus se espalhou pelo mundo e está em mais de 200 países” (MACEDO, 2012). Porém estes dados do Macedo não são passíveis de comprovação.

Devido ao seu espantoso crescimento numérico, poderio econômico e midiático, a Universal tem sido alvo de muitos estudos. Segundo pesquisa do professor da USP Leonildo Silveira Campos, “[...] na academia brasileira há 11 teses de doutorado e 40 dissertações de mestrado, apresentadas ou defendidas até 2003, somente sobre a Igreja Universal do Reino de Deus” (CAMPOS, 2005, p. 102). O professor acrescenta ainda que o número 51 poderia ser multiplicado por dez, se fossem somadas as centenas de artigos, livros e capítulos de livros escritos sobre o assunto. Como estes dados se referem a 2003, estes números devem ter sofrido alterações para mais. Uma rápida pesquisa nos periódicos da CAPES em abril de 2020 resultou em 117 artigos envolvendo o nome da igreja, porém nenhum deles analisando o uso das mídias sociais pela igreja ou pelo Bispo Edir Macedo.

As polêmicas sempre acompanharam a trajetória de Macedo e da Universal. A última notícia envolvendo uma delas foi publicada pela revista exame online sob o título: “Mesmo sabendo de prazo, Justiça deixou ação contra Edir Macedo

prescrever” (PINA; FERREIRA, 2019, online). A matéria se refere à acusação de lavagem de dinheiro no ano de 2011 contra o Bispo e a cúpula da Igreja. Assim como neste caso, todas as acusações contra Edir Macedo e a Universal não foram deferidas, não redundaram em qualquer punição. O filme *Nada A Perder 2* (Alexandre Avancini, 2019) mostra Macedo indo até o Monte Sinai no Egito para apresentar todos os processos a Deus e ateando fogo nos papéis, como símbolo de que a “justiça de Deus” prevaleceria frente à justiça dos homens. Justiça de Deus, segundo Macedo, seria sua inocência. Seja por influência divina, ou por influência de um poderoso corpo de advogados, Macedo sempre se saiu bem. Uma das polêmicas mais lembradas envolve sua prisão em 1992, quando ficou preso por onze dias. Acusado de charlatanismo, estelionato e curandeirismo, foi inocentado por falta de provas. Sua prisão aconteceu em 24 de maio, exatamente o dia em que estourou o escândalo envolvendo o então presidente Collor de Mello. Este fato é relevante, pois Collor tem grande protagonismo no destino da Record, e, quem sabe, no destino da Universal.

O epicentro do impasse é que havia uma guerra velada entre grupos poderosos pelo controle da Record, alguns até com apoio do alto escalão do Planalto. Hoje, em entrevista sobre o assunto, o ex-presidente Fernando Collor de Mello admite a existência de "pressões" para tirar a Record do verdadeiro dono. (TAVOLARO; LEMOS, 2007, p. 21).

A assinatura de Collor referente à concessão da Record para Edir Macedo “Foi seu último ato na Presidência” (TAVOLARO; LEMOS, 2007, p. 142). Neste período de grandes mudanças, a Universal, alavancada pela Record, teve grande crescimento. “O seu contingente de crentes, que era de 269 mil em 1990, passara para 2,1 milhões em 2000” (MURTINHO; CASTILHO; URDAN, 2018, p. 101).

Um dos feitos mais recentes de Macedo e da estrutura Universal foi a construção do Templo de Salomão, em São Paulo. Com um custo estimado em 680 milhões de reais, com pedras trazidas de Israel, de tamanho dez vezes maior do que o Santuário Aparecida, altura de um prédio de dezoito andares e capacidade para dez mil pessoas, a edificação recebeu a visita e os elogios de Silvio Santos e da então Presidente Dilma Rousseff (GAUCHAZH, 2014, online).

Além dos muitos estudos que tratam do crescimento da Igreja Universal, já começam a aparecer estudos investigando a causa do declínio da Universal na última década do censo do IBGE. Um destes estudos tem por título “Declínio

Organizacional e Contexto em Organização Religiosa: A Igreja Universal Do Reino De Deus”, publicado na *Revista Iberoamericana de Estratégia*, em 2018. O estudo aponta que, em 2018, a cisão entre a Universal e um dos seus principais líderes, Valdomiro Santiago, e a subsequente fundação da Igreja Mundial do Poder de Deus, que hoje conta com quase um milhão de membros e seis mil igrejas, é uma das razões do declínio da Universal. Além disso, o estudo apontou o aumento de igrejas genéricas, levando a uma pulverização de membros e aumentando a concorrência (MURTINHO; CASTILHO; URDAN, 2018, p. 103).

Macedo já está com 75 anos, têm duas filhas, Cristiane e Viviane, além de um filho adotivo chamado Moisés. Na Universal, a mulher não exerce protagonismo, isto é, não é pastora e nem bispa. Moisés não desenvolveu liderança na IURD, apenas teve algum envolvimento no âmbito da música. Hoje ele exerce função executiva na Record. Então, quem será o sucessor de Macedo? Uma matéria da *Revista Veja* em 2017, intitulada "O escolhido", dá conta de que o genro Renato Cardoso, marido de Cristiane, está sendo preparado para suceder a Edir Macedo e modernizar a igreja, a fim de atrair a classe média (PRADO; GONÇALVES; FILHO, 2017, online). Ainda, segundo o site:

O suspense durou quase dez anos. No último dia 5, de sua sala de teleconferências no enorme Templo de Salomão, em São Paulo, o bispo Edir Macedo anunciou aos principais líderes da Igreja Universal no mundo o nome do seu número 2 — e, nessa condição, provável sucessor e herdeiro de um império que reúne 10 000 igrejas em mais de 100 países, com 9,5 milhões de fiéis e faturamento anual que ultrapassa 1,4 bilhão de reais só em doações. O escolhido é o genro Renato Cardoso, casado com Cristiane Cardoso, sua filha mais velha. (PRADO; GONÇALVES; FILHO, 2017, online).

Se, por um lado, a Igreja Universal gera polêmicas em torno de acontecimentos que parecem desagradar as pessoas, por outro, parece ter apoio de boa parte da população. Uma pesquisa (R7, online) revelou o seguinte:

A Igreja Universal do Reino de Deus é a quinta instituição de maior prestígio para a população brasileira, segundo a pesquisa Datafolha divulgada nesta quarta-feira (18). Com 35% das citações no levantamento, a Universal aparece com mais prestígio do que o Poder Judiciário, a Presidência da República e os ministérios, os sindicatos de trabalhadores, o Congresso Nacional e os partidos políticos. (R7, 2015, online).

No final de 2019 foi lançado mais um livro sobre a Universal e o bispo

Macedo, sob o título *O Reino: A história de Edir Macedo e uma radiografia da Igreja Universal*, pelo jornalista Gilberto Nascimento. Em uma entrevista cedida à Andrea Dip, do Site *Apublica* (DIP, 2020, online), o autor afirma que “O bispo Edir Macedo tem uma visão muito pragmática: ‘Se há poder eu tô junto’”. Entre outras coisas são abordados o envolvimento de Macedo e da Universal com a política e, também, sobre crimes que supostamente envolvem pessoas que têm alguma ligação com a Universal. É bem provável que muitos outros livros, teses e dissertações surjam a respeito da Universal e seu líder.

## **5 ESTUDO DE CASO: O USO DO FACEBOOK PELO BISPO EDIR MACEDO**

Este estudo de caso se propõe a analisar os padrões e estratégias de operação de Edir Macedo no uso da mídia, neste caso, a mídia *Facebook*, no discurso religioso. Neste sentido, é importante definirmos a metodologia utilizada. A fim de justificarmos nossas escolhas, abrangendo a quantidade de determinadas estratégias, e explicarmos as razões de elas serem importantes nas ações comunicativas do Bispo Macedo, adotamos uma metodologia mista (*mixed methology*). Além disso, como explicaremos a seguir, vamos tomar por base alguns princípios analíticos de Jesus Martín Barbedo.

### **5.1 A habilidade em lidar com as massas e o sucesso de Macedo**

Ao fazer este estudo de caso e analisar a trajetória de Macedo, sua habilidade em lidar com a mídia e se comunicar com seus seguidores, creio que seja importante abordar, ainda que rapidamente, a questão da mobilização das massas. Uso a palavra mobilização das massas, mas se poderia usar, também, expressões como: comunicação com as massas, manipulação das massas ou manobra das massas. Para evitar desacordos, vou usar a expressão “mobilização das massas”. Para falar do sentido de “massas” por nós utilizado, podemos chamar a ajuda de Freud para nos ajudar a entender ou relembrar seus conceitos:

Portanto, a psicologia de massas trata o ser individual como membro de uma tribo, um povo, uma casta, uma classe, uma instituição, ou como parte de uma aglomeração que se organiza como massa em determinado



momento, para um certo fim (FREUD, p. 11, 2011).

Na condição de fazer parte desta massa, seja política, ideológica ou religiosa, o indivíduo pode passar a pensar, sentir e agir de modo completamente distinto do esperado, caso estivesse sozinho. Visto que ele está condicionado e alinhado numa multidão que adquiriu a característica de uma “massa psicológica”. Seu comportamento, passa, então, a ser segundo a massa e não segundo o indivíduo isolado da massa. O comportamento da massa tem a capacidade de influir decisivamente na vida psíquica do indivíduo. A isso Freud chama de poder da sugestão sobre uma alma coletiva:

Tal é, aproximadamente, o estado de um indivíduo que participa de uma massa. Ele não é mais consciente de seus atos. Nele, como no hipnotizado, enquanto certas faculdades são destruídas, outras podem ser levadas a um estado de exaltação extrema. A influência de uma sugestão o levará, com irresistível impetuosidade, à realização de certos atos (FREUD, p. 17, 2011).

A influência sobre as massas deixou de ser exclusividade de uma reunião com um grupo de pessoas em um lugar físico. Este poder de influência sobre as massas está no jornal, no rádio, na televisão, nas plataformas digitais, em todos aqueles meios que se dirigem às massas. Barbero (1997), em *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*, aborda o surgimento do folhetim e seu consumo pelas massas, já que, até então, os produtos culturais eram feitos para as elites. Segundo o autor, isto começou em torno de 1836, em Paris, com a demanda pelas massas por produtos culturais. Ainda segundo ele, o capitalismo foi um fator impulsionador para que esta demanda fosse atendida, alterando o eixo da produção e do consumo das elites para as massas, ao que o autor chama de “invasão das massas”. (MARTÍN-BARBERO, p. 53, 1997). O protagonismo das massas em relação à produção e ao consumo só cresceu. Quem quiser ter sucesso no universo do capital, precisa agradar as massas, mobilizar as massas, envolver as massas, porque elas significam quantidade. O fenômeno dos “youtubers” e seus milhões de seguidores representam bem esta ditadura das massas, quanto mais se atinge as massas, mais seguidores, mais visibilidade, mais dinheiro. Segundo as palavras de Harari (2011), nesta lógica capitalista e consumista, deve-se atingir as paixões e desejos das massas.

Já a maioria das pessoas hoje consegue viver de acordo com o ideal capitalista-consumista. A nova ética promete o paraíso sob a condição de que os ricos continuem gananciosos e dediquem seu tempo a ganhar mais dinheiro e as massas deem rédea solta a seus desejos e paixões – e compreem cada vez mais. Essa é a primeira religião na história cujos seguidores realmente fazem o que se espera que façam. Mas como temos certeza de que, em troca, teremos o paraíso? Nós vimos na televisão. (HARARI, 2011).

Para este trabalho, o que nos interessa da obra de Martín-Barbero, além dos conceitos sobre massa, são os “dispositivos de enunciação”, estratégias discursivas capazes de atingir as massas, seduzir as massas, envolver as massas, provocando reconhecimento e reação. Neste sentido, buscarei fazer uma aproximação da análise de Martín-Barbero à minha análise, embora as mídias sejam diferentes, já que o autor analisou o folhetim do século XIX, enquanto eu analiso o *Facebook* no século XXI. O fato é que, em ambos os casos, além de outros elementos, são abordadas as estratégias discursivas na comunicação com as massas através da mídia.

### **5.1.1 Dispositivo de composição**

A composição, a configuração, a forma como o produto de mídia é construído para atingir as massas, faz toda a diferença. No caso do folhetim, Martín-Barbero destaca o uso da letra grande, clara e espacejada, visto que os leitores da época (as massas), tinham dificuldades com a leitura por serem pouco letrados, além das dificuldades de iluminação nas casas pobres em que viviam. Um paralelo das características da massa da época analisada por Martín-Barbero em relação à nossa época pode estar no fato já exposto neste trabalho, de que a maior parte do público atingido pelos pentecostais é de pessoas menos letradas e moradores de periferias. Sendo assim, a composição de mídia para este grupo deve levar em consideração estas características. O paralelo entre às mídias produzidas para as massas de Macedo e as do folhetim está na facilitação para o consumo e a compreensão da mensagem midiática. Se no folhetim foram usadas letras grandes e espacejadas, nos vídeos de Macedo são usadas as mesmas estruturas há anos, uma espécie de *modus operandi*, claro, objetivo e repetitivo, que já prescinde de uma interpretação complexa. A impressão que se tem é que se repete exaustivamente o que se quer ensinar em uma pedagogia que lembra a teoria de aprendizagem de Skinner, usando muita repetição e fomentando a mudança de

comportamento.

### **5.1.2 Dispositivo de fragmentação**

Hoje estamos muito acostumados a produtos midiáticos fragmentados como novelas e séries. Martín-Barbero (1997) cita a fragmentação de episódios no folhetim como uma das causas de seu sucesso com a massa. “Sem dúvida, boa parte do sucesso "massivo" do folhetim residia aí: numa fragmentação do texto escrito que incorporava os cortes "produzidos" por uma leitura não-especializada como é a leitura popular”. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 181). A fragmentação que podemos observar nas postagens do Bispo Macedo se refere, principalmente, aos serviços religiosos ofertados na mídia. Na estrutura da Igreja Universal do Reino de Deus, não basta ir à igreja uma vez por semana, como faria um bom católico frequentando a missa todos os domingos de manhã. Os produtos ofertados são fragmentados, o fiel não recebe todas as bênçãos num dia. Ele precisa ir segunda-feira para ser abençoado na vida profissional, empresarial e financeira. Ele precisa ir na quinta-feira para ser abençoado na vida familiar, casamento e vida feliz no lar. Ele precisa ir na sexta-feira para a seção descarrego, se libertar dos demônios e assim por diante. Estes serviços fragmentados oferecidos pela estrutura da IURD, funcionam como capítulos da busca pela vitória por parte da massa.

