

“VOCÊ É O PONTO FRACO DE DEUS”: TELEVANGELISMO COACH COMO SUBGÊNERO AUDIOVISUAL NO YOUTUBE BRASILEIRO.

Adonay Guerra¹

RESUMO

Com a popularização e maior facilitação do acesso e de produção de conteúdo audiovisual nas plataformas de *streaming* como o *YouTube*, gêneros tradicionais das grades da TV aberta estão migrando para este novo ambiente pelo seu baixo custo de produção e ampliação de público. Neste artigo, trataremos como foco o gênero Televangelismo que vem sendo cada vez mais produzido por igrejas e pastores independentes, tendo como objeto de análise os canais dos pastores Deive Leonardo e Tiago Brunet, que lideram este processo. Mais do que uma simples replicação de um formato convencional, a análise se dá nas diferenças e nos fundamentos teóricos, discursivos e estéticos singulares deste novo formato do gênero e tenta entender que características presentes nos programas analisados explicam o êxito conquistado dentro da plataforma. A pesquisa compreendeu que o subgênero do Televangelismo *coach*, realizado no ambiente digital, mantém características primordiais como o proselitismo e a propaganda religiosa, mas conquista um novo público nativo deste universo do *streaming* e traz inovações em seu padrão narrativo que explica o alcance do conteúdo na plataforma.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Gênero; Religiosidade; Streaming; Televangelismo.

Introdução

Desde o final da década de 1970 e início da década de 1980, fora introduzido nas grades de programação da TV aberta brasileira o que podemos denominar Televangelismo, que consiste em programas financiados e produzidos por igrejas cristãs com o objetivo principal de atrair novos fiéis para os templos religiosos e gerar empatia e conhecimento por parte do grande público pela religião. O início do Televangelismo no Brasil foi marcado pela aquisição de material audiovisual estadunidense de pastores com Pat Robertson² e Rex Humbard³ por algumas das principais emissoras abertas como a TV

¹ Mestrando do curso de Comunicação do PPGCOM-UFF, e-mail adonayferreira.nave@gmail.com.

² É um pastor pentecostal, advogado e ex-candidato à presidência da República dos Estados Unidos. Apresenta o programa *Clube 700*, fundou a rede de televisão TBN, Christian Broadcasting Network e a Christian Coalization, organização destinada a influenciar a política norte-americana.

³ Primeiro Televangelista de sucesso de meados de 1950, 1960, e 1970. Foi um evangelista da televisão estadunidense cujo programa *da Catedral do Amanhã* foi exibido em mais de 600 estações no auge de sua popularidade.

Tupi e a Rede Bandeirantes, entre outras, que compravam os direitos de transmissão dos cultos e dublavam os mesmos, tendo em vista que o material era produzido em inglês.

O sucesso imediato conquistado entre o público gerou interesse de pastores brasileiros em arrendarem espaços na TV aberta para produzirem material evangélico que gerasse algum retorno financeiro e humano para suas instituições. As igrejas pentecostais, com destaques para a Igreja Universal do Reino de Deus, do Bispo Edir Macedo, e a Igreja Internacional da Graça de Deus, do Missionário R.R Soares, foram as que mais investiram neste tipo de conteúdo com claros objetivos prosélicos e com um formato bem definido, como bem descrito por Magali Cunha:

É dado espaço para depoimentos sobre curas e outras “bênçãos” alcançadas pelos adeptos, na maior parte das vezes durante o próprio programa. Há tradução simultânea para a linguagem gestual a fim de atingir os surdos-mudos. A coleta de ofertas para o programa, a venda de publicações e o convite para participar de cultos [...] são outros ingredientes da programação. (CUNHA, 2004, p. 98).

Embora o Televangelismo seja uma prática já bem difundida no cenário televisivo brasileiro, seus custos de produção e, principalmente, de arrendamento de horário nas grades de TV aberta são muito elevados e poucas igrejas possuem os valores necessários para este empreendimento. Segundo informações do portal TV História⁴, no ano de 2017, cerca de 52% da programação semanal das TVs abertas do país eram dedicadas a conteúdo religioso de diversas crenças sendo, em sua maioria, de igrejas pentecostais. Ainda segundo a matéria, o programa “Show da Fé” produzido pelo Missionário R.R Soares no canal Rede Bandeirantes é quem desembolsava o maior valor entre todos, cerca de R\$ 10 milhões por mês por uma hora de programação diária.