### **5.1.3 Dispositivo de sedução**

Como dispositivo de sedução às massas, Martín-Barbero (1997) cita a organização por episódios e a estrutura aberta do folhetim. Ao falar sobre a organização da narrativa em episódios, destaca o suspense que permanece entre um episódio e outro. A aproximação, que creio seja possível fazer, neste caso, se refere ao suspense gerado pelos discursos religiosos entre um culto e outro, já que eles não acontecem todos os dias, inserindo uma lacuna sobre se a pessoa receberá o milagre, a libertação, a prosperidade ou não. Outro suspense que é gerado na Universal se refere ao resultado sonhado, esperado, criado através da promessa feita no ritual da fogueira santa de Israel ou fogueira santa do monte Sinai. Esta é a maior aposta de mudança de vida, de mudança de sorte, de milagres, esperada pela massa Universal. Quanto à estrutura aberta, citada por Martín-

Barbero, creio que já foi contemplada neste trabalho quando mencionada a cultura participativa através das mídias. O fiel da Universal se sente fazendo parte da estrutura ao contribuir financeiramente e ver construções como “o Templo de Salomão”, obras sociais, testemunhos de mudanças de vida, entre outros. Além disto, ao poder ligar para um pastor no momento de um programa de rádio ou tevê ou, ainda, escrever comentários e pedir orações em uma *live* do Bispo Macedo, podendo dar seu *feedback*, o seguidor se sente parte dessa estrutura e disposto a arriscar nas promessas feitas. Segundo Martín-Barbero, desta maneira é seduzido através da mídia.

#### 5.1.4 Dispositivo de reconhecimento

Ao abordar o dispositivo de reconhecimento, Martín-Barbero (1997) destaca uma espécie de espelhamento da vida do homem popular, da massa, no folhetim. “Uma voz afetada, sentimental, moralista e muitas vezes reacionária, mas, por fim, uma voz por meio da qual se expressa o rouco submundo que nem à direita culta nem a esquerda política pareceu interessar”. (MARTÍN-BARBERO, p. 185, 1997). O homem comum parece ter tido uma oportunidade de se perceber cidadão importante através do folhetim, assim como um usuário anônimo pode tecer algum comentário sobre alguém famoso na internet e sair do anonimato nos dias atuais. A mídia parece ter, cada vez mais, este dispositivo de reconhecimento, de se perceber, de se ver e se espelhar. Neste sentido, o nome Youtube, que significa você na tevê, ou você no tubo de imagem, e tem como slogan “*Broadcast yourself*”<sup>39</sup>, tem um forte apelo pautado no dispositivo do reconhecimento. Ao explicar o dispositivo de reconhecimento no folhetim, Martín-Barbero (1997) cita o testemunho relacionado à identificação com aquele texto. Embora sejam de naturezas diferentes, os testemunhos em ambas as mídias citadas são importantes. Enquanto no folhetim o testemunho aparecia através de personagens fictícios ou mesmo inspirados na vida real de alguém, nas *lives* do Bispo Macedo os testemunhos são supostamente reais ou colocam-se como verdadeiros. Isto é, são comunicados por pessoas contando histórias de suas vidas e criando uma identificação com a massa.

---

<sup>39</sup> “Transmita você mesmo”. Tradução minha.

## 5.2 A metodologia mista

Entenda-se por metodologia mista aquela que não privilegia os dados quantitativos ou qualitativos separadamente, porém usa ambos de maneira misturada (mixed), trazendo ao final o resultado deste uso integrado e combinado. Esta abordagem é usada quando a integração dos dados qualitativos e quantitativos fornece uma melhor compreensão do problema de pesquisa do que se fossem usados dados de um ou outro isoladamente. As metodologias de pesquisa têm passado por diferentes fases. Processos quantitativos e qualitativos foram entendidos como polos opostos até o final do século XX, porém desde lá tem crescido o número de pesquisas envolvendo métodos mistos. Algumas características da metodologia mista são: “o ecletismo metodológico, o pluralismo paradigmático e o foco sobre a questão específica de pesquisa”. (DAL-FARRA; LOPES, 2013, p. 70)

Algumas vantagens da abordagem quantitativa envolvem: a alta aceitabilidade e credibilidade numa pesquisa, por ser mais objetiva, com amostra de números; a mensuração acurada de dados coletados; e a possibilidade de erigir comparações entre grupos ou de examinar a associação entre variáveis. Satisfazemo-nos “com tipos de resultados quantitativos, pois temos como quantificar diferentes medidas de números em um banco de dados de diferentes maneiras.” (BRYMAN. 2007, p. 12, tradução nossa).

Já a abordagem qualitativa coloca mais ênfase na palavra, no acontecimento, nas razões, do que propriamente no número de vezes em que a palavra foi falada ou na frequência dos acontecimentos.

[...] a abordagem qualitativa examina o ser humano como um todo, de forma contextualizada. As potencialidades qualitativas incluem a capacidade de gerar informações mais detalhadas das experiências humanas, incluindo suas crenças, emoções e comportamentos, considerando que as narrativas obtidas são examinadas dentro do contexto original em que ocorrem. Além disso, estudos qualitativos proporcionam análises profundas das experiências humanas no âmbito pessoal, familiar e cultural, de uma forma que não pode ser obtida com escalas de medida e modelos multivariados (DAL-FARRA; LOPES, 2013, p. 71).

A partir da definição de Dal-Farra e Lopes, a abordagem qualitativa tem grande utilidade de uso neste trabalho, já que ele envolve a experiência humana,

as crenças, as emoções e o comportamento. Porém, segundo Paranhos et al (2016), integrar as pesquisas quantitativas e qualitativas é justificado para confirmar e complementar uma a outra, gerando uma triangulação metodológica e “garantir que os resultados não dependam da natureza dos dados e/ou das técnicas utilizadas” (PARANHOS et al, 2016, p. 390).

### **5.3 O caso em estudo**

Este estudo analisará, assim, a frequência de determinadas estratégias, pensando-as como dispositivos de composição e sedução, enquanto as respostas a esses dispositivos são entendidas como dispositivos de reconhecimento. A seguir buscarei qualificar cada objeto de análise, justificando nossa escolha como uma dessas estratégias. Por que cada elemento deste é importante para o Bispo Macedo e para a Universal? O que a literatura traz em relação a cada item elencado como uma estratégia de convencimento?

### **5.4 Gráfico quantitativo e análise qualitativa resultante das análises das *lives* do Bispo Macedo de 01 de janeiro de 2020 a 11 de janeiro de 2020**

Este gráfico mostra os dispositivos analisados e se organiza da seguinte maneira:

- a) Entre os números de 1 a 4 estão os dispositivos de reconhecimento característicos das redes sociais: o número 1 representa a quantidade de visualizações; o número 2 representa a quantidade de curtidas; o número 3 representa a quantidade de comentários; o número 4 representa a quantidade de testemunhos;
- b) Os dispositivos restantes mostram-se como de composição e sedução: o número 5 representa a quantidade de citações e abordagens envolvendo o sincretismo às avessas, através da referência a religiões africanas e da guerra espiritual contra Exus e Orixás; o número 6 representa a venda da marca Universal e o uso da imagem do templo de Salomão e de grandes multidões reunidas; o número 7 representa, a partir de nosso entendimento, aquilo que compreendemos como o uso

de um discurso autoritário, dualista e maniqueísta; o número 8 representa o uso da música no discurso religioso; e o número 9 representa referências à teologia da prosperidade e o ritual da fogueira santa. Lembramos que a hipótese deste estudo é a de que este “ethos” colabora para o sucesso do discurso religioso do Bispo Macedo e da igreja Universal do Reino de Deus e que provavelmente há um padrão de comportamento, esse já citado *modus operandi* responsável, em parte, pelo sucesso de Macedo na mídia.

**Tabela 01 – Análise das *lives* do Bispo Edir Macedo**

<b>Lives</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<b>Live 1</b>	63 mil	5,2 mil	862	8	0	3	3	3	1
<b>Live 2</b>	80 mil	8,4 mil	1,5 mil	0	0	2	4	1	4
<b>Live 3</b>	56 mil	5,4 mil	1 mil	8	3	5	1	4	4
<b>Live 4</b>	64 mil	5,9 mil	1,2 mil	1	1	4	2	3	1
<b>Live 5</b>	83 mil	7,7 mil	1,2 mil	0	0	4	0	2	0
<b>Live 6</b>	59,4 mil	5,7 mil	1 mil	3	1	3	2	3	3
<b>Live 7</b>	128 mil	14 mil	677	0	0	0	1	0	1
<b>Live 8</b>	69 mil	8,8 mil	528	0	0	0	1	0	1
<b>Live 9</b>	94 mil	8,4 mil	1,1 mil	3	0	3	2	3	2
<b>Live 10</b>	77 mil	7,3 mil	1,6 mil	1	1	4	2	2	1

Fonte: Elaborado pelo Autor (2020).

#### **5.4.1 As visualizações das *lives* de Edir Macedo**

No terceiro capítulo deste trabalho, quando falo sobre o *Facebook*, abordo a importância e os significados das visualizações para um comunicador nas redes sociais. Aparentemente, há uma constância de visualizações nas *lives* do Macedo, que dificilmente variam além de trinta por cento, ficando na média de 70 mil visualizações por *live*. A *live* número 7, que tem quase o dobro de visualizações, justifica-se por ser a *live* em que Macedo está na Arábia Saudita em direção ao Monte Sinai, supostamente levando os pedidos de oração dos fiéis que fizeram ofertas, “sacrificaram” para a fogueira santa. De certa forma, os fiéis acompanham

e monitoram seu investimento financeiro na fogueira santa e na Universal ao seguir e visualizar as postagens.

#### **5.4.2 As curtidas nas *lives* de Edir Macedo**

Conforme descrevo no terceiro capítulo, curtir significa se manifestar, tomar parte, não aceitar a isenção em relação à publicação, entre outros significados. Em torno de 10% dos seguidores que assistem ao vídeo se manifestam com curtidas. Manifestações com o “não gostei” ou “dislikes” são raras, indicando que a maioria daqueles que assistem às lives de Macedo são fiéis, discípulos, simpatizantes em geral. Na postagem 1 por exemplo, foram apenas cinco “dislikes”. Provavelmente, o seguidor se sente mais próximo do Bispo e mais próximo da “bênção”, curtindo a postagem.

#### **5.4.3 Os comentários nas postagens de Macedo**

O número 3 representa a quantidade de comentários a respeito da postagem. Enquanto as curtidas representam em torno de 10% dos que assistem aos vídeos, os comentários representam em torno de 1.5%. Isto é, a cada 100 mil visualizações, é gerado em torno de 1,5 mil comentários. A exceção se dá, novamente, na *live* 7, provavelmente por ser um vídeo mais curto, com 5 minutos, restringindo o tempo para pedidos de orações e outros comentários. Entre os comentários, as expressões que mais aparecem são de concordância, na melhor maneira tradicional religiosa com um “amém”, seguido de pedidos de oração e que expressem concordância com o teor do discurso.

#### **5.4.4 O uso dos testemunhos na Igreja Universal**

Entre as dez *lives* analisadas no período apontado, há testemunhos em seis delas, alguns com alta frequência, como nas *lives* 1 e 3. Em geral os testemunhos duram entre 10 e 15 minutos. Porém nas *lives* 1 e 3, considere, também, como testemunhos fotos e imagens que faziam a comparação entre antes e depois da pessoa frequentar a Universal. São fotografias que mostram pessoas drogadas, embriagadas, com características frequentemente associadas a um estereótipo homossexual e, depois, com uniformes da Igreja Universal, evangelizando, com



aspecto de felizes e bem-resolvidos. O papel do testemunho é grandemente utilizado por igrejas pentecostais e neopentecostais. Uma das coisas que motivam o testemunho é o fato de que ele era utilizado na igreja primitiva também. Um dos personagens que mais utilizou o testemunho foi o Apóstolo Paulo. Apenas no livro de Atos dos Apóstolos há três vezes em que Paulo emite seu testemunho para públicos diferentes. Na última vez, ele testemunha para o Rei Herodes Agripa, conforme segue:

Rei Agripa, eu me sinto muito feliz em poder estar hoje diante do senhor para me defender de tudo o que os judeus me acusam. E especialmente feliz porque o senhor conhece muito bem todos os costumes e questões dos judeus. Portanto, peço que o senhor me escute com paciência. Todos os judeus sabem como tenho vivido no meio do meu povo e também em Jerusalém, desde a minha juventude até hoje. Eles sempre souberam—e podem confirmar isso se quiserem—que desde o começo fui membro do partido dos fariseus, o mais rigoroso da nossa religião.[...] E Paulo disse ainda: —Eu mesmo pensava que devia fazer tudo o que pudesse contra a causa de Jesus de Nazaré. E foi o que fiz em Jerusalém. Recebi autorização dos chefes dos sacerdotes e prendi muitos seguidores de Jesus. Quando eram condenados à morte, eu também votava contra eles. Durante muito tempo eu os castiguei em todas as sinagogas e os forcei a negar a sua fé. Tinha tanto ódio deles, que até fui a outras cidades para persegui-los. E Paulo continuou: Foi por isso que viajei para a cidade de Damasco, levando autorização e ordens dos chefes dos sacerdotes. Mas aconteceu, ó rei, que na estrada, ao meio-dia, veio do céu uma luz mais brilhante do que o sol, a qual brilhou em volta de mim e dos homens que estavam viajando comigo. Todos nós caímos no chão, e eu ouvi uma voz me dizer em hebraico: “Saulo, Saulo! Por que você me persegue? Não adianta você se revoltar contra mim.” Então eu perguntei: “Quem é o senhor?” —E o Senhor respondeu: “Eu sou Jesus, aquele que você persegue. [...] Mas até hoje Deus tem me ajudado, e por isso estou aqui trazendo a sua mensagem a todos, tanto aos humildes como aos importantes. Pois eu digo a mesma coisa que os profetas e Moisés disseram que ia acontecer (BÍBLIA, ATOS, 26, 2-32).

Os testemunhos seguem o modelo de Paulo, divididos em três etapas. Primeiro, fala-se como a vida estava antes de conhecer Jesus (antes da igreja Universal). Segundo, como foi que conheceu a igreja ou Jesus (circunstâncias do momento da decisão em relação à conversão). Terceiro, como está a vida agora, depois que conheceu Jesus (Igreja Universal). Os pastores repetem sempre as mesmas perguntas: “Como era sua vida antes de chegar à igreja? Como você chegou até a igreja? Como está sua vida agora?” (SOUZA, 2014, p. 184). Na maioria das vezes, os pastores citam a Universal como a fonte de poder da transformação, deixando o divino em segundo plano. Os pastores estão treinados para dramatizar, dirigir as perguntas, sugestionar respostas, a fim de demonstrar um grande abismo

entre o passado (em que a pessoa não frequentava a igreja) e o presente, hora do testemunho, em que a pessoa está “abençoada”. A narrativa entre o antes e o depois aproxima da conotação dicotômica “céu e inferno”. Para Souza (2014), o testemunho desempenha um papel tão importante para o neopentecostalismo que, à época de sua análise, a igreja tinha um site só de testemunhos, [www.eucreioemmilagres.com.br](http://www.eucreioemmilagres.com.br). Ao tentar acessar este site hoje, a página que se abre é <https://www.universal.org/siteeu-sou-a-universal/>, que também contém testemunhos; todavia, o enfoque destes testemunhos envolve mais a prosperidade, revelando outra faceta da crença do Bispo Macedo e da Universal, a teologia da prosperidade.

Os fiéis da igreja Universal têm uma resposta quase sempre pronta ao serem perguntados pelo pastor como era sua vida antes de irem à igreja; a resposta é “fundo do poço”.

Ao mensurar o fenômeno de forma quantitativa, Fonseca constatou que o antes nos testemunhos dos fiéis da IURD, definido pela expressão “fundo do poço”, ocupa em média 75% da narrativa e é sempre o ponto de partida dos depoimentos (SOUZA, 2014, p. 184).

Logo após o discurso de fracasso do passado, vem um discurso de vitórias no presente, quando o entrevistado supostamente tem um casamento abençoado, carros importados na garagem e uma empresa prosperando. Um exemplo é o testemunho de C. S.<sup>40</sup>:

Minha mãe me jogou na rua aos 8 anos quando seu namorado não queria que eu morasse com eles. Vivi na rua, apanhei muito, comia o que colocavam no lixo. [...] você deve estar se perguntando, quem sou eu hoje? Sou um empresário de sucesso, perito em trânsito, dou emprego para dezenas de famílias, sou patrão, sou amigo, um homem de sucesso, eu sou a universal. (YOUTUBE, “Eu sou a universal”, 2014)

Um aspecto importante do testemunho é o conceito de que o emissor do discurso não é um profissional treinado para convencer o ouvinte, mas é “gente como a gente” que está escutando.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Embora esses vídeos sejam públicos e assim os nomes das pessoas que fazem os testemunhos ou participam dos cultos, decidimos colocar apenas as iniciais.

<sup>41</sup> Poderíamos falar sobre os conceitos de *ethos* e *pathos* no testemunho, porém, este não é nosso principal foco. Para mais informações sobre este assunto sugere-se a leitura de SOUZA, Ronivaldo Moreira. “Ethos e Pathos na Constituição do Gênero Testemunho Religioso na Mídia”. *Reflexus*, Ano VIII, n. 11, 2014/1.

Assim, é possível afirmar que o gênero Testemunho Religioso na mídia digital se mostra o mais apropriado para cumprir essa finalidade desejada pela IURD. Nessa adaptação do gênero ao contexto midiático, o depoente assume o papel de fiador do discurso. O fato de serem depoentes desconhecidos do cenário midiático e não se identificarem com cargos eclesiais, confere maior credibilidade ao dizer dos fiadores e à própria instituição, pois se presume que eles não teriam motivos para exagerar os benefícios recebidos pela igreja. Além do mais, o dizer desses depoentes participa do acontecimento midiático à medida que, ao testemunhar de si próprio, seu testemunho é tido como válido para todos os que se enquadram na mesma categoria, fato que os transforma em modelos de vida. (SOUZA, 2013, p. 92).

O fato de o fiel, que faz um testemunho sobre sua vida, ser uma pessoa simples, que muitas vezes não fala a norma culta do Português, dá mais credibilidade ao discurso. Mafra entende o testemunho como um “gênero narrativo individualizado”, que descreve como “a vida comum do autor ganhou um colorido ou até mesmo uma nova aura pela experiência da metamorfose”. (2000, p. 78).

Enquanto muitas igrejas usam o testemunho para trinta ou quarenta pessoas escutarem em suas congregações, a Universal usa suas redes sociais e multiplica as visualizações por milhões, mostrando a compreensão desse dispositivo como uma estratégia de reconhecimento bastante eficiente.

#### **5.4.5 O sincretismo religioso às avessas com as religiões africanas**

Nas *lives* analisadas de Macedo apareceram poucas referências a cultos de origem africana, revelando sua mudança de estratégia ao adotar um tom mais tolerante e pacificador em seu discurso e, assim, continuar sua escalada em atingir a classe média e alta. Em apenas seis oportunidades há referências a religiões de matrizes africanas. Todavia, a Igreja Universal do Reino de Deus e seus pastores continuam agressivos na guerra espiritual contra as entidades religiosas de matriz africana, como os Exus. Ao descrevermos sacerdotes vestidos de branco, rituais praticados na sexta-feira à meia noite, uso do sal grosso e rosas em rituais, usando expressões como encosto, pontos de luz, seção do descarrego, certamente alguém diria que estamos descrevendo rituais de matrizes africanas, porém essa também é a descrição de elementos presentes nos cultos da Igreja Universal. Mariano (1996a) continua a lista nas seguintes palavras:

Os fiéis só se submetem a pagar as ofertas estipuladas para obter tais objetos (rosa, azeite, perfume do amor, saquinho de sal, sal grosso, galho de arruda, aliança, lenço, água do rio Jordão, xerox de cédula de dinheiro benzida, areia de praia do mar da Galiléia, óleo do Monte das Oliveiras, espada de plástico, cruz, chave, sabonete...) Porque creem piamente que eles estejam dotados de qualidades sacrais, poderes terapêuticos e sobrenatural. (MARIANO, 1996a, p. 128).

Macedo se aliou à cultura religiosa brasileira para atrair praticantes de outras religiões. Logo no início de seu livro *Orixás Caboclos e Guias: Deuses ou Demônios?* (1997), Macedo descreve a realidade religiosa brasileira e parece demonstrar o caminho que estava traçando dentro desta cultura.

O povo brasileiro herdou, das práticas religiosas dos índios nativos e dos escravos oriundos da África, algumas "religiões" que vieram mais tarde a ser reforçadas com doutrinas espiritualistas, esotéricas e tantas outras que tiveram mestres como Franz Anton Mesmer, Allan Kardec e outros médiuns famosos. Houve, com o decorrer dos séculos, um sincretismo religioso, ou seja, uma mistura curiosa e diabólica de mitologia africana, indígena brasileira, espiritismo e cristianismo, que criou ou favoreceu o desenvolvimento de cultos fetichistas como a umbanda, a quimbanda e o candomblé (MACEDO, 1997, p. 7).

Ao mesmo tempo em que Macedo ensinou todos os seus milhares de pastores e obreiros a terem vários comportamentos semelhantes às religiões de matrizes africanas, mantém, como sua principal bandeira, a expulsão destes espíritos em cultos de libertação, uma postura belicosa com essas religiões. Nesse sentido, a Universal se constitui como uma via intermediária, uma mistura, entre a crença evangélica e de origem africana, sendo um dos motivos, apontados por pesquisadores, de sua aceitabilidade e crescimento.

O sincretismo, que pode ser entendido como a mistura deliberada de elementos de determinadas crenças (Burke, 2003, 47), constitui-se numa estratégia exitosa aos neopentecostais, pois sua prática funciona como um mediador cultural, como já visto anteriormente. Ele facilita a inserção das igrejas de características neopentecostais, em especial as de um perfil iurdiano, em terrenos de difícil penetração do protestantismo clássico. E o modo como se vale desse mediador cultural revela-se profundamente peculiar, logo também se mostra bastante intrigante (OLIVEIRA JÚNIOR, 2014, p. 68).

Segundo a pesquisa de Oliveira Júnior (2014), este sincretismo é chamado de "sincretismo de inversão", por se assemelhar em muitos aspectos às próprias religiões que combate. Já Pedro Oro, em "O Neopentecostalismo Macumbeiro" (2005-2006), usa a palavra "religiofagia" para tentar descrever o fenômeno de apropriação de crenças e elementos de outras religiões por parte da IURD, quando

ela se mostra semelhante a essas religiões em alguns aspectos e, paradoxalmente, combate-as. Oro explica seu ponto de vista e o neologismo “religiofagia” da seguinte forma:

De minha parte, considero-a, sem nenhuma conotação pejorativa, uma igreja religiofágica; literalmente, “comedora de religião”, ou, como diz R. de Almeida (2003, p. 341), uma igreja que procedeu a uma “fagocitose religiosa”. Isto é, uma igreja que construiu seu repertório simbólico, suas crenças e ritualística, incorporando e ressemantizando pedaços de crenças de outras religiões, mesmo de seus adversários (ORO, 2005-2006, p. 321).

A Igreja Universal, ao se apresentar com este sincretismo religioso, trazendo ritos e sessões de "exorcismo" (descarrego), sessões de cura e milagres, demonstra que foi beber na fonte das origens das religiões de matriz africana. No entanto, para se firmar num cenário com tantos matizes, escolheu as religiões africanas como seu inimigo em um exercício de aparelho repressor nos moldes de Althusser. (ALTHUSSER, 1993, p.57)

Quando alguém quer abrir uma empresa, faz-se necessário uma pesquisa de mercado para tentar compreender o cliente em seus hábitos e necessidades, além de avaliar a concorrência. Parece que o Bispo Macedo fez bem esta lição de casa ao analisar o mercado da fé nos anos 70 e 80 e perceber o comportamento de muitos brasileiros em sua busca por ajuda espiritual através de práticas sincréticas, como consulta à benzedeira ou à mãe de santo, entre outros. O número de pessoas familiarizadas com a linguagem e cultura africanas é muito maior do que os números do IBGE revelam, pois, grande parte dos frequentadores destas religiões se declaram católicos ao instituto por questões culturais e familiares. Uma reportagem da *Folha Vitória* aborda este assunto.

De acordo com Luiz Augusto Labuto, da Fraternidade Tabajara, em Cariacica, os dados do IBGE informam que no Brasil há um número menor de seguidores do que de terreiros existentes. “Somos atuantes e fortes no cenário religioso nacional. A pesquisa não retrata a realidade de forma alguma”. A Tabajara, que foi fundada na década de 40, possui mais de 500 membros. Mas há os que são atendidos regularmente. Em 2013 foram registrados 11.533 atendimentos diretos. O fluxo de frequentadores é grande (LUPPI, 2014, online).

Esta reportagem revela o que se percebe cotidianamente, que grande parte dos autodeclarados católicos não são praticantes, porém buscam algum tipo de

ajuda nas religiões de matriz africana, espíritas, religiões orientais ou mesmo em igrejas evangélicas. Sabendo desta transitividade religiosa, o Bispo Macedo vislumbrou esta estratégia para seu crescimento. É comum a “entrevista de demônios” em cultos de libertação. Geralmente esta entidade se apresenta como um “Exu”. Através desta conversa com a entidade, os pastores vão usando as informações para causar medo no povo ou fidelizar os clientes. Em um vídeo disponível no canal do Bispo Edir Macedo na plataforma Youtube, em 4 de junho de 2014, intitulado “Aviso aos incautos” (Online, 2014), ele entrevista uma entidade que se autodenominou Lúcifer, falando através de uma seguidora. Esta conversa é dirigida para atacar o Apóstolo Valdermiro Santiago, fundador da igreja Mundial do Poder de Deus, após sair da Universal em 1998. Desta maneira, Macedo desqualifica outras religiões dando a entender que só a igreja dele está certa, quer dizer, é capaz de livrar os fiéis do mal.

A análise das *lives* do Bispo Macedo neste trabalho levará em conta suas menções às religiões de matriz africana ou, como ele mesmo resume e denomina, “Há muito tempo venho orando por pessoas as quais na sua grande maioria tiveram ligações com o espiritismo nas suas diversas facetas”. (MACEDO, 1997, p. 5). Macedo usa a expressão “na sua grande maioria”, para falar das pessoas que mantinham ligação com a religiosidade africana ou Kardecista que ele costumava atender. Esta experiência pessoal também o influenciou a desenvolver essa estratégia.

#### **5.4.6 O Templo de Salomão e a marca na Igreja Universal do Reino de Deus**

Na análise, o Templo de Salomão aparece 28 vezes. Nos vídeos analisados, chama a atenção o fato de aparecer a imagem do Templo de Salomão na introdução de todos eles. Como já foi citado anteriormente, a edificação é uma obra gigantesca e belíssima, um ponto turístico arquitetônico. A proposição é de que a imagem do templo projetada antes de o Bispo falar visa a impressionar e reforçar a marca da igreja Universal através desta representação simbólica de poder econômico. Lembremos a Torre de Babel em seu objetivo de alcançar o céu. Segundo Abrantes (2014), a construção do Templo de Salomão, associada à uma retórica mais pautada na razão e menos no mágico, é uma estratégia da Universal para cativar a classe média, já que na década entre 2000 e 2010, a Igreja encolheu em 200 mil

membros, enquanto a Igreja Mundial de Valdemiro Santiago cresceu em 300 mil membros. Muitas pessoas, das classes menos favorecidas saíram da Universal e foram para a Mundial por esta ter um forte apelo a curas e milagres. Assim, Macedo passou a mirar na classe média, usando a grandeza da edificação do templo, um espaço também para aqueles que têm condições de viver fora das periferias, em bairros frequentados por pessoas de posses e em boas casas.

A igreja Universal se estruturou à semelhança da igreja católica em sua hierarquia e intervenção social; e em moldes empresariais, no que diz respeito à administração, cumprimento de metas e marketing. Neste sentido, criar, usar, cultivar uma marca é muito importante. Segundo Oro (2005-2006), algumas razões que fazem da Universal do Reino de Deus a igreja evangélica mais parecida com a católica são: a adoção do episcopado, templos nos lugares centrais da cidade, presença na mídia, envolvimento com a política, a mediação do dinheiro e o empreendedorismo econômico.

Uma “igreja-empresa”, esta é a autorreferência feita pela IURD, segundo Resende (2006). O uniforme padronizado, a semelhança discursiva, endereços estratégicos, flexibilidade em horários, disponibilidade 24 horas por dia via telefone, entre outros, têm levado pesquisadores a compararem a Universal com o “McDonalds”. Em “A ‘Mcdonaldização’ da fé, um estudo sobre os evangélicos brasileiros”, Paegle (2008, p. 91) cita a extensa e criativa agenda da Universal funcionando como um *drive thru* religioso num estilo *self-service*.