Bem distante desta realidade milionária, algumas igrejas e pastores itinerantes⁵ propuseram-se a investir em conteúdo audiovisual de modo alternativo, utilizando plataformas como *YouTube* e *Facebook* que não exigem valores monetários para transmissão destes conteúdos, além de possibilitar que sejam assistidos por milhões de pessoas, inclusive fora do país.

⁴ Matéria completa disponível em: <<https://tvhistoria.com.br/religiosos-ja-sao-mais-de-50-da-programacao-da-tv-brasileira-igrejas-injetam-valor-equivalente-a-uma-record/>>.

⁵ Pastores itinerantes são aqueles que, embora exerçam a função de pastor, eles não estão ligados eclesialmente a nenhuma instituição religiosa. Sua função é exercida ensinando em igrejas pelas quais é convidado a palestrar.

O presente artigo tem como objetivo esboçar o novo formato de Televangelismo, que aqui denominaremos como Televangelismo *Coach*, nativo deste novo ambiente digital do *streaming*, que, para nós, possui como bases teóricas o discurso neoliberal (PAULANI, 2005) e a cultura *coach* (CAMPANELLA; CASTELLANO, 2015) e o coloca em perspectiva ao que é veiculado na TV aberta brasileira pelos grandes nomes do Televangelismo brasileiro como R.R Soares e Edir Macedo.

Para fins metodológicos, utilizaremos os conceitos da análise de conteúdo abordada por Laurence Bardin (2011) com o objetivo de analisarmos o material em seu discurso e sua estética. Como material analítico, utilizaremos a produção audiovisual no *YouTube* de dois expoentes do Televangelismo *Coach*, o pastor Deive Leonardo, da Assembleia de Deus em Joinville e Tiago Brunet, evangelista itinerante, que, juntos, somam mais de 6,1 milhões de inscritos em seus respectivos canais. Foram analisados 10 vídeos de cada um dos dois autores, publicados em seus respectivos canais na plataforma, nos meses de dezembro de 2020 a janeiro 2021.

Entendemos aqui que o gênero do Televangelismo é um padrão audiovisual bem amplo que comporta dentro dele diversas outras subcategorias com suas particularidades discursivas e técnicas. Para análise do que iremos defender como um subgênero do formato televangelístico tradicional, serão abordados conceitos como mediação de Jesus Martín-Barbero (MARTIN-BARBERO, 2011) e de gênero em Jason Mittel (MITTEL, 2004), a fim de classificarmos e definimos suas características primordiais enquanto formato audiovisual.

1. APONTAMENTOS SOBRE O TELEVANGELISMO BRASILEIRO.

Ancorados no sucesso conquistado pelos evangelistas estadunidenses mais famosos na TV aberta brasileira, muitos pastores e igrejas almejavam a inserção de suas marcas nas grades de programação, para além da já estabelecida atuação nas rádios AM de todo o país. O objetivo era muito claro, como aponta Pantoja et al (2020, p. 219) “Esse processo é essencial para as entidades religiosas na contemporaneidade como instrumento de expansão da sua fé, com o objetivo de atrair fiéis através de programas de televisão”.

Para além do seu conteúdo proselitista, os programas de Televangelismo tinham, também, uma função cultural, de inculcar no imaginário coletivo dos espectadores valores e costumes fundamentalistas primordiais da fé cristã como a rejeição às drogas e vícios, distância de imoralidades sexuais, além de pautas políticas como a luta contra o aborto e o casamento entre pessoas do mesmo sexo. A mídia televisiva foi e tem sido grande

instrumento de divulgação das pautas defendidas pelas bancadas cristãs no congresso nacional.

O primeiro grande nome do Televangelismo no Brasil fora o Pastor Nilson Fanini. Pastor Batista, era apresentador do programa “reencontro”, veiculado pela TV Educativa do Rio de Janeiro em 1975, posteriormente adquirida pelo Bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus e renomeada, posteriormente, como Rede Record. O surgimento de Pastores como Edir Macedo e R.R Soares abriu caminho para a ascensão do neopentecostalismo no país, que tem entre suas práticas doutrinárias a teologia da prosperidade⁶, a batalha espiritual⁷ e o batismo no Espírito Santo⁸. Segundo Ribeiro (2020), o neopentecostalismo se baseia também, para sua promulgação e difusão na população, em líderes carismáticos que representam o estilo de vida almejado pelos fiéis e também na utilização de veículos midiáticos de massa para alcançarem a população socioeconomicamente mais vulnerável, o que explica o fato de os neopentecostais estarem em último lugar no ranking socioeconômico dentre as maiores religiões brasileiras, de acordo com o último levantamento das Pesquisas de Orçamento Familiar (POF) realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), realizadas no ano de 2008⁹ (atualizada em 2012).

A exibição de cultos e programas religiosos na TV pelas igrejas neopentecostais se tornou um grande *case* de sucesso a tal ponto que, praticamente, todas as grandes igrejas possuem alguma veiculação midiática (CUNHA, 2004). Além das já citadas IURD, do Bispo Edir Macedo, e Igreja Internacional da Graça de Deus, do Missionário R.R Soares, temos também a Deus é Amor, liderada pelo Pastor Davi Miranda, a igreja Nova Vida, fundada por Roberto McAlister e, mais recentemente, a Igreja Mundial do Poder de Deus do Apóstolo Valdomiro Santiago, entre outras tantas. Apesar de uma fórmula conhecida e já expandida pelas igrejas, o Televangelismo ainda constitui um produto expressivamente custoso para ser mantido periodicamente seus programas no ar,

⁶ É uma doutrina religiosa cristã que defende que a bênção financeira é o desejo de Deus para os cristãos e que a fé, o discurso positivista e as doações para os ministérios cristãos irão sempre aumentar a riqueza material do fiel.

⁷ Uma doutrina teológica que afirma que os seres humanos estão em constante luta contra seres espirituais, como demônios e que, por isto, devem se preparar teologicamente para este embate.

⁸ Para os pentecostais, batismo no espírito santo significa o momento em que o indivíduo recebe o espírito santo em seu corpo e ele o capacita para atividades espirituais como curas e expulsão de demônios etc.

⁹ Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/743>>.

o que faz com que igrejas menores e pastores independentes busquem outras alternativas para a produção audiovisual.

2. GÊNERO E FORMATO

O formato clássico televangelístico está há décadas sendo difundido pela TV aberta brasileira, já fazendo parte do imaginário coletivo e possui, em seu guarda-chuva, muitos programas com formatos diferentes como o “Escola do Amor”, da Rede Record que conta com a apresentação de um casal que ensina e revela segredos para um bom convívio entre pessoas casadas pautados na Bíblia, além de “Fala que eu te escuto”, também da Rede Record, que é exibido durante as madrugadas e recebe ligações de ouvintes que precisam de algum tipo de ajuda espiritual, assim como o “SOS espiritual”, da CNT, que exhibe testemunhos de pessoas que venceram dificuldades através da ajuda da igreja, neste caso, a Igreja Universal. O fundamento que une todos esses programas ao gênero do Televangelismo é, principalmente, seu caráter proselitista e de propaganda da religião, que desenvolve estratégias para tentar atrair os espectadores não apenas para que apreciem o conteúdo, mas para que se interessem em fazer parte de alguma destas igrejas que produzem os programas, contribuindo assim para o seu crescimento e expansão.

Apesar da multiplicidade deste gênero audiovisual, originado no rádio e que depois migrou para a televisão, o formato mais tradicional continua sendo as transmissões dos cultos, em sua grande maioria de igrejas neopentecostais como as já supracitadas, que operam no trinômio cura, exorcismos e prosperidade, como apontado por Cunha (2004). Nestes cultos, a narrativa que circunda os programas é a luta contra o inimigo, o diabo, que promove doenças, possessões demoníacas e pobreza espiritual e financeira. Os programas tradicionais giram em torno da palavra libertação, de libertar os fiéis de todas essas opressões e que resultam, no fim da história, na vitória dos “crentes” sobre as dificuldades da vida e das “ciladas do diabo”. Uma jornada do herói (CAMPBELL, 1991) que é construída pelos pastores no qual o personagem principal é o fiel presente no culto, ou que assiste pela televisão, e as palavras ditas durante o sermão encorajam e fortalecem o herói para que ele consiga alcançar seu objetivo.

Como defendido por Jason Mittell, em *Genre and television* (2004), os gêneros ainda hoje são importantes na cadeia produtiva audiovisual, pois funcionam como “categorias culturais” de representação e de mediação cultural. Os gêneros guiam as escolhas e gostos pessoais porque são organizados para serem formatados de acordo com

interesses vinculados à sociabilidade e cultura do grupo a qual os programas se destinam. Para Mittel, mais importante do que o texto para definir o gênero, é preciso olhar mais amplamente para o cenário como um todo da indústria, da audiência e do contexto sócio-histórico e a interrelação dos textos com todas essas instâncias legitimadoras. Um gênero televisivo é convencionalmente aceito desta forma, não sendo necessário uma grande investigação criteriosa do texto para ser visto dessa forma, como explicado por Mittel: “we all agree upon a basic understanding of what a sitcom is, so no further elaboration is needed.”¹⁰ (MITTEL, 2004, p.1). O ponto aqui defendido é de que um gênero é facilmente identificável e replicável devido à sua categorização como mediador cultural (MARTIN-BARBERO, 2001).