A agenda<sup>42</sup> da Universal oferece os seguintes serviços a cada dia da semana: Domingo – reunião do “encontro com Deus”; Segunda – Reunião da Nação dos 318, palestra motivacional para o sucesso financeiro; Terça – Corrente dos 70, reunião para cura e libertação; Quarta – A Escola da Fé Inteligente; Quinta – Terapia do Amor; Sexta – Sessão do Descarrego; Sábado – Jejum das Causas Impossíveis. Além de ter estas reuniões para atender às necessidades dos fiéis diariamente, há locais com até sete cultos por dia. Na agenda da Catedral de Porto Alegre, por exemplo, há entre quatro e sete reuniões por dia, que funcionam como uma linha de produção da igreja.

Durante as programações nos meios de comunicações, os pastores

---

<sup>42</sup> AGENDA. Universal. Disponível em: < <https://www.universal.org/siteagenda/>>. Acesso em 22 abr. 2020.

perguntam basicamente qual é o problema pelo qual a pessoa está passando e oferece seu leque de “soluções”: basta ir ao “mercado” da Universal e tomar posse pela fé.

A centralização no indivíduo, considerando os “produtos e serviços” religiosos ofertados num amplo pluralismo e na concorrência do mercado religioso, constitui uma verdadeira concepção do self. Considerando o serviço religioso à la carte, inclusive dentro de uma mesma denominação ou vertente religiosa, a ideia do “faça você mesmo” ou “sirva com aquilo que você quer” (self-service) domine o panorama (PAEGLE 2008, p. 90).

Neste sentido, a Universal tem se aprimorado em oferecer produtos e serviços religiosos para todos os perfis de clientes. Quase tudo é marketing na Universal. Os apresentadores dos programas em geral são homens de meia idade, representando muito vigor, bem apresentados, com discurso forte que busca transmitir a ideia de que eles têm a solução para os problemas do expectador. Um dos slogans usados pela universal é “Pare de Sofrer”.

#### **5.4.7 O Dualismo Platônico na retórica do bispo Macedo e da Igreja**

Expressões que consideramos como de determinismo autoritário, irresoluto e inegociável apareceram vinte vezes no discurso religioso de Macedo durante as *lives*. “Tomei a decisão sozinho. Eu disse para Deus: ‘Ou é ou não é. Ou tudo ou nada’”. (TAVOLARO; LEMOS, 2007 p. 85). Quem já ouviu palestras do Bispo Macedo está acostumado a certos cacoetes, como as repetidas frases “Sim ou não, pessoal?”, “Estou certo ou estou errado?”, “É tudo ou nada! Ou você é de Deus ou você é do Diabo! Ou você é um vencedor, ou você é um derrotado”. O cristianismo, em geral, concebe esta dicotomia no dualismo entre o bem e o mal, Deus e o Diabo. Porém Macedo leva esta luta dual ao extremo. Suas palestras levam a pessoa a ter duas opções apenas; concordar com ele ou discordar, enquanto todo esforço argumentativo e mesmo através de vídeos dirigem a tomada de decisão para aquilo que ele quer. Oliveira Júnior também destaca este dualismo nas seguintes palavras: “Jesus Cristo é o Senhor, anuncia cada templo da IURD mundo afora, Deus versus diabo são uma constante”. (OLIVERIA JUNIOR, 2014, p. 85). Embora a proposta de Platão se refira ao mundo (divino) das ideias versus o mundo (humano) temporal, esta compreensão binária deu grande contribuição para o desenvolvimento do dualismo no cristianismo. O objetivo não é deter-se neste assunto, porém se faz



necessário justificar a análise deste quesito na estratégia discursiva de Macedo. Sobre o dualismo platônico, Rubio postula que:

As coisas pertencem ao mundo sensível, caracterizado como mutável, temporal, caduco, descambando facilmente para o ilusório. Já as ideias pertencem a um outro mundo, o da realidade divina, eterna e imutável. A verdadeira realidade encontra-se unicamente além das aparências sensíveis, no mundo das ideias. As coisas do mundo material não passam de cópias muito imperfeitas deste mundo real. (...) Os dois mundos estão presentes no homem: na alma (mundo das ideias) e no corpo (mundo das coisas). O corpo, como coisa que é, participa imperfeitamente de uma ideia, enquanto que a alma pertence ao mundo eterno e divino das ideias (RUBIO, 2006, p. 77).

O movimento carismático e o neopentecostalismo encaram o dualismo como essencial na história humana e, também, da igreja, fazendo prevalecer uma visão escatológica do fim do mundo, com a suposição de que haverá um confronto final na “guerra do Armagedon<sup>43</sup>”, entre Cristo e seus seguidores contra o Anticristo e seus seguidores.

Essas construções do dualismo cristão adotadas ou desenvolvidas por pastores e organizações são diferentes entre si em crença, intensidade e prática. Eu estive em palestras durante uma semana na “Christ Embassy<sup>44</sup>”, liderada pelo Pastor Chris Oyakilome, na África do sul em 2014. Chris é um fenômeno na África como um todo, porém, na África do Sul, ele está sendo chamado de “Madiba”, uma associação a Nelson Mandela e o carinho que o povo tem pelo líder já falecido. Pastor Chris tem mais de 13 milhões de fiéis em suas igrejas. É possível ir caminhado de um prédio onde cabem 4 mil pessoas para outro onde cabem 6 mil pessoas. Há muitos templos da Christ Embassy na África. A reunião começou as 16h e as 4 mil pessoas não se mexiam. Às 21 horas pastor Chris entrou vestindo terno branco, protegido por quatro seguranças, impôs as mãos sobre os doentes que já haviam sido organizados em filas segundo suas doenças, devidamente identificadas em um crachá. As pessoas tocadas por ele caíam ao chão e depois levantavam pulando de alegria e dizendo-se curadas. A multidão vibrava como em

<sup>43</sup> O que é a batalha do Armagedom? JW.ORG. Disponível em:<<https://www.jw.org/pt/ensinos-biblicos/perguntas/batalha-do-armagedom/>>. Acesso em: 23 abr. 2020

<sup>44</sup> Christ Embassy ou embaixada cristã é uma grande denominação evangélica oriunda da Nigéria, mas já está em todos os continentes. Wikipedia contributors, 'Christ Embassy', Wikipedia, The Free Encyclopedia, 7 April 2020, 13:10 UTC, [https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Christ\\_Embassy&oldid=949603394](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Christ_Embassy&oldid=949603394) Acesso em: 23 Abril 2020.

um grande show musical ou evento esportivo. Muitos testemunhos<sup>45</sup> são divulgados em que pessoas afirmam terem sido curadas de HIV, câncer, paralisias, entre outros. Porém, o que me faz lembrar e falar deste caso é o discurso do Pastor Chris, muito associado ao de Platão no que diz respeito à concepção de a realidade ser o que advém do divino e não o que vemos e percebemos, separando um mundo das ideias e um mundo das coisas. Pastor Chris escreveu um livro chamado *Rhapsody Of Realities* (2010), que, segundo o site Nairaland da Nigéria, já está traduzido em 660 idiomas e, depois da bíblia, é o livro mais traduzido do mundo. “Rhapsody Of Realities” também se tornou um devocional diário. O nome do livro e da série de devotionais representam o pensamento e o modo de crer do pastor Chris. A ideia central é que a realidade não é a doença que a pessoa tem, mas, sim, a saúde espiritual, então ela precisa trazer a saúde do espírito para o corpo pela fé e precisa negar em oração aquela doença. O seja, a pessoa não pode acreditar que a realidade é a doença, mas, sim, que a realidade é a cura. Esta mesma lógica é transferida para a prosperidade. A pessoa não deve acreditar na miséria e pobreza que está vendo ao redor, mas, sim, acreditar que é rico e trazer do mundo espiritual para o natural a riqueza. Esta ideia está presente em Macedo e R.R. Soares e fundamenta a teologia da prosperidade.

O dualismo desenvolvido por Macedo, recebido e reverberado por todos os seus pastores e obreiros é bastante amplo, contundente e peculiar. Silva (2017) concorda que há muitos tipos de dualismos:

O dualismo é entendido como sendo o pensamento através do qual se concebe a coexistência de dois princípios antagônicos. Tal coexistência pode ser pacífica, ou de constante luta entre tais princípios, atribuindo-se em alguns casos superioridade a um deles. Existe uma variada gama de concepções dualistas como, por exemplo: “espírito e matéria, alma e corpo, razão e sentidos, liberdade e paixões” entre outros (SILVA, 2017, p.888).

É relevante frisar neste trabalho a coexistência entre dois princípios antagônicos postos em constante luta para que vença aquele a quem Macedo atribui superioridade. Conforme Rubio (2006, p. 80), “na dinâmica própria deste dualismo moderado, a acentuação do valor do primeiro polo da relação leva consigo a correspondente depreciação do segundo”. Os ouvintes de Macedo se acostumam

---

<sup>45</sup> Testemunho de cura auditiva através do Pastor Chris. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cp2kh-zktVs>. Acesso em: 23 abr. 2020.

a estarem sempre relacionando duas coisas em suas mentes e cedo sabem qual das ideias binárias devem adotar. Ficar em cima do muro não existe para Macedo e nem para seus seguidores fiéis. Em entrevista ao *Conexão Repórter* (2015) do SBT, com apresentação e direção de Roberto Cabrini, Macedo comentou sua declaração dualista “dá ou desce”, dizendo que esta frase representa o que ele pensa, o que ele é, segundo ele, “Não existe meio termo, é sim ou não, é tudo ou nada”.

Procurei justificar neste subtítulo sobre o dualismo o motivo de levar em conta para este estudo de caso a filosofia e prática dualista do Bispo Macedo.

#### **5.4.8 A contribuição da música nas *lives* do Bispo Macedo**

Entre os dispositivos de composição, a música foi usada 21 vezes entre as *lives* analisadas do Bispo. Em praticamente todos os vídeos da Universal há algum tipo de música. A exceção é quando Macedo está fora de casa ou dos estúdios. Os vídeos começam com uma música instrumental melancólica, ilustradas por imagens de água, rios, cachoeiras e mar. Durante o vídeo, uma ou duas pausas são dadas na preleção para rodar uma música com temas de fé e confiança em Deus. O objetivo deste subcapítulo é pensar a música como uma estratégia do discurso religioso e como Macedo utiliza este recurso.

O impacto da música na alma humana é amplamente divulgado e, ao mesmo tempo, ainda um tema que justifica a pesquisa. Muitos estudos recentes focam o impacto da música no cérebro a partir de um ponto de vista da neurociência. Entre eles, citamos “A música por uma óptica neurocientífica”, de Viviane Cristina da Rocha e Paulo Sérgio Boggio (2013), que faz uma revisão em periódicos internacionais, buscando entender o impacto da música no comportamento do cérebro humano e o que esses estudos têm descoberto sobre “a percepção auditiva, a relação entre música e movimento, a relação entre música e memória, estudos com música e linguagem, além daqueles acerca das emoções evocadas por música.” (ROCHA; BOGGIO, 2013, p. 132). As emoções evocadas por músicas são estudadas desde Platão. “Na Antiguidade, a música possuía uma função catártica, de purificação. Colocava o corpo em equilíbrio, harmonizando-o com a ordem cósmica, preparando-o para a aparição do divino”. (COSTA E SILVA, 2016, online). Não apenas na antiguidade, mas hoje ainda se usa, e muito, a música com a função

catártica e preparando para a aparição do divino. Em praticamente todos os cultos, missas, sessões espíritas, reuniões religiosas em geral, há música. Como sou pastor e vivo dentro do sistema religioso evangélico, posso falar como funcionam as reuniões de que participo. O momento musical precede a palestra e, geralmente, o músico anuncia para o público que aquele período, de louvor e adoração, serve para conectar a pessoa com Deus e prepará-la para a hora da “Palavra” (discurso religioso). É explícito o conceito de que a música deve exercer a função catártica, trazendo alegria, choro, emoção, sensação de conexão com o divino, paz, alívio, entre outros, deixando a pessoa receptiva (muitas vezes acriticamente) para o discurso do palestrante. Assim, considera-se, nos cultos evangélicos, que um bom “ministro de louvor” (cantor) é aquele que consegue gerar mais catarse. Quando isso não acontece, questionamentos são levantados e costumam surgir comentários, como “o ambiente estava pesado hoje” ou “o ministro de louvor deve estar em pecado” ou, ainda, “o povo estava desconcentrado hoje”. Trago essa experiência apenas para ponderar que o conceito platônico e aristotélico de catarse ainda é atual no meio religioso. A falar sobre o poder da música sobre o ser humano, Platão era objetivo quanto ao tipo de música. Assim como avaliava outras artes, avaliava a música que, em sua visão, poderia ser boa ou má e trazer resultados bons ou maus. Platão censurava os ritmos e músicas que “amoleciam a alma” e incentivava as que inspiravam coragem, pois “a cada modo musical atribuía-se um *éthos*, um caráter específico que o ouvinte associava de imediato a um significado psíquico, que poderia infundir ânimo e potencializar virtudes do corpo e do espírito”. (COSTA E SILVA, 2016, online).

Semelhantemente a Platão, que estava preocupado com a construção da *polis* e selecionava o tipo de música adequada, o Bispo Macedo, preocupado com sua “*polis*” IURD, seleciona os tipos de músicas que serão usadas na igreja. Macedo tem preferência por músicas que expressem sua filosofia de um cristianismo ativo, corajoso, desbravador, vencedor, por isso, não gosta muito de músicas melosas, melancólicas e nem muito barulhentas, prefere músicas que expressem fé para vencer e enfrentar desafios. Segundo Rocha e Boggio (2013, p. 137), a relação emoção com os sinais acústicos são:

Raiva. Andamento rápido, alta intensidade, frequência fundamental alta, alta variação de frequência; Medo. Andamento rápido, baixa intensidade, frequência fundamental alta, baixa variação de frequência; Alegria.

Andamento rápido, intensidade entre média e alta, frequência fundamental alta, alta variação de frequência; Tristeza. Andamento lento, baixa intensidade, frequência fundamental baixa, baixa variação de frequência; Ternura. Andamento lento, baixa intensidade, frequência fundamental baixa, baixa variação de frequência<sup>46</sup>.

A emoção mais aproximada desta tabela que Macedo quer despertar é a “ternura”. No início dos vídeos, junto à música instrumental, as imagens de natureza em harmonia, água caindo de cachoeiras, querem despertar ternura em torno da imagem do “Criador”.

O Bispo tem uma coletânea musical intitulada *As Canções Preferidas Do Bispo Macedo*, já no sétimo volume. São, grande parte delas, músicas com vocal masculino. Dificilmente uma mulher tem a liberdade de palestrar ou cantar na IURD. Assim como na igreja católica, no islamismo, no judaísmo e em muitas igrejas evangélicas históricas, a igreja Universal tem dificuldades em reconhecer o ministério feminino. Geralmente, um cantor e tecladista acompanha o pastor todo o tempo e deve estar sempre pronto para tocar a música que o pastor pedir. Nesta mesma direção, a liderança eclesiástica da igreja evangélica de que faço parte tem desestimulado o uso de músicas distantes da nossa filosofia de trabalho e selecionado aquelas que melhor se encaixam nos dogmas da igreja. Trago essa experiência para frisar a atualidade deste tema sobre as influências da música no discurso religioso.