O gênero televangelístico, assim como os demais gêneros, embora seja produzido em diversos formatos e estéticas tem fundamentos que o identificam, ainda que sendo transpostas para outros meios como o *streaming*. O Televangelismo produzido nativamente para o *YouTube* brasileiro segue princípios culturais de categorização intimamente relacionados aos produzidos na TV, como será exposto no tópico a seguir. Como afirmado por Mittel (2004, p.1) “Genres are cultural products, constituted by media practices and subject to ongoing change and redefinition”¹¹.

Para a análise que se fará a seguir, mais importante do que como o gênero é classificado por portais especializados em mídias ou sua adequação ao texto televisivo tradicional, mais importa como ele é compreendido culturalmente, sua recepção pelo público que o assiste, o que aquele determinado grupo de pessoas que se denominam fãs dos produtores de conteúdo buscam ao acessar este conteúdo, isto nos interessa mais e nos interessa também como uma chave de decodificação deste subgênero no *YouTube*. Assim, como afirma Mittel:

Despite the strengths of what may be understood through aesthetic paradigms, definitional approaches and formal analyses have distinct limitations. One such limitation of formal analysis is that examining the mechanics of a text cannot generally explain how that text functions within larger cultural contexts, which I would contend is the main goal motivating cultural media studies — and certainly is the central goal of my project. Imagine studying the mechanical composition and structure of an automobile engine —

¹⁰ “Todos nós concordamos acerca de um entendimento básico do que uma sitcom é, portanto, nenhuma elaboração é necessária”.

¹¹ “Os gêneros são produtos culturais, constituídos por práticas midiáticas e sujeitos a alterações e contínuas redefinições”.

you can discover why a car runs, but you won't find out any answers as to why people like to drive it.¹² (MITTEL, 2004, p. 22).

A mediação cultural proporcionada pelo gênero audiovisual, para nós, abrange diferentes aspectos do formato como texto, a estética, o discurso, o formato entre outras características que, combinadas, proporcionam ao espectador uma similaridade entre os conteúdos relacionados.

3. BASES TEÓRICAS DO TELEVANGELISMO COACH

Para uma melhor compreensão do que chamamos aqui de Televangelismo *Coach*, nativo desse novo ambiente de streaming digital, deve-se aqui esclarecer que tanto a estética e discurso oral caminham juntos para a mensagem que se propõe a ser transmitida através deste novo subgênero. Para além das grandes concentrações e cultos lotados exibidos nos programas da TV, neste novo formato televangelístico os cultos são mais intimistas, um ambiente em que importa mais o que está sendo dito pelo pregador e como isso se encaixa naquele contexto criado no local do que com uma catarse coletiva ou uma suposta comunhão entre os fiéis.

Em um ambiente escuro, refletores de led iluminam o pregador presente no palco, a atenção é completamente direcionada a ele. Atrás, um grande telão de led funciona como um *background* que, durante o restante do culto, tem como propósito ajudar os fiéis durante o culto a lerem letras de canções e avisos informativos, mas o foco dos vídeos são os sermões e, portanto, o telão desenvolve uma outra função, ser o fundo estético da mensagem. Aliado ao sermão pastoral, um teclado reproduz um fundo sonoro para todo o vídeo que acompanha o ritmo da palavra o qual é calma nos momentos inspiracionais e emerge com maior volume e ritmo quando a palavra se torna mais energética. Ambos caminham juntos para o desenvolvimento da mensagem.

Exponentes desse novo subgênero do Televangelismo, o pastor Deive Leonardo e o evangelista Tiago Brunet desenvolveram um modelo de pregação do cristianismo

¹² Apesar dos pontos fortes do que pode ser compreendido através de paradigmas estéticos, as abordagens de definição e as análises formais têm limitações distintas. Uma dessas limitações da análise formal é que o exame da mecânica de um texto não pode geralmente explicar como esse texto funciona dentro de contextos culturais maiores, o que eu afirmaria ser o objetivo principal que motiva os estudos dos meios de comunicação culturais - e certamente é o objetivo central do meu projeto. Imagine estudar a composição mecânica e a estrutura de um motor de automóvel - pode descobrir porque é que um carro funciona, mas não descobrirá quaisquer respostas sobre o porquê de as pessoas gostarem de o conduzir.

protestante por meio do *YouTube* que é replicado por diversos outros líderes na plataforma. Deive Leonardo, hoje, é o maior pregador cristão do *YouTube*, segundo os números de visualizações na plataforma, tendo concedido entrevistas em diversos meios de comunicação e viajado o mundo através do êxito do seu programa na plataforma. Seus vídeos têm, em média, 15 minutos de duração, bem menos do que programas televangelísticos tradicionais com mais de uma hora, muito similares a programas com narrativa inspiracional como os TED *talks*, cuja definição estética-discursiva em muito se assemelha aos programas televangelísticos aqui tratados: “difundir ideias, usualmente no formato de curtas e poderosas falas (em 18 minutos ou menos)”¹³. Outra diferença importante é que, em seus vídeos, dispensa-se qualquer outro tipo de participação de outros como músicos, testemunhos, curas e exorcismos. O foco é na figura do pregador e na sua mensagem, exclusivamente. Para compreendermos melhor este modelo, se faz necessário atentar para suas bases teóricas, aquilo que sustenta o discurso oral e como ele dialoga com os anseios dos fiéis em assistirem e compartilharem os vídeos através do *YouTube*.

3.1 A CULTURA TERAPÊUTICA

A partir de meados do século XX, percebemos a disseminação de um imaginário que coloca a emoção e a subjetividade como elementos primordiais para a compreensão de questões relativas a todos os aspectos da vida humana. Esse fenômeno marca, de acordo com alguns pesquisadores, o momento de ascensão daquilo que o sociólogo americano Phillip Rieff batizou de “cultura terapêutica”. (CAMPANELLA; CASTELLANO, 2015, p. 173).

Para este início de análise, utilizaremos o conceito cunhado por Phillip Rieff (1966), mais tarde explorado por Campanella e Castellano (2015), sobre os usos da psicanálise e psicologia numa simbiose com a fé que teria modificado a cultura ocidental religiosa no século XXI.

As religiões, para os autores, transformaram seu caráter transcendente e de conexão com o divino para ser um instrumento de auxílio e encorajamento para que os indivíduos consigam realizar os seus objetivos. A religião do *self* (CAMPANELLA; CASTELLANO, 2015) é eminentemente focalizada na individualização da experiência religiosa, mais do que numa catarse coletiva. O indivíduo é instigado a buscar “seu eu

¹³Disponível em: < <http://www.ted.com/about/our-organization>. Acesso em: <16 jan. 2021>.

interior”, a resolver suas questões sociais e psicológicas que entravam suas vidas e a religião e os pastores tem esse papel, como uma espécie de mediador terapêutico, de alavancar e potencializar as competências e virtudes do ser humano.

Aos pastores, como líderes de igrejas, é relegado o papel de encontrar soluções na Bíblia e em outras literaturas, tendo em vista que o mercado editorial cristão está inundado de livros de empreendedorismo do *self* e sobre a cultura da autoajuda (ILLOUZ, 2011), e transmitir estes ensinamentos para os fiéis em formato de conselhos espirituais que devem ser seguidos pelos fiéis. Em muitos dos vídeos do pastor Tiago Brunet, vemos expressões comumente utilizadas no mercado de autoajuda como “conselhos para um ano novo extraordinário”, “como matar o seu passado”, “como a generosidade muda a sua realidade” e tantos outros. O objetivo principal destas pregações é através de temas sensíveis de nossos tempos como estresse, ansiedade, compulsão, vícios e autoestima, encontrar soluções práticas que possuam alguma conexão com trechos da bíblia, mas primordialmente oriundas da psicologia, e transmitir aos ouvintes para que eles sigam estes exemplos no cotidiano, em forma de *hacks* que, seguindo o passo a passo estipulado, a vida se tornaria mais fácil. Deste modo, é comum inclusive que pessoas que não fazem parte desta religião, assistam aos programas desses pastores pelo seu caráter de autoajuda ancorado na psicologia, uma secularização do discurso religioso, diferente dos programas tradicionais da televisão que utilizam um linguajar e uma fundamentação teórica estranha a não participantes de alguma comunidade religiosa.

Os comentários realizados nos vídeos dos pastores em sua maioria são realizados em tons de agradecimento e de congratulação por aquela mensagem, de alguma maneira, ter ajudado aquela pessoa a entender determinada situação complicada na vida ou decidir se impor sobre uma circunstância adversa. Assim como em uma sessão terapêutica ou numa palestra motivacional realizada por um *coach*, importando mais os conselhos e as dicas do que a conversão e o apelo para arrependimento dos pecados, os fiéis deixam o lugar, ou saem da plataforma do *YouTube*, agradecendo pela forma como aquela palavra destravou certos empecilhos presentes em suas vidas. Na era da cultura terapêutica (CAMPANELLA; CASTELLANO, 2015), mais do que a ajuda divina para resolver os problemas, o ser humano deve ter suas competências e virtudes aprimoradas para que ele, por si só, encontre os problemas e os solucione, de modo individual e por mérito próprio.