A música sempre tem duas possibilidades, ser extradiegetica (quando aproveita um “miot” conhecido e os sentidos já produzidos) ou intradiegetica (quando é produzido para aquele fim específico). A música exerce um grande poder de mobilização e de consolidação de um “sentido”. Talvez, assim como entendemos a função da música em um romance ou filme, da mesma forma seja entendida pelos religiosos nos rituais de relacionamento com Deus. Talvez possamos associar essa relação à frase de John Blacking (1973, p. 103), aplicando-a também no amor ao divino: “The hard task is to love, and music is a skill that prepares man for this most difficult task”, cuja tradução livre poderia ser “A tarefa mais difícil é amar, e música é uma ferramenta que prepara o homem para esta tarefa tão difícil”. Blacking expressa que a música “prepara” para amar. É nesse sentido que Costa e Silva (2016) expressa a ideia de a música “preparar” para o divino, enquanto os ministros

---

<sup>46</sup> Sinais acústicos de emoção na fala e na música vocal e instrumental.

de louvor na atualidade falam em entoar músicas a fim de “preparar” o povo para a ministração da palavra (discurso religioso). Considero importante trazer estas breves informações para justificar minha análise relacionada ao uso de músicas nas *lives* do Bispo Macedo.

#### **5.4.9 A teologia da prosperidade no discurso do Bispo Macedo**

Entre as *lives* analisadas, citações envolvendo a teologia da prosperidade acontecem dezoito vezes. Algumas características apontadas como responsáveis pelo crescimento das igrejas neopentecostais por Ricardo Mariano são: a concentração de poder eclesiástico, centralização da administração, o levantamento de recursos financeiros e modelo de gestão em moldes empresariais (MARIANO, 2008, p. 72). O levantamento de recursos financeiros se deve, em grande parte, à adoção da Teologia da Prosperidade. Esta crença teológica prega que Deus deseja a bênção financeira sobre seus filhos através da fé, o empoderamento pessoal, a felicidade do seu povo, a vitória sobre a pobreza e sobre as doenças. Porém, essas bênçãos estariam ligadas ao dízimo. Interpretações de vários textos bíblicos que tratam de assuntos relacionados a finanças levaram a este posicionamento teológico. Entre alguns textos podemos citar:

Eu, o SENHOR Todo-Poderoso, ordeno que tragam todos os seus dízimos aos depósitos do Templo, para que haja bastante comida na minha casa. Ponham-me à prova e verão que eu abrirei as janelas do céu e farei cair sobre vocês as mais ricas bênçãos. Não deixarei que os gafanhotos destruam as suas plantações, e as suas parreiras darão muitas uvas. Todos os povos dirão que vocês são felizes, pois vocês vivem numa terra boa e rica. Eu, o SENHOR Todo-Poderoso, estou falando (BÍBLIA, Malaquias 3, 10-12, NTLH).

O evangelho da prosperidade ou a teologia da prosperidade foi difundida nos Estados Unidos a partir dos anos 1950 por pregadores como Oral Roberts, T. L. Osborn e Kenneth Hagin, televangelistas do movimento carismático e fundadores de megaigrejas, chegando ao Brasil através de missionários americanos (MARIANO, 2003).

Se a doutrina da teologia da prosperidade é importante ao neopentecostalismo, é ainda mais cara ao Bispo Macedo. É de conhecimento geral as insinuações de que a Igreja Universal fomenta a arrecadação financeira de maneira agressiva. Quem viveu na década de 90 lembra com clareza a

reportagem<sup>47</sup> do Jornal Nacional, da Rede Globo, apresentando um vídeo em que Macedo dá um discurso aos pastores durante o intervalo de um jogo de futebol, ensinando como fazer para arrecadar mais dinheiro dos fiéis. Várias polêmicas se seguiram envolvendo a área financeira. As últimas estratégias mais agressivas da Universal em levantar recursos financeiros relacionam-se com a fogueira santa. Ela já foi chamada de Fogueira Santa de Israel, porém no início deste ano (2020), ela aconteceu no Monte Sinai, na Arábia Saudita. Ao falar sobre a teologia da prosperidade na Igreja Universal, Mariano diz:

A Teologia da Prosperidade, que promete prosperidade, felicidade e vitória terrenas, é o carro-chefe da estratégia arrecadadora da Universal, a denominação pentecostal mais eficiente na coleta de recursos financeiros no Brasil. (MARIANO, 2008, p. 75).

O autor também cita pesquisas indicando que os adeptos da Universal doam mais dinheiro do que os demais evangélicos. A arrecadação astronômica alimenta estratégias midiáticas de maneira agressiva, que, por sua vez, atraem mais pessoas que doam mais dinheiro, fechando o sistema de retroalimentação. Mariano (2008, p. 76) cita que cerca de 50% das pessoas que vão à Universal o fazem por influência da mídia, isto é, essas pessoas não vão à igreja por convite de familiares ou amigos, algo bastante comum nas demais igrejas.

A teologia da prosperidade é claramente percebida nas argumentações de divulgação e convite para a ‘fogueira santa’ através do site *Universal.org* (2016, online):

A Fogueira Santa do Monte Sinai surgiu para aqueles que creem que nada é impossível; que creem nas promessas de Deus e por isso lutam para serem vencedores neste mundo. A Universal realiza esse propósito especial com o objetivo de fazer as pessoas terem uma transformação em todas as áreas da vida. Após reunirem os pedidos, feitos pelo povo, bispos e pastores do mundo todo os levam ao Monte Sinai – um lugar sagrado, onde Deus manifestou o Seu poder na vida do povo de Israel. Então, os pedidos são queimados – daí o nome de Fogueira Santa – e apresentados a Deus. E assim como no passado Israel alcançou as suas grandes maravilhas, o mesmo tem ocorrido nos dias atuais na vida de todos os que creem, por meio da Fogueira Santa. Esse propósito de fé não se trata de uma mudança ou uma melhora de vida apenas, mas de uma transformação radical em todos os sentidos. Isso porque a pessoa pode chegar aonde jamais imaginou e alcançar a tão esperada realização dos

---

<sup>47</sup> Essa reportagem está disponível no YOUTUBE. Reportagem 51 Jornal Nacional Edir Macedo 1995. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TfbP5IJW5GQ>>. Acesso em: 24 abr. 2020.

sonhos por meio da fé, determinação e sacrifício. Durante o período da campanha, quem participa concretiza a fé, aplicando toda a força em oferecer a Deus um excelente sacrifício – tanto espiritual como material –, para que, da mesma forma, haja a manifestação das promessas Divinas em sua vida. Assim como alguém se sacrifica para ser um profissional bem-sucedido, quem almeja fazer a diferença em todas as áreas da vida também deve se sacrificar. A Fogueira Santa do Monte Sinai é para as pessoas dispostas a fazer o verdadeiro sacrifício, entregando a Deus a vida por inteiro. É uma troca. Deus nos dá a Sua plenitude e nós O entregamos tudo o que somos. Em outras palavras, somos o próprio sacrifício.

Percebem-se muitos elementos ligados à teologia da prosperidade neste comunicado, como a frase “é uma troca”, indicando a necessidade de dar valores que sejam verdadeiros sacrifícios a fim de receber bênçãos relacionadas a esses sacrifícios. Entre as bênçãos estão algumas promessas, por exemplo, a de transformação completa e radical, de ser vencedor neste mundo, de alcançar grandes maravilhas, de chegar aonde jamais se imaginou, de realizar os sonhos, de receber a plenitude de Deus, de ter o cumprimento das promessas de Deus. Essas são algumas expressões inseridas no texto convite de participação para a “fogueira santa”, indicando a adesão da IURD à teologia da prosperidade e o impacto desse ritual no sistema “iurdiano”.

O objetivo deste subcapítulo não é aprofundar neste tema, mas justificar o porquê de levar em conta a “teologia da prosperidade” neste estudo de caso. A Teologia da Prosperidade vem atrelada ao conceito de sucesso atual e capitalista que, logicamente, envolve números. Se um personagem tem muitas visualizações; se um artista vende muito de seu produto; se um pastor tem muitos seguidores; se um político tem muitos votos, eles têm sucesso. Neste sentido, quem quiser ter sucesso precisa aprender a lidar com as massas. Martín-Barbero (1997), ao falar sobre a cultura popular e a cultura de massa, cita o surgimento do folhetim e sua migração para o cinema da seguinte maneira: “Por meio do folhetim o cinema recebe por herança o melodrama, e o reinventa, ou seja: transforma-o novamente no grande espetáculo popular que mobiliza as grandes massas, estimulando a mais forte participação do espectador. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 200). A mobilização de grandes massas e a participação do espectador em um grande espetáculo popular é apontado pelo autor como uma provável causa do sucesso do cinema. Porém, estas características de mobilização de massas migraram também para o religioso. Os cultos e celebrações são verdadeiros espetáculos com artistas gospel e preletores estrelas. Há vários estudos que discorrem sobre eventos



religiosos contemporâneos serem fenômenos comunicacionais espetaculares modernos. Tendo como pano de fundo o conceito de sociedade do espetáculo advindo de *A sociedade do Espetáculo* (1967), de Guy Debord, estes estudos apontam que a sobrevivência ou crescimento de ramos religiosos dentro desta sociedade precisam se reformular e se reinventar “segundo as regras próprias do espetáculo (show business) e da indústria do entretenimento”. (PATRIOTA, 2008, p. 8). Ao desenvolver este estudo de caso procurando entender algumas razões do crescimento fenomenal da Igreja Universal e da liderança de Macedo, quem sabe, de maneira indireta, estamos desvendando um pouco a habilidade do Bispo em manipular as massas através dessas estratégias discursivas, em promessas, imagens simbólicas, música, testemunhos, através de um discurso autoritário, da manipulação da emoção, da venda da imagem de sucesso.

## 5.5 Análise das postagens

Como já citado anteriormente, a análise reúne elementos quantitativos e qualitativos de maneira mista. Sendo assim, tanto há um destaque de números em um momento e, em outros, a exploração interpretativa dos itens elencados, sem uma separação didática no corpo do texto. Analisarei as dez primeiras *lives* do ano de 2020, entre as quais acontece a fogueira santa do Monte Sinai, ritual que é o mais importante da liturgia da Igreja Universal do Reino de Deus. Esta amostra de dez *lives* parece ser pequena, porém ela representa décadas de vídeos e programas de televisão no mesmo estilo, envolvendo os mesmos objetos estudados neste trabalho, que precisa ser limitado.

### 5.5.1 Postagem 1 - *Live*<sup>48</sup> do Bispo Macedo no dia 01 de janeiro de 2020, das 12h às 13h

A *live* começa com uma introdução tradicional, já usada há muitos anos, mostrando crianças pedindo esmolas nas ruas, adolescentes no tráfico de drogas, guerras e fome. Com música emotiva de fundo, ilustrada por imagens de natureza, apresenta a universal como solução, culminando com imagens aéreas do Templo

---

48 Disponível em: < <https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/647964079274304/> > acesso em: 12 mai. 2020.

de Salomão em São Paulo. Após essa introdução, surge o Bispo Macedo ao vivo, trazendo um versículo bíblico que sugere que a pessoa não apenas seria abençoada como se tornaria a própria bênção para outras pessoas. Usando o texto da bíblia de Isaías 14, 24, Macedo diz que as coisas acontecerão conforme for determinado, trazendo a teologia da prosperidade para dialogar com o texto bíblico e com os seguidores. Logo em seguida, traz o testemunho de uma *personal trainer*, E. A. B., de 39 anos, uma mulher que se apresenta bem vestida e maquiada, informando que tem curso de pós-graduação. Ela se mostra a típica imagem de classe média alta que a Universal quer passar a fim de melhorar sua imagem, já que o pentecostalismo está bastante ligado às classes menos favorecidas e às periferias urbanas. E. A. B. fala em seu testemunho a respeito de sua infância difícil e do desenvolvimento de depressão. Após voltar de uma balada e estar muito deprimida, liga a televisão e vê o pastor da Universal descrevendo seus problemas e convidando para os cultos. Trocou os psicólogos e os psiquiatras pelo culto e não precisou mais de remédios. Diz que mudou tudo em sua vida. E. A. B. diz que participou das ofertas e dos votos da fogueira santa. Ela se emociona ao final e diz que teve uma experiência catártica com o Espírito Santo e se preocupa mais com as almas das pessoas do que com o corpo delas, em detrimento de sua profissão.

Após o testemunho de E. A. B., é colocada a música “Frutos de justiça”, de Sergio Correa. Uma música suave, com a letra na tela e imagens de natureza. No meio da música são colocadas duas fotos da mesma pessoa com as palavras “antes” e “depois”. As fotos com a inscrição “antes” trazem pessoas que se declaram homossexuais ou com o estereótipo de homossexuais, com aparência desleixada, colocando-se como rebeldes, bêbadas, fantasiadas para o carnaval; enquanto as fotos com a inscrição “depois” são as pessoas na igreja, cabelos bem cortados, bem vestidas e rostos felizes. Esse dualismo fotográfico que mostra a moral religiosa da IURD é uma maneira de apresentar um número maior de testemunhos em menos tempo, ainda que seja apenas com as imagens.

Em seguida à música, outro testemunho, agora de uma ex-garota de programa, A. M. S., de 26 anos. Ela fala da infância e disse ter sofrido abusos sexuais, quando sua mãe não a teria protegido. Diz ter crescido com raiva dos pais e de Deus por seus sofrimentos. Envolveu-se com prostituição e com drogas. Diz ter clamado por Deus dentro do quarto de um hotel enquanto fazia um programa, momento em que foi fisicamente agredida pelo cliente. Logo após, foi convidada

para entrar na igreja Universal, no Templo de Salomão. Lá, sentiu que o Bispo Macedo estava falando com ela para a mudança de sua vida. Ela entrou para a igreja, fez um sacrifício na fogueira santa e se sentiu transformada. Neste dia (01 de janeiro de 2020), faltavam oito dias para a fogueira santa do Monte Sinai. Aparentemente os testemunhos são escolhidos para convencer as pessoas a fazerem sacrifícios financeiros na fogueira santa.

Após o testemunho de A. M. S., é alinhada uma propaganda da Universal que mostra que o único lugar para se ter vitórias e ser feliz é no altar, mostrando o altar do Templo de Salomão, em uma analogia à fogueira santa e à necessidade de sacrificar no altar para ter estes resultados.