3.2 O DISCURSO NEOLIBERAL

Difícil nos seria a tarefa de emprendermos uma análise crítica da fundamentação teórica que permeia os discursos explicitados no Televangelismo *Coach* que orbitam temas como individualismo e meritocracia e não nos determos sobre o discurso neoliberal. A base do que podemos entender como pensamento neoliberal, segundo a economista Leda Paulani (2005), parte da premissa de que o Estado é sempre ineficiente e que ninguém melhor que o próprio mercado para se autorregular e gerir-se a si mesmo com o propósito de trazer crescimento econômico e bem estar social para a população.

Segundo processo descrito por Max Weber, e analisado densamente por Antonio Pierucci (2003), o mundo, por séculos, vem passando por um processo de desencantamento, de completa desilusão e descrédito nas religiões como um modo de interpretação e agir no mundo. O intelectualismo e cientificismo, segundo Weber, foram ganhando cada vez mais espaço na sociedade para explicar o universo e seus processos, inclusive dentro das próprias religiões à medida em que a ciência e suas metodologias avançavam e as antigas explicações do mundo através do divino se tornavam obsoletas. Como bem explica Weber:

Quanto mais o intelectualismo repele a crença na magia, e com isso os processos do mundo ficam ‘desencantados’, perdem seu sentido mágico e doravante apenas ‘são’ e ‘acontecem’, mas não ‘significam’ mais nada, tanto mais urgente resulta a exigência, em relação ao mundo e à ‘conduta de vida’ como um todo, de que sejam postos em uma ordem significativa e ‘plena de sentido. (WEBER Apud PIERUCCI, 2003, p. 48).

Este contínuo processo de desencantamento resultou numa busca constante por respostas sobre a vida por meio da ciência em todos os aspectos da vida cotidiana e, também com o advento das duas guerras mundiais, a fé nas instituições governamentais e civis também foram dando lugar ao triunfo do protagonismo individual e da busca pelo sentido da existência. Foi esse o cenário do surgimento do neoliberalismo que se ancorava na luta pela liberdade individual, da diminuição da intervenção do Estado no mercado e nas relações individuais e a busca desenfreada pela prosperidade econômica (PIERUCCI, 2003).

O Televangelismo *Coach*, característico do século XXI, surge com esta cosmovisão instaurada em seu âmago. Programas com títulos como “Porque eu nasci?”, “desenterre seus sonhos” e “qual o meu propósito de vida?” (títulos de programas de Deive Leonardo) destacam estas características intrínsecas à visão neoliberal de mundo

de que o ser humano merece a felicidade e precisa buscá-la de modo individual e por seus próprios méritos, evocando um ceticismo no qual Deus é um ser divino que tem propósitos maiores do que simplesmente ajudar seres humanos em todas as suas labutas diárias e que, portanto, as conquistas da vida devem ser realizadas por meio do esforço próprio, tendo como meta alcançar o máximo possível de bens e posses materiais e utilizando metodologias criadas pela ciência no intuito de maximizar os esforços e os ganhos. Segundo o próprio pastor Deive, os fiéis não devem parar de sonhar e de acreditar que podem alcançar seus objetivos terrenos e este empenho é totalmente compatível não apenas com a fé, mas com o espírito de nossos tempos.

3.3 Estética Worship

Neste sentido, as inovações estético-musicais do *Worship* são vistas como instrumentos para alcançar uma geração cujas características culturais mudaram. (AGUIAR, 2020, p. 12).

Um ambiente completamente escuro, *spots* de led iluminando um palco com um grande telão preenchendo o fundo. No palco, um preletor usando um grande aparato de som com um teclado solitário acompanhando seu discurso. Na plateia, um público composto majoritariamente por adolescentes e jovens de classe média alta que, em vários momentos, utilizam seus aparelhos telefônicos para registrarem o que está acontecendo no palco. Poderia ser a descrição de um show em um teatro, ou de um congresso, mas a descrição é de um culto no estilo *Worship*. Nas Palavras de Taylor Aguiar (2020), que estuda o movimento, o termo remete a uma estética da adoração, originada nas igrejas carismáticas e renovadas estadunidenses que têm como foco a juventude cristã e tem como estratégia primordial de atuação a utilização da música e da elaboração de um ambiente calmo e intimista para a produção de sensações e experiências religiosas cultuais. Essas experiências sensíveis de adoração em muito diferem das práticas cultuais dos primórdios das igrejas protestantes que prezavam pela racionalidade e pela primazia do texto bíblico ao invés de experiências sensíveis transcendentais.

Já nos primórdios do nascimento do movimento pentecostal, nos Estados Unidos do início do século XX, existia uma busca pelo batismo no Espírito Santo e pela prática da *glossolalia*, que significa falar em línguas estranhas. Nos jornais locais, ainda muito conservadores, existia a crítica de que as doutrinas divulgadas em nada tinham em comum com o protestantismo da época, priorizando manifestações ritualísticas e práticas de catarse coletiva, o que escandalizava praticantes de outras doutrinas tradicionais do início

do século. Porém, a doutrina conseguiu ganhar mais adeptos e o movimento pentecostal ganhou impulso para ser divulgado e conquistar adeptos ao redor do mundo, sendo hoje, inclusive, a maior denominação protestante do Brasil.

Esta prática do culto ritualístico sensorial ainda está presente em diversas igrejas de tradição pentecostal no Brasil. Como já explicitado no artigo, a aplicação, em cultos, de exorcismos, curas e campanhas de libertação tem como grande intuito a espetacularização da religião, promovendo catarses coletivas e experiências sensoriais, além de demonstrar visivelmente o “poder de Deus” para fixar a atenção do público e conquistar mais adeptos encantados com os mistérios ali demonstrados (PATRIOTA, 2007). A busca pela conquista do divino através das sensações ainda está presente no movimento *Worship*, mas ele se dá de modo mais intimista, individual e ancorado no cientificismo. Todas as partes do culto, as cores, os sons, os cheiros, as palavras são preparados para atingir o objetivo de promover a conexão dos fiéis com Deus. Para além das grandes demonstrações de fé e milagres, o *Worship* promove um Deus mais ordeiro e relacional, que utiliza gatilhos psicológicos para ativarem uma comunhão fabricada.

Assim como nos cultos, os programas televangelísticos produzidos no *YouTube*, em especial os produzidos por Deive Leonardo e Tiago Brunet, seguem essas características elencadas. Possuem um grande apelo entre os adolescentes e jovens e, diferentemente dos pastores clássicos do pentecostalismo, como Edir Macedo, Silas Malafaia e Valdomiro Santiago, aqui os pastores não se utilizam de elementos ritualísticos espetaculares e nem exercem sua autoridade por meio das vozes como comumente são conhecidos. Com um sermão realizado como em tom de uma conversa informal, os pastores encontram conselhos ancorados na psicologia moderna e encontrados, em exemplos de histórias, na Bíblia para transmitir seus ensinamentos ao público. O ambiente é produzido para que a atenção seja no palco e que não haja distrações de atenção do que acontece. Tudo é pensando. Tudo é bem planejado. A oratória, própria de *coachs* e de livros de autoajuda, e o ambiente que facilita a contrição e a busca individual pelo sagrado. Como bem aponta Aguiar:

O escuro é tomado como uma estratégia intencional, planejada para a produção de uma adoração voltada à contrição, o que segue o mesmo movimento preconizado pelo estilo musical *Worship*. Contrição e reflexão não se excluem, e o *Worship* deve facilitar mediações com o sobrenatural que integrem ambas. Na penumbra, é possível ao fiel chorar, levantar as mãos e expressar seus sentimentos pessoais

decorrentes da entrega ao Espírito Santo sem que seja monitorado nisso. Certos constrangimentos sociais à adoração são eliminados ou, ao menos, reduzidos. “A pessoa se sente mais à vontade”, ao contrário do que, supõe-se, aconteça numa igreja que dispensa a penumbra. (AGUIAR, 2020, p. 84).

O sucesso em números do subgênero do Televangelismo *Coach* se consolida na perspectiva em que mantém aspectos da fé e da doutrina que são primordiais para a explanação do evangelismo cristão, mas confere novas configurações estéticas e narrativas em conexão com os anseios do espírito da modernidade. A espetacularização da fé (PATRIOTA, 2006) através da veiculação midiática dos discursos religiosos proporcionam, para além da conversão de novos adeptos, uma simpatia pela religião além de um conforto psicológico em momentos de tristeza e angústia.