Em seguida, outro testemunho, A. P. P., de 42 anos, professora, desenvolve sua narrativa na direção da marca Universal. Seu testemunho faz parte de outra estratégia de marketing da Igreja para melhorar sua imagem frente à classe média, chamada de “fake news”. A. P. P. diz que tinha muito preconceito com a igreja por ter acreditado que líderes da Universal se aproveitavam da fé das pessoas, não conseguia ouvir a voz do Bispo Macedo. A. P. P. diz ter dado ouvidos às “fake news” sobre a igreja. Nesta estratégia de marketing, as pessoas dizem terem sido amplamente afetadas pela antiga visão que o povo tinha da igreja Universal, mas ao irem à igreja, viram que estas informações não eram verdadeiras. A. P. P. também cita problemas com depressão. Após anos de tratamento para depressão sem sentir resultados, decidiu ir à igreja Universal em Brasília, motivada pelos testemunhos que viu na televisão. A. P. P. diz que todo o preconceito com a igreja desapareceu, seu casamento melhorou, as dores físicas e a depressão foram embora também.

Após o testemunho de A. P. P., Macedo desafia as pessoas que estão “no fundo do poço”, sofrendo, a irem a uma igreja Universal que está aberta de segunda a segunda, de janeiro a janeiro, inclusive nos feirados. Em seguida, uma música toca e ele faz uma oração.

### **5.5.2 Postagem 2 - Live<sup>49</sup> do dia 02 de janeiro de 2020**

Esta *live*, que começa com a imagem do Templo de Salomão, foi feita numa

---

<sup>49</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/460355694909608/>. Acesso em 12 mai. 2020.

reunião de pastores e, por isso, foge dos padrões das demais *lives*.

O Bispo usa um texto do Evangelho de Mateus 10, 22, “você serão odiados por todos por causa do meu nome”. Macedo sempre relacionou a aversão da sociedade à Universal com este versículo. Porém, a rejeição ao Bispo e sua igreja tem muito mais a ver com o episódio dos chutes à santa e à maneira como arrecadam dinheiro, conforme já explicado neste trabalho. O discurso de Macedo traz a narrativa de que todos os que o odeiam são do Diabo e os que o amam são de Deus, conforme sua visão dualista. O bispo faz um resumo de sua história, sua luta, suas conquistas desde seu começo e cita os filmes *Nada a Perder*, fazendo autopropaganda. Ainda na linha do dualismo, Macedo afirma que os pastores devem ser provados e aprovados, se não, serão cuspidos fora e que devem seguir uma fé sobrenatural e não a fé natural.

### **5.5.3 Postagem 3 - *Live*<sup>50</sup> do dia 03 de janeiro de 2020**

Após aquela mesma introdução, já aqui abordada, Macedo inicia falando sobre “vida em abundância”, descrita no evangelho de João 10, 10. Seguindo a lógica da teologia da prosperidade, traça uma narrativa de vitórias do povo de Israel com seu líder Moisés, aludindo a possibilidade de os seguidores terem vida abundante pela fé, também. Após a música, vem o testemunho de uma lutadora de boxe profissional, E. J., de 26 anos. E. J. era usuária de drogas e foi para a igreja para tentar vencer o vício. Na igreja, ela conheceu um projeto social chamado “força jovem universal”, onde ela começou a treinar boxe e veio a se profissionalizar. Após o testemunho de E. J., segue-se o testemunho de F. A., de 24 anos, ex-presidiário, falando de sua infância, das brigas dos pais, de seu envolvimento com drogas, assalto e prisão. Deprimido, ouviu na prisão a mensagem do Bispo Macedo na rádio da Universal e, ainda lá, recebeu os obreiros da igreja. Após egressar do sistema carcerário continuou na igreja. Novamente foram mostradas fotos de várias pessoas de antes e depois durante a música. Trechos de produções de novelas da rede Record foram usadas para vender a ideia de reconstruir a vida em 2020. Na estratégia de projetar a marca, foram apresentadas inaugurações de igrejas em

---

<sup>50</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/2773039989430084/>. Acesso em: 12 mai. 2020.

2019, como a catedral de Palmas, Tocantins. Além disso, foi apresentado o projeto de construção de uma megaestrutura em Brasília no estilo modernos das construções daquela cidade. Após vídeo de divulgação, Macedo comenta que tudo isto é resultado dos dízimos e das fogueiras santas. Em seguida, mais um testemunho, M. O., de 51 anos, frequentava “casa dos encostos”, religião de matriz africana, antes de se converter à IURD.

#### **5.5.4 Postagem 4 - *Live*<sup>51</sup> do dia 04 de janeiro de 2020**

Nesta transmissão, Macedo aparece ao lado de sua esposa Ester. Ela começa falando sobre a fé para o novo ano. O bispo divulga por duas vezes um vídeo alertando sobre a malícia e os falatórios. Naquele período, havia várias abordagens tentando blindar a igreja em relação a ataques difamatórios e assédio aos pastores, já que o bispo Romualdo Panceiro, aquele que era cotado para ser substituto de Macedo, saiu da igreja e se tornou uma ameaça à estrutura Universal. No seguimento da *live*, C. R., de 37 anos, empresário, relata em seu testemunho que frequentava religiões de matrizes africanas, era violento, agredia a esposa e estava em depressão, até ir à igreja Universal e participar da sessão do descarrego e se libertar dos encostos. Diz ter prosperado após participar da fogueira santa, representando o “ethos” da Universal em quase todos os itens analisados neste estudo. A seguir, mais uma música com imagens de pessoas para a comparação entre antes e depois de irem à igreja Universal. Após considerações finais do Bispo, sua esposa Ester faz uma oração com música de fundo e imagens de natureza.

#### **5.5.5 Postagem 5 - Postagem<sup>52</sup> do dia 05 de janeiro de 2020**

Neste dia, que foi domingo, Macedo não fez *live*, porém foi postado um vídeo de promoção da igreja resumindo seus feitos em 2019. O vídeo vai na linha de fortalecer a marca Universal e demonstrar poder. Entre seu conteúdo, está a visita do presidente Jair Bolsonaro ao Templo de Salomão e a oração do Bispo Macedo pelo Presidente e pelo Brasil. Vale lembrar que a Universal é militante política,

---

<sup>51</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/565276010720405/>>. Acesso em: 13 mai. 2020

<sup>52</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/1012360409129659/>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

apoiou a campanha de Bolsonaro e é alinhada a um partido político, os Republicanos. Os filhos do Presidente, o Senador Flávio e o Vereador Carlos, se filiaram ao partido, no qual o prefeito do Rio de Janeiro, Marcelo Crivella, que também é sobrinho de Macedo e bispo da Universal licenciado, é filiado. O vídeo traz também a estreia no cinema do filme *Nada a Perder 2* (Alexandre Avancini, 2019) e suas repercussões positivas. Além disso, o vídeo traz os resultados do trabalho de vários braços da igreja Universal nas áreas sociais.

### **5.5.6 Postagem 6 - Live<sup>53</sup> do dia 06 de janeiro de 2020**

Segunda-feira, início da Semana da Fogueira Santa do Monte Sinai na Arábia Saudita. O Bispo começa a transmissão dizendo que esta vai ser a melhor semana da vida do seguidor. Em seguida, chama o testemunho de S. G., empresária de 32 anos. O testemunho foi editado com dramatizações e bem valorizado pelo Bispo. S. G. fala de seus problemas de infância, problemas no casamento e depressão pós-parto. Convidada para participar da igreja, entendeu, segundo a teologia neopentecostal, que o culpado de seus problemas era o diabo. Também cita o fato de ter frequentado religiões de matrizes africanas. Agora, na Universal, é motivada a entrar em guerra espiritual, conforme a teologia neopentecostal ensina, e diz ter transformado sua vida. Em seguida, Macedo comenta a vitória que S. G. teve através da fé e motiva a todos para fazerem o mesmo. Macedo chama outro testemunho, M. F., de 21 anos, que se coloca como ex-trafficante e fala de rejeição na infância, roubo de cargas, assassinatos, envolvimento com venda de drogas no Rio de Janeiro e de seu julgamento no tribunal do tráfico que quase o levou à morte. Através de um convite de um amigo que havia saído do mundo do crime, foi para a Universal. Entrou em guerra espiritual, fez alguns propósitos na fogueira santa e saiu do “fundo do poço”, tornou-se “vitorioso”. Estes extremos (dualismo, maniqueísmo) são usados em quase todos os testemunhos. Após esse testemunho, surge uma música suave com temática envolvendo a cura de Deus na alma humana. Após a música, uma chamada de vídeo para a oração que será realizada diretamente do Monte Sinai pelo Bispo Macedo na quarta-feira seguinte (08/01/2020). Na sequência, mais um testemunho. Agora, C. N. A., empresário de

---

<sup>53</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/580603259459973/>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

47 anos, diz que foi para a igreja quebrado financeiramente. Diz ter participado da fogueira santa e sua vida profissional e financeira teria melhorado muito. Nestes testemunhos de empresários que “prosperaram” após participarem da fogueira santa, está o discurso religioso de convencimento em relação ao sacrifício financeiro, que o Bispo Macedo evita fazer pessoalmente para evitar polêmicas. Na continuidade da *live*, é postado um vídeo de divulgação das inaugurações de templos pelo Brasil e pelo mundo, valorizando a marca Universal e dando a ideia de que os dízimos e ofertas são bem aplicados. Em seguida, o bispo chama outro testemunho que segue os mesmos moldes e conclui com uma música.

#### **5.5.7 Postagem 7 - *Live*<sup>54</sup> do dia 08 de janeiro de 2020**

No dia 07 de janeiro o Bispo estava se deslocando para a Arábia Saudita e não fez transmissão. Já no dia seguinte, 08-01, fez uma *live* de curta duração na imigração da Arábia Saudita. Abordou a temática “dar”, já que estava levando os pedidos dos fiéis para serem queimados no Monte Sinai em troca de doações na fogueira santa. Este vídeo tem o dobro de visualizações do que os demais, indicando que havia uma expectativa com a subida do Bispo ao monte. O dispositivo de reconhecimento indica que as pessoas estavam acompanhando seu investimento na fogueira santa do Monte Sinai, reconhecendo-se como participantes daquele evento. Na *live*, sob o título “A gente só dá o que tem”, Macedo elogia quem dá e chama de mesquinho e egoísta àqueles que não dão. Esse discurso sugere que aquele que doou para a fogueira santa foi inspirado por Deus e fez o que era certo, enquanto os demais falharam.

#### **5.5.8 Postagem 8 - *Live*<sup>55</sup> do dia 09 de janeiro de 2020**

O bispo continua a temática do dia anterior. Sob o título “Propriedade particular”, ele discursa sobre nossa importância para Deus. Parece ser um discurso leve que exprime a sensação de missão cumprida por ter voltado do Monte Sinai após ter queimado os pedidos do povo. Parece, também, ser um ato de aprovação

---

<sup>54</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/2513410592236242/>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

<sup>55</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/1171685909700852/>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

ao povo que aderiu à fogueira santa.

#### **5.5.9 Postagem 9 - *Live*<sup>56</sup> do dia 10 de janeiro de 2020**

Neste dia, sexta-feira, após voltar da viagem à Arábia Saudita, as postagens voltam a ser “normais”. Isto é, com uma duração média de uma hora, a introdução de um texto bíblico por Macedo e, no seguimento, o chamado a três testemunhos e os comentários do Bispo. Permanecem a música e as imagens de natureza.

#### **5.5.10 Postagem 10 - *Live*<sup>57</sup> do dia 11 de janeiro de 2020**

Macedo retorna com sua esposa Ester na transmissão. Como falado anteriormente, a Universal, assim como várias outras igrejas, incluindo a católica, tem dificuldade em reconhecer mulheres nos postos de alto escalão. Talvez, para tentar atenuar esta problemática, Macedo traz sua esposa para participar de algumas *lives*. O Bispo chama um testemunho no meio do diálogo com sua esposa. C. M. K., 35 anos, enfermeira, descendente de japoneses, veio do budismo, era deprimida e tinha pensamentos suicidas. Este caso foge um pouco dos testemunhos tradicionais, em que as pessoas vinham do catolicismo ou religiões africanas. Nesta postagem, o Bispo publica a gravação de sua pregação e sua oração feita no Monte Sinai, juntamente com doze bispos, no momento da fogueira Santa, ocorrida dois dias antes.

---

<sup>56</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/908236056245291/>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

<sup>57</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/BispoMacedo/videos/1394747820733625/>>. Acesso em: 13 mai. 2020.



## 6 CONCLUSÃO

Em linhas gerais, este estudo de caso confirma o valor da mídia como plataforma do discurso religioso para o Bispo Macedo. Vale lembrar que as imagens e os áudios das *lives* do Bispo Macedo são também utilizados para outras plataformas, como as do Youtube e do Twitter, rádios e programas de televisão. As *lives* do Bispo têm uma regularidade que varia em torno de 70 mil visualizações, 7 mil curtidas e mil comentários cada. Como dito anteriormente, comprova-se a repetição de estratégias, através da repetição dos dispositivos de composição e sedução que, ao resultar em reconhecimento, a partir da cultura da convergência, colabora para a expansão dos processos de midiação da Igreja Universal do Reino de Deus.

Percebe-se um recuo pessoal do Bispo Macedo em falar abertamente sobre doações e sacrifícios para a fogueira santa, deixando este “trabalho financeiro” para os demais pastores e bispos. Além disso, percebe-se uma diminuição do embate que talvez se possa chamar de pessoal contra as religiões de matrizes africanas ou mesmo contra o catolicismo. Minha hipótese é de que a esta altura, aos 75 anos, e com uma grande estrutura bem consolidada, Macedo esteja assumindo um papel “politicamente correto” para colaborar com suas campanhas de marketing de melhoria da imagem da Igreja Universal e atingir as classes média e alta, conforme já abordado neste trabalho.

Confirma-se nas análises das postagens um exacerbado uso de testemunhos que, em alguns vídeos, representaram mais de 50% do tempo de duração. A repetição da imagem do Templo de Salomão, a trilha sonora, o discurso do Bispo Macedo, tudo se constitui uma espécie de liturgia das redes sociais, para a qual os fiéis dizem Amém e colaboram financeiramente. Do mesmo modo como Martín-Barbedo mostra a eficiência desses dispositivos em relação ao leitor de folhetim, pensando o efeito nas massas, busquei mostrar aqui como eles funcionam para a IURD nas *lives* do Bispo Macedo no Facebook. De certa forma, eles não fogem a muitas liturgias religiosas, no que diz respeito à passividade com que são recebidos, bastando aceitar e crer.

É difícil apontar, de maneira precisa, as causas do sucesso de uma organização – pensando o sucesso como a aderência do público e a venda do produto – porém, pode-se levantar hipóteses. Os dispositivos de composição e de

reconhecimento, envolvendo os elementos destacados para o estudo deste caso, como o testemunho, o embate espiritual de libertação, o dualismo e o maniqueísmo, a visão da teologia da prosperidade, o uso da música, podem ser apontados, em seu conjunto, como ferramentas importantes e caras ao Bispo Macedo durante a construção de seu império religioso e midiático. Ao provocar a resposta “sim” com suas interrogações, quando os fiéis curtem, dizem Amém, o Bispo Macedo estende e multiplica sua aparição nas redes sociais. São estratégias pensadas e trabalhadas que parecem dar certo, visto o crescimento da instituição.

Os programas religiosos que mais atraem pessoas às igrejas são os que destacam o poder transformador de Deus na vida dos homens, centrados na exibição de testemunhos de curas, milagres, intervenções e bênçãos divinas de toda espécie. Da mesma forma, o proselitismo eletrônico produz melhores resultados quando procura atrair ouvintes e telespectadores para os templos, locais onde eles efetivamente podem ser persuadidos, por exemplo, de que precisam ser libertos dos poderes demoníacos, de que necessitam ter um encontro com Cristo e de que devem obedecer a Deus e permanecer na igreja como condição para obter bênçãos materiais e assegurar sua salvação (MARIANO, 2008, p. 77).

Mariano parece concordar que o “ethos” Universal, o *modus operandi* do Macedo, aspectos estudados neste trabalho, tem uma grande responsabilidade por seu sucesso. Aliado aos dispositivos de composição e reconhecimento está o agressivo Marketing da Universal, grande responsável pela sua expansão.

A Igreja Universal se constituiu como movimento religioso num contexto de globalização que tornou possível o emprego da propaganda, publicidade e marketing religioso em seu processo de expansão. Essa prática mercadológica repousa no pressuposto que é no ato de consumir individualmente que o ser humano adquire a sua humanização e não na preocupação com os excluídos deste processo. Nesse sentido, a propaganda tende a desempenhar nos sistemas religiosos função semelhante ao sangue no corpo humano, fazendo circular a mensagem do centro às extremidades; daí a ganância em se adquirir espaços na mídia e em se comprarem emissoras de rádio e de televisão (CAMPOS, 1997, p. 244).

Este Marketing aliado ao *modus operandi* religioso da Universal e do Bispo Macedo movimentou o mercado da religião, atraindo novos consumidores, novos fiéis, promovendo, assim, uma espécie de mercantilização do sagrado. Nesta balança de mercado, a Universal tem obtido grande êxito, enquanto a Igreja católica tem diminuído no Brasil. Pode-se dizer que Macedo e seus pastores têm sido muito eficientes em usar a mídia em suas diversas formas, seja na televisão, nas estações de rádio ou nas redes sociais na internet, promovendo eventos com

temáticas segmentadas e buscando atrair pessoas que querem melhorar a vida em família, a vida financeira, a vida emocional. Nesta mesma linha de marketing religioso, porém, apelando para o medo, a Universal divulga uma lista de problemas que ele acredita podem ter como causa a possessão demoníaca. A lista, presente em seu livro *Orixás, Caboclos E Guias: Deuses ou Demônios?*, cita alguns desses sintomas: “Nervosismo; Dores de cabeça constantes; Insônia; Medo; Desmaios ou ataques; Desejo de suicídio; Doenças que os médicos não descobrem as causas; Visões de vultos ou audição de vozes; Vícios; Depressão”. (MACEDO, 1997, p. 35). Num certo período de tempo, é normal que boa parte das pessoas sofra algum desses sintomas, bastante comuns, então, a solução, segundo o marketing Universal, é ir até uma igreja e receber uma oração de um pastor, a fim de que, expulsando esse demônio, a causa das doenças seja extinta.

Enquanto os dispositivos de composição e reconhecimento, aliados a ferramentas mais diretas de propaganda e marketing alimentam a igreja com milhares de fiéis, estes fiéis respondem à teologia da prosperidade, oferecendo eficientes arrecadações ao bispo Macedo e sua estrutura e, assim, retroalimentando todo o sistema para ser mais eficiente ainda, em um círculo virtuoso.

Ainda que não seja de modo algum conclusivo, este trabalho procurou entender melhor e explicitar algumas estratégias do Bispo Edir Macedo em sua página oficial do Facebook. O que se pode postular, a partir da análise do corpus, é a aparência de uma forte liderança, um discurso religioso incisivo, que não dá espaço à crítica, e estratégias eficientes para atingir e mobilizar as massas.

## REFERÊNCIAS

- A TARDE ONLINE. *Justiça libera venda de livro de Edir Macedo*. Atarde, 2006. Disponível em: <<https://atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1266396-justica-libera-venda-de-livro-de-edir-macedo/>>. Acesso em: 05 ago. 2019.
- ABRANTES, Talita. *A nova fórmula da Universal para cativar a classe média*. Exame, 2014. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/a-nova-formula-da-universal-para-cativar-a-classe-media/>>. Acesso em: 22 abr. 2020.
- ADOROCINEMA. *Nada a Perder: Contra Tudo. Por Todos*. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-251860/bilheterias/>>. Acesso em: 05 ago. 2019.
- AGAMBEN. *O Que é um Dispositivo*. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/12576/11743>>. Acesso em: 08 abr. 2019.
- ALMEIDA, Joéde Braga de. *O sagrado e o profano: construção e desconstrução dos usos e costumes nas Assembleias de Deus no Brasil*. Disponível em: <<http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/2493>>. Acesso em: 05 ago. 2019.
- ALTIERI, Cristina Micaroni Hilckner. *As mídias sociais na propagação da mensagem religiosa: um estudo de caso sobre o fenômeno Fábio de Melo*. Campinas: PUC-Campinas, 2018.
- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos ideológicos de estado*. Rio de Janeiro: Graal, 1992.
- AMANTE, Lúcia. *Facebook e novas sociabilidades: contributos da investigação*. In: PORTO, Cristiane; SANTOS, Edmea. *Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar*. Campina Grande: EDUEPB, 2014, p. 27-46.
- ANDERSSON, Allan. *Transformation of World Christianity: challenges and opportunities for christianism*. Lecture annual meeting of the society for studies. Lakeland, fl. 12-14, 2015. Plenary Keynotes. In: Society of Pentecostal Studies Annual Meeting, Lakeland, Florida, USA, 2015. Disponível em: <[https://www.academia.edu/27960875/The\\_Transformation\\_of\\_World\\_Christianity\\_Secularization\\_Globalization\\_and\\_the\\_Growth\\_of\\_Pentecostalism?auto=download](https://www.academia.edu/27960875/The_Transformation_of_World_Christianity_Secularization_Globalization_and_the_Growth_of_Pentecostalism?auto=download)>. Acesso em: 01 abr. 2020.
- ANTUNES, Anderson. *Brazilian Billionaire Bishop Edir Macedo Is Now A Banker, Too*. 2013. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2013/07/22/brazilian-billionaire-bishop-edir-macedo-is-now-a-banker-too/#2539c9fa78be>>. Acesso em: 01 abr. 2020.
- BARBERO, J. M. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- BBC. *As razões que fazem de 2019 um ano chave para o Facebook*. G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/01/07/as-razoes-que-fazem-de-2019-um-ano-chave-para-o-facebook.ghtml>>. Acesso em:

08 abr. 2019.

BEARD, Chris. *A sociedade 666 do sistema de governo mundial anticristão está aqui*. Disponível em: <<http://www.previnasedamarca.com/>>. Acesso em: 23 jul. 2018.

BERNERS-LEE Tim; HENDLER James; LASSILA Ora. *The Semantic Web: A new form of Web content that is meaningful to computers will unleash a revolution of new possibilities*. Disponível em: <[www.sop.inria.fr/acacia/cours/essi2006/Scientific%20American\\_%20Feature%20Article\\_%20The%20Semantic%20Web\\_%20May%202001.pdf](http://www.sop.inria.fr/acacia/cours/essi2006/Scientific%20American_%20Feature%20Article_%20The%20Semantic%20Web_%20May%202001.pdf)>. Acesso em: 06 abr. 2019.

BÍBLIA. Português. *Bíblia On-line: módulo básico expandido*. CDROM. Versão 3.0. Sociedade Bíblica do Brasil, 2002.

BIELLO, David. *Searching for God in the Brain*. *Scientific American MIND*, n. 18, v. 5, p. 38-45, 2007.

BLACKING, John. *How musical is man?* Seattle: University of Washington Press, 1973.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouca avaliada*. *Revista USP*, nº 67 (set.-nov. 2005), p. 100-115.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis e São Paulo: Vozes, Simpósio e UMESP, 1997

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. 4. ed, vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, Manuel. *The Rise of Network Society*. Oxford: Blackwell, 2010

CATHOLIC NEWS SERVICE. *Pope Francis reaches 40 million followers on Twitter*. Disponível em: <<http://catholicherald.co.uk/news/2017/10/11/pope-francis-reaches-40-million-followers-on-twitter/>>. Acesso em: 06 abr. 2019.

CHAGAS, Tiago. *Datafolha: evangélicos continuam crescendo frente à estagnação de outras religiões*. *Gospelmais*, 2020. Disponível em: <<https://noticias.gospelmais.com.br/evangelicos-continuam-crescendo-estagnacao-religoes-129162.html>>. Acesso em: 03 mar. 2020.

CONRAD, Andrew. *10 Powerful Church Statistics on Social Media Use*. Disponível em: <<https://blog.capterra.com/church-statistics-social-media/>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

CORTELLA, M. S. *Entrevista com Mário Sergio Cortella: não adie seu encontro com a espiritualidade*. Disponível em: <<https://www.luzdaserra.com.br/nao-adie-seu-encontro-com-a-espiritualidade>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

COSTA E SILVA, Paulo da. *Platão e o Poder da Música*. Folha. 2016. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/platao-e-o-poder-da-musica/>>. Acesso em: 24 abr. 2020.

CRESWELL, J. W. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CUNHA, Magali do Nascimento. *Do Púlpito às Mídias Sociais: Evangélicos na política e ativismo digital*. Curitiba: Prisma, 2017.

DAL-FARRA; LOPES. *Métodos Mistos de Pesquisa em Educação: Pressupostos Teóricos. Nuances: estudos sobre Educação*. Presidente Prudente/SP, v. 24, n. 3, p. 67-80, set./dez. 2013.

DAQUINO, Fernando. *A história das redes sociais: como tudo começou*. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>>. Acesso em: 08 abr. 2019.

DIP, Andrea. *O bispo Edir Macedo tem uma visão muito pragmática: 'Se há poder eu tô junto'*. Apublica, 2020. Disponível em: <<https://apublica.org/2020/01/o-bispo-edir-macedo-tem-uma-visao>>. Acesso em: 08 abr. 2019.

DUARTE *et al.* *Religiosidade e envelhecimento: uma análise do perfil de idosos do município de São Paulo*. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/html/842/84252404/>>. Acesso em: 08 abr. 2019.

DUARTE, Adriano Rodrigues. *Afinal o que é a mídia?* Disponível em: <[www.ciseco.org.br/index.php/artigos/279-afinal-o-que-e-a-midia](http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/279-afinal-o-que-e-a-midia)>. Acesso em: 06 abr. 2019.

EL UNIVERSAL NEW YORK. *Livro de Edir Macedo crava recorde mundial no último lançamento no Brasil*. Hoje em dia, 2013. Disponível em: <<https://www.hojeemdia.com.br/primeiro-plano/livro-de-edir-macedo-crava-recorde-mundial-no-%C3%BAltimo-lan%C3%A7amento-no-brasil-1.106940>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

EXAME. *Religiosos dizem que biochips são a "marca da besta"*. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/religiosos-dizem-que-biochips-sao-a-marca-da-besta/>>. Acesso em: 25 jun. 2020

FACEBOOK. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2020. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Facebook&oldid=57148818>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

FANS FOR CHRIST. *The purpose of fans of Christ*. Disponível em: <<http://www.fansforchrist.org/new/purpose.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2020.

FRANCISCO. *Comunicação a Serviço de uma Autêntica Cultura do Encontro: Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais*. São Paulo: Paulus,

2014.

FRAZÃO, Dilva. *Edir Macedo: Líder religioso*. Ebiografia, 2020. Disponível em: <[https://www.ebiografia.com/edir\\_macedo/](https://www.ebiografia.com/edir_macedo/)> Acesso em: 11 abr. 2020.

FREITAS, Wesley R. S.; JABBOUR, Charbel J. C.. *Utilizando estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: boas práticas e sugestões*. Estudo & Debate, Lajeado, v. 18, n. 2, p. 07-22, jan. 2011. Disponível em: <<https://www3.ufpe.br/moinhojuridico/images/ppgd/8.12a%20estudo%20de%20caso.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2019.

FRESTON, Paul C. *Evangélicos e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment*. Campinas. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas, Mimeo, 1993.

FRESTON, Paul. *Breve história do pentecostalismo brasileiro*. Em: ANTONIAZZI, Alberto et al. *Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo*. Petrópolis: Vozes, 1994.

FREUD, Sigmund. *Psicologia das massas e análise do eu e outros textos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

FRIENDSTER. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Friendster&oldid=51924465>>. Acesso em: 22 jan. 2020.

G1. *Ataque em sede do jornal Charlie Hebdo em Paris deixa mortos*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/01/tiroteio-deixa-vitimas-em-paris.html/>>. Acesso em: 27 jul. 2018.

HALSTED, Matthew L. *COVID-19 and The Mark of the Beast*. Disponível em: <<https://academic.logos.com/covid-19-and-the-mark-of-the-beast/>>. Acesso em: 25 jun. 2020.

IZQUIERDO, I.; BEVILAQUA, L. R. M.; CAMMAROTA, M. *A arte de esquecer*. Estudos Avançados, v. 20, n. 58, p. 289–296, dez. 2006.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JORNAL BOM DIA. *Expansão da banda larga via satélite vai alavancar inclusão digital, diz secretário*. Disponível em: <[www.jornalbomdia.com.br/noticia/25772/expansao-da-banda-larga-via-satelite-vai-alavancar-inclusao-digital-diz-secretario/](http://www.jornalbomdia.com.br/noticia/25772/expansao-da-banda-larga-via-satelite-vai-alavancar-inclusao-digital-diz-secretario/)>. Acesso em: 08 abr. 2019.