4. CONCLUSÃO

As plataformas de *streaming* como o *YouTube* e a *Twitch* têm gerado oportunidades de crescimento e de produção por pequenas produtoras e empresas que não possuem capital necessário para transmitirem e produzirem seus conteúdos em mídias convencionais como a TV e as rádios. Nesse momento de pandemia da Covid-19 no Brasil e distanciamento social, muitas igrejas recorreram ao meio digital para transmitirem seus cultos aos fiéis que não podem ir aos templos. Pregadores e pastores também observaram na plataforma um modelo de conquistarem capital simbólico entre o meio evangélico através de suas pregações e programas. Os objetivos são os mesmos dos programas da televisão e a resposta do público gera espaço para que outros produtores de conteúdo também invistam nessas plataformas pelo seu baixo custo e grande oportunidade de retorno financeiro.

Uma grande diferença e, de fato, uma vantagem na produção desse conteúdo na internet é o compartilhamento dos programas através de redes sociais com o *Facebook*, *Whatsapp* e *Twitter*. Grande parte do público conquistado por estes pregadores ocorreu pelas visualizações e conhecimento gerado fora da plataforma, em outras redes que compartilhavam o conteúdo. Pela curta duração dos vídeos, os títulos com grande apelo emocional, as frases motivacionais e a não utilização de um discurso oral convencional evangélico, a fórmula do Televangelismo *Coach* se moldou ao universo digital e se

tornou popular a uma nova camada da população que não assistia a estes programas exibidos nas TVs: os jovens¹⁴.

O Televangelismo tradicional tem como claro objetivo o proselitismo religioso, de evangelizar por meio da mídia audiovisual e conquistar mais adeptos, mas o Televangelismo *Coach*, próprio do *streaming*, tem, também, como objetivo prover consolo, um discurso motivacional para o enfrentamento das dificuldades e adversidades, e não existe apelo para a conversão ou para arrependimento de pecados nesse novo formato. Mas a palavra ainda está ali, o apelo ainda está ali, não de forma direta e apelativa, mas de modo sutil, no subtexto. O apelo ao arrependimento e pela aceitação da pregação acontece através do estilo de vida, da mudança do *mindset* gerado pela pertença a uma nova cultura, uma cultura do reino (AGUIAR, 2020).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Taylor Pedroso de. **A “cultura” para o reino: materialidades e sentidos da adoração em uma juventude evangélica em porto alegre**. Disponível em: <001115459.pdf (ufrgs.br)>. Acessado em: 10/12/2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Almedina. São Paulo, SP. 2011.

CAMPANELLA, Bruno; CASTELLANO, Mayka. **Cultura terapêutica e Nova Era: comunicando a “religiosidade do self”**. Comunicação, Mídia e Consumo. 12. 1-30. 10.18568/1983-7070.1233171-191. 2015. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/278329401>>. Acessado em 07/02/2021.

CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. São Paulo: Cultrix, 1992.

CUNHA, Magali. **“Vinho novo em odres velhos”. Um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil**. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27134/tde29062007153429/publico/tese_magali_cunha_2004.pdf>. Acessado em: 10/12/2020.

ILLOUZ, Eva. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MITTEL, Jason. **Genre and television**. London, New York: Routledge, 2004.

¹⁴ Segundo dados do Youtube Insights 2017, 96% dos jovens de 18 a 34 anos que estão ativos na internet consomem conteúdo da plataforma diariamente, sendo o segundo site mais acessado em toda a *web*. O sucesso do conteúdo na plataforma contrasta com os baixos números de audiência deste tipo de conteúdo na televisão e com uma audiência mais envelhecida.

PANTOJA, João Afonso dos Santos L.; MENDONÇA, Kátia. **“Fala que eu te escuto”**: um estudo sobre o televangelismo e a igreja universal do reino de deus (iurd) nas ciências da religião. Disponível em: <<https://periodicos.ufpa.br/index.php/nra/article/view/8629/6194>>. Acessado em: 12/12/2020.

PATRIOTA, Karla. **Fala Que Eu Te Escuto: O Discurso Midiático dos Pastores da Igreja Universal**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, DF, 2006.

PAULANI, Leda. **Modernidade e discurso econômico**. São Paulo - SP. Boitempo. 2005.

PIERUCCI, Antônio Flávio. **O desencantamento do mundo: todos os passos do conceito em Max Weber**. São Paulo – SP. Editora 34. 2003.

RIBEIRO, Paulo Silvino. **"O advento do Neopentecostalismo no Brasil"**; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/o-advento-neopentecostalismo-no-brasil.htm>. Acessado em: 30/12/2020.

RIEFF, Phillip. **The triumph of the therapeutic**. Londres: Harper Collins Publishers, 1966.