KIRKPATRICK, David. *O Efeito Facebook*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

- LIVINGFOR. *O que é Cultura da Convergência?* Disponível em: <<http://livingfor.com.br/o-que-e-cultura-da-convergencia/>>. Acesso em: 20 jul. 2018.
- LUPPI, Syria. *Número de participantes de cultos afro são subestimados no Brasil*. Folha Vitoria, 2014. Disponível em: <<https://www.folhavoria.com.br/geral/blogs/caminhos-de-fe/2014/11/30/religoes-afro-tem-numeros-subestimados-no-brasil/>> Acesso em: 22 abr. 2020.
- MACEDO, Edir. *A Fé de Abraão*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 2002.
- MACEDO, Edir. *O Espírito Santo*. Rio de Janeiro: Editora Gráfica Universal Ltda, 2004.
- MACEDO, Edir. *O Poder Sobrenatural da Fé*. Rio de Janeiro: Editora Gráfica Universal.
- MACEDO, Edir. *Orixás, Caboclos e Guias - Deus ou Demônios?* Rio de Janeiro: Editora Gráfica Universal.
- MACEDO, Edir. *Os odiados*. Universal.org, 2017. Disponível em: <<https://www.universal.org/bispo-macedo/post/os-odiados-2/>> Acesso em: 09 abr. 2020.
- MAFRA, Clara. *O percurso de vida que faz o gênero: reflexões antropológicas a partir de etnografias desenvolvidas com pentecostais no Brasil e em Moçambique*. *Religião & Sociedade*, 2012, n. 32, vol. 2, p. 124-148. ISSN 0100-8587.
- MARKOFF, JOHN. *A Web guided by common sense? - Technology & Media - International Herald Tribune*. Disponível em: <[www.nytimes.com/2006/11/12/technology/12iht-web.1112web.3496525.html](http://www.nytimes.com/2006/11/12/technology/12iht-web.1112web.3496525.html)>. Acesso em: 06 abr. 2019.
- MARTIN, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 1997.
- MARTINO, L.M.S. *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- MATOS, Alderi Souza de. *O movimento Pentecostal: Reflexões a propósito do seu primeiro centenário*. Fides Reformata: Centro de Pós-Graduação Andrew Jumper, 1999, vol. 11/2, p. 28.
- MÍDIA. In: DICIONÁRIO Michaelis. Disponível em: <[www.uol.com.br/michaelis](http://www.uol.com.br/michaelis)>. Acesso em: 06 abr. 2019.
- MIXED METHODS RESEARCH. *What is it?* Disponível em: <[http://resourcecentre.foodrisc.org/mixed-methods-research\\_185.html](http://resourcecentre.foodrisc.org/mixed-methods-research_185.html). 2016>. Acesso em: 06 abr. 2019.
- MONTAGNERO, Maurício. *Religiões o movimento pentecostal na America Latina*



*e suas quatro faces no Brasil*. Disponível em: <<https://www.napec.org/religioes/omovimento-pentecostal-na-america-latina-e-suas-quatro-faces-no-brasil/>>. Acesso em: 08 abr. 2019.

MORAN, José Manuel., MASETTO, Marcos T., BEHRENS, Marilda Aparecida. *Novas tecnologias e mediação pedagógica*. 17. ed. São Paulo: Editora Papirus, 2010.

MURTINHO, Max Nunes; CASTILHO, Fernando Marcos Bonnemasou Moreira De; URDAN, André Torres. *Declínio Organizacional e Contexto em Organização Religiosa: A Igreja Universal do Reino de Deus*. Revista Iberoamericana de Estratégia. 2018, v. 17, p. 93-107, ISSN 2176-0756.

NEAL, Connie. *The Gospel According to Harry Potter*. Louisville, Kentucky: Westminster John Knox Press, 2008.

NEAL, Connie. *What's a Christian to Do with Harry Potter?* Colorado: WaterBrookPress, 2001.

NIETZSCHE, F. *A Vontade de Poder*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

O BIBLE ORG. *In Times of Transition*. Disponível em: <<https://bible.org/series/topic.php?page=824>>. Acesso em: 03 abr. 2020.

O GLOBO. *'Nada a perder' se torna a maior bilheteria do cinema brasileiro*. 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/nada-perder-se-torna-maior-bilheteria-do-cinema-brasileiro-22656519>>. Acesso em: 05 ago. 2019.

O GLOBO. *Terceira idade é o grupo que mais cresce em rede social*. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/terceira-idade-o-grupo-que-mais-cresce-em-rede-social-23208824>>. Acesso em: 08 abr. 2019.

OLIVEIRA JÚNIOR, H. R. *Igreja Universal do Reino de Deus: Peculiaridades do seu sincretismo e suas consequências para o campo religioso brasileiro*. PLURA, Revista de Estudos de Religião, 2014, vol. 5, n. 2, p. 66-93, ISSN 2179-0019.

ORAZEM, Eloá. *Mark Zuckerberg, o homem que copiava*. NeoFeed, 2019. Disponível em: <<https://neofeed.com.br/blog/home/mark-zuckerberg-o-homem-que-copiava/>>. Acesso em: 17 fev. 2020.

ORO, Ari Pedro. *A "reconquista espiritual da Europa" pelos evangélicos latinoamericanos*. Sociedad y religión. Buenos Aires, 2013, n. 39, v. 23, p. 100-116.

ORO, Ari Pedro. *O Neopentecostalismo "Macumbeiro"*. In: Revista USP, São Paulo.

ORO, Ari Pedro; TADVALD, Marcelo. *A Igreja Universal do Reino de Deus no espaço público religioso global*. Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2018, vol. XXXVI, p. 51-69.

PAEGLE, Eduardo Guilherme de Moura. *A Mcdonalização da fé: o culto como espetáculo entre os evangélicos brasileiros*. Tese do Doutorado em Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/107229/319118.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 22 abr. 2020.

PÁRANHOS *et al.* *Uma introdução aos métodos mistos*. Sociologias, v. 01, n. 42, p. 384-411, 2016.

PASSOS, Mauro; ROCHA, Daniel. *Em tempos de pós-pentecostalismo: repensando a contribuição de Paulo Siepierski para o estudo do pentecostalismo brasileiro*. Revista Angelus Novus, São Paulo, n. 3, p. 261-290, 2012.

PATRIOTA, Karla Regina. *O show da fé: a religião na sociedade do espetáculo. Um estudo sobre a Igreja Internacional da Graça de Deus e o entretenimento religioso brasileiro na esfera midiática*. Tese de doutorado. Recife, 2008.

PENTECOSTES. In: SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL. 2ª ed. Dicionário da Bíblia de Almeida. Tamboré: Sociedade Bíblica do Brasil, p. 68, 2005.

PERISSÉ, Gabriel. *Curtir, comentar e compartilhar*. Disponível em: <<https://revistaeducacao.com.br/2013/08/02/curtir-comentar-e-compartilhar/>>. Acesso em: 10 mar. 2020.

Pew Research Center Religion & Public Life. Disponível em: <<http://www.pewforum.org/religious-landscape-study/>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

PINA, Ferreira. *Mesmo sabendo de prazo, Justiça deixou ação contra Edir Macedo prescrever*. Folha de S. Paulo. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/mesmo-sabendo-de-prazo-justica-deixou-acao-contra-edir-macedo-prescrever/>> Acesso em: 11 abr. 2020.

PLENO NEWS. *Bispo Edir Macedo é o autor mais vendido desde 2010*. Disponível em: <<https://pleno.news/fe/bispo-edir-macedo-e-o-autor-mais-vendido-desde-2010.html/>>. Acesso em: 05 ago. 2019.

POOL, Ithiel de Sola. *Technologies of Freedom: On Free Speech in an Electronic Age*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1983.

PORTO, C.; SANTOS, E. *Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2014.

PRADA, Óscar Augusto Elizalde. *La comunicación digital de la fe religiosa en la sociedad del espectáculo: abordaje comparativo entre brasil y colombia*. Porto Alegre: Edipucrs, 2018.

PRADO; GONÇALVES; FILHO. *O escolhido*. Revista Veja. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/revista-veja/o-escolhido/>>. Acesso em: 11 abr. 2020.

R7. *Igreja Universal está entre as cinco instituições de maior prestígio do País, diz*

Datafolha. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/brasil/igreja-universal-esta-entre-as-cinco-instituicoes-de-maior-prestigio-do-pais-diz-datafolha-19032015>>. Acesso em: 14 abr. 2020.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RECUERO, Raquel. *Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook*. Verso e Reverso, vol. XXVIII, n. 68, 2014.

RESENDE, P. J. P. *Igreja Universal do Reino de Deus: Análise de Um Caso de Sucesso de Estratégia dor Diferenciação*. Dissertação, Programa de Mestrado em Administração Pública. Fundação Getúlio Vargas, 2006.

REVISTA IHU ON-LINE. *Igreja Universal faz 40 anos e realiza sonho de alcançar classe média*. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/186-noticias/noticias-2017/569517-igreja-universal-faz-40-anos-e-realiza-sonho-de-alcancar-classe-media-alta>>. Acesso em: 03 abr. 2020.

REZ, Rafael. *Pirâmide de Maslow: Hierarquia de Necessidades do Consumidor*. Disponível em: <<https://novaescolademarketing.com.br/piramide-de-maslow/>>. Acesso em: 10 mar. 2020.

RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. In: *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Disponível em: <<https://www.rheingold.com/vc/book/2.html>>. Acesso em: 22 jan. 2020.

RIBEIRO, U. C. *O uso do Facebook e suas interfaces como processo ensino-aprendizagem em uma escola mineira de ensino médio*. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal de São João del-Rei, São João Del-Rei, 2017.

ROCHA, V. C.; BOGGIO, P. S. *A música por uma óptica neurocientífica*. Per Musi, Belo Horizonte, n. 27, p.132-140, 2013.

Rosas, Nina Gabriela. *O desenvolvimento do neopentecostalismo brasileiro: esboços sobre a positividade da experiência religiosa nos dias de hoje*. Disponível em: <[http://www.abhr.org.br/wp-content/uploads/2013/01/art\\_ROSAS\\_neopentecostalismo.pdf](http://www.abhr.org.br/wp-content/uploads/2013/01/art_ROSAS_neopentecostalismo.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2020.

ROSSANO, André Dal-Farra; CAMPOS LOPES, Paulo Tadeu. *Métodos Mistos De Pesquisa Em Educação: Pressupostos Teóricos*. Nuances: estudos sobre Educação, v. 24, n. 3, p. 67-80, 2013.

RUBIO, Alfonso García. *Unidade na Pluralidade: o ser humano à luz da fé e da reflexão cristãs*. São Paulo: Paulus, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. *Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano*. Revista Famecos. n. 22, p. 23-32, 2003. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/re%20vistafamecos/article/viewFile/3229/2493>>. Acesso em: 02 jul. 2018.

SANTI, Alexandre, GARATTONI Bruno. *O Lado Negro do Facebook*. Revista Super Interessante, v. 348, 2015. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/tecnologia/o-lado-negro-do-facebook/>>. Acesso em: 21 jan. 2020.

SBARDELOTTO, Moisés. *E o Verbo se fez bit: a comunicação e a experiência religiosas na internet*. Aparecida: Santuário, 2012.

SCHWARTSMAN, Hélio. *Quanto mais religioso, mais pobre tende a ser um país*. Folha de S. Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po2709201002.htm>>. Acesso em: 3 abr. 2020.

SIERRA GUTIÉRREZ, Luis Ignacio. *A TELE-FÉ. Estratégias de reconhecimento de sentidos religiosos de telefiéis do canal Rede Vida de Televisão, em Porto Alegre, RS, Brasil*. São Leopoldo: UNISINOS, 2006.

SILVA, Victor Hugo. *Golpe no WhatsApp usa clonagem de celular para atingir políticos*. Tecnoblog. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/247801/golpe-whatsapp-clonagem-celular-politicos/>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

SNYDER, Susanna; BRAZAL, Agnes M.; RALSTON, Joshua. *Church in an Age of Global Migration: A Moving Body*. London: Palgrave Macmillan, 2016.

SOCIAL MEDIA LIST. *Lista de 250 Mais Usadas Redes Sociais Para 2019*. In: *Lista de 250 Mais Usadas Redes Sociais Para 2019*. Disponível em: <<https://socialmedialist.org/redes-sociais.html>>. Acesso em: 22 jan. 2020.

SOUZA, Beatriz. *20 coisas surpreendentes sobre o templo da Igreja Universal*. Revista Exame. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/20-coisas-sobre-o-enorme-novo-templo-da-igreja-universal/>>. Acesso em: 22 jan. 2020.

SOUZA, C. H. P. *Entre a capela e a catedral: Tensões e reinvenções da identidade religiosa na experiência do protestantismo histórico atual*. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Universidade do Estado do Rio de Janeiro Centro de Ciências Sociais Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Rio de Janeiro, 2013.

SOUZA, Ronivaldo Moreira de. *O Testemunho Religioso Na Mídia Digital: Um Estudo Da Igreja Universal Do Reino De Deus*. Dissertação de Mestrado Profissional. Ciências das Religiões. Faculdade Unida de Vitória, 2013.  
SPADARO, Antonio. *Ciberteologia: pensar o cristianismo nos tempos da rede*. São Paulo: Paulinas, 2012.

UNIVERSAL. *O que é a Fogueira Santa do Monte Sinai?* Disponível em: <<https://web.universal.org/usa/pt/post/o-que-e-a-fogueira-santa-do-monte-sinai-2-2>>. Acesso em: 6 mai. 2020

VERÓN, Eliseo. *Teoria da mediatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, v. 8, n. 1, 2014.

WESLEY, R. S; FREITAS E CHARBEL, J. C.; *Utilizando estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: boas práticas e sugestões*. Estudo & debate, v. 18, n. 2, p. 07-22, 2011.

WINCK, Ben. *The 5 most valuable US tech companies are now worth more than \$5 trillion after Alphabet's record close*. In: The 5 most valuable US tech companies are now worth more than \$5 trillion after Alphabet's record close. Disponível em: <<https://markets.businessinsider.com/news/stocks/most-valuable-tech-companies-total-worth-trillions-alphabet-stock-record-2020-1-1028826533#5-facebook1>>. Acesso em: 21 jan. 2020.

WOLTON, Dominique. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*. 3ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

YIN, Robert K. *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. Disponível em: <[https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yin-metodologia\\_da\\_pesquisa\\_estudo\\_de\\_caso\\_yin.pdf](https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yin-metodologia_da_pesquisa_estudo_de_caso_yin.pdf)>. Acesso em: 15 jul. 2019.

YOUTUBE. *Edir Macedo: Conexão Repórter (Dá ou Desce)*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6lUO0iqB81o>>. Acesso em: 23 abr. 2020.

ZARAZAGA, Jasmine. *In Latin America, Teens Are Digitally Savvy and Entrepreneurial*. Disponível em: <<https://insights.viacom.com/post/in-latin-america-teens-are-digitally-savvy-and-entrepreneurial/>>. Acesso em: 08 abr. 2019.