

## **Evangélicos e cultura: como agências religiosas acionam elementos culturais no Instagram**

Lucas Luiz Rocha Ferreira da Silva<sup>1</sup>  
Yvisson Martins Gonçalves de Lima Sabino<sup>2</sup>

**Resumo:** O presente artigo é fruto de uma dissertação em andamento, no qual o objetivo deste trabalho será de demonstrar a complexidade do fenômeno religioso, buscando sair do imaginário que rege a sociedade e analisar como eles utilizam e moldam a linguagem secular para adaptar discurso e suas práticas. Utilizamos os casos das igrejas A Ponte (Recife-PE) e Hillsong (SP) para ilustrar como os evangélicos estão utilizando estratégias para se comunicar com seus membros e ocupação do espaço público. Analisamos como essas agências adaptaram a linguagem da cultura pop, construindo uma identidade cristã, e, assim, embaralhando a fronteira entre secular e religioso. Nesse contexto a discussão proposta busca evidenciar o apelo visual presente em algumas igrejas evangélicas, e como esse apelo pode estar associado a elementos da cultura pop. Compreendemos que cada vez mais os evangélicos vêm demonstrando habilidade em manejar a “arma da cultura”, articulando filmes, séries, projeções de símbolos na cidade, como forma de engajamento com a cultura atual.

**Palavras-chave:** Religião e cultura; inovação cristã; religião pública; cultura visual.

### **1. Introdução**

Das mais variadas formas, a religiosidade no Brasil nos circunda e firma-se presente na nossa vida cotidiana: membros da família e conhecidos que pertencem a alguma denominação religiosa, canais de tv que realizam transmissões das missas e pregações, os atuais embates polêmicos entre religião e política, e dentre outros numerosos exemplos que podem ser ilustrados. Através das mídias de entretenimento, podemos traçar perfil do que são os religiosos e como estes se comportam em espaço público. Porém, com um olhar mais atento, percebe-se que tal pensamento apresenta falhas: a fenômeno da religião, assim como os membros pertencentes a ela, são complexos, e que demandam sair do comodismo imagético criado pelo senso comum, buscando superar esses estereótipos que reduzem o fenômeno a uma rasa análise. Exclamar que alguém é evangélico – que será nosso foco – reduz os membros a uma

---

<sup>1</sup> Mestrando em Antropologia pelo programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: lucas.lui@outlook.com

<sup>2</sup> Mestrando em Antropologia pelo programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: yvisson.martins@ufpe.br

massa homogênea, e não compreendendo as diferentes práticas e interpretações sobre o mundo.

O presente artigo é fruto de uma dissertação<sup>3</sup> que ainda se encontra em estágio inicial, no qual o objetivo deste presente trabalho será de superar os estereótipos alçados pelo imaginário do senso comum e analisar como os religiosos utilizam e moldam a linguagem secular para adaptar os discursos e suas práticas. De início, iremos expor os principais debates teóricos acerca dos temas para em seguida apresentarmos como algumas agências evangélicas utilizam elementos da cultura pop em seus cultos e nas redes sociais. Buscamos demonstrar que estas agências adaptaram a linguagem da cultura pop como forma de construção de identidade religiosa, e, assim, desafiando as fronteiras daquilo que consideramos inerente ao secularismo.

Em tempos pandêmicos, de que por medidas de segurança sanitárias recomendadas pela Organização Mundial da Saúde - o distanciamento social e utilização de máscaras para o bem coletivo como uma das principais recomendações - a metodologia utilizada para levantamento dos dados não consiste na tradicional etnografia. A coleta do material se deu por meio dos “prints” das postagens públicas no Instagram das Igrejas envolvidas na pesquisa, em que analisamos o conteúdo, em uma espécie de trilha inicial para compreensão do fenômeno.

## **2. A publicização do religioso através da cultura e materialidade**

Antes de adentrarmos na discussão do aporte teórico que dialoga especificamente com o trabalho, precisamos limpar um embaraço conceitual que a antropologia enfrenta desde a sua institucionalização como ciência e que reverbera até sua atualidade: desde os tempos de Edward Tylor, a categoria cultura vem sendo reformulada conceitualmente pelos antropólogos, e como ilustra Roque Laraia (2014, p. 28), “[...] o universo conceitual tinha atingido tal dimensão que somente com uma contração poderia ser novamente colocado dentro de uma perspectiva antropológica”. Dito isso, não temos como objetivo discutir profundamente o que seria cultura pop, no qual iremos partir da compreensão de Reblin (2020) sobre o fenômeno. Segundo o autor

---

<sup>3</sup> Desenvolvida por Lucas Luiz, que tem como tema de estudo o entrelaçamento da cultura com a religiosidade na Igreja A Ponte.

citado, a cultura pop é um dos principais fenômenos culturais do nosso tempo, podendo ser compreendida como um conjunto de bens, símbolos, artefatos, narrativas, visões de mundo que surgem a partir de uma indústria cultural criativa. Nesse contexto, a cultura pop enquanto um fenômeno cultural cria tendências, comportamentos, influencia gostos e estabelece linguagem. Dizer que algo pertence ao mundo da cultura pop, seria enfatizar algo derivado do mercado de entretenimento, em que esta, é localizada como pertencente a esfera do secularismo. Mas o que seria essa última categoria evocada?

O embaraço conceitual que nos afligem ainda não foi totalmente eliminado: a categoria secularismo causa debates acalorados sobre sua definição, em que sua formulação mais rotineira – separação entre Estado e Religião – não surte efeito desejado de compreensão sobre o tema, deixando arestas no caminho a serem cortadas. Precisamos mergulhar mais a fundo sobre o jogo relacional entre religião e secular que nos direcionam para cruzarmos uma fronteira, onde somente na superfície aparentam ser apartadas, mas com um olhar cuidadoso e de dentro, percebe-se que esse limiar tracejado é borrado, confuso, com início e fim não bem delimitado e causando uma certa estranheza para os que estão de fora. Portanto, para iniciarmos a discussão desta categoria, devemos falar sobre a publicização da religião.

O sociólogo espanhol Casanova (2010) argumenta que as sociedades europeias costumam desprezar a religião por considerarem-na como empecilho para o progresso, causadora de problemas sociais como guerras e proibição dos direitos sociais. Há um “apagão” advindo da mentalidade do secularismo, de que esta também foi causadora de malefícios para sociedade europeia em geral, e de proporcionar esquecimento que a religião teve seus momentos de ajuda no progresso das sociedades. Exponente da terminologia religiões públicas, Casanova (1994) conclui que a religião nega o espaço do privado como sua única esfera de atuação e vai a público. Conforme o autor, a década de 1980 é emblemática, pois a religião se tornou pública, em dois sentidos: adentrou a esfera pública e ganhou publicidade, assumindo assim um caráter de “desprivatização” do religioso. As religiões em todo o mundo estariam adentrando na esfera pública não apenas para contestação política de defesa de sua gramática tradicional, mas para participar das lutas, das definições entre esferas privada e pública, de legalidade e moralidade, entre indivíduo e sociedade, dentre outros. Em outras

palavras, a religião revelou-se pública, “desprivatizando-se”, e tendo papéis importantes na política, em um mundo que acreditava-se estar cada vez mais secularizado. Porém, a ideia de desprivatização possui falhas (Ver Montero 2018), visto que o próprio autor considera difícil separar a gênese do secular e religioso, no qual nunca é claro o suficiente fazer a diferenciação.

Em Joanildo Burity (2015), vemos que o caráter público da religião pode assumir várias formas de mobilização e contestação, nessa perspectiva chamamos atenção para a discussão sobre a dispersão da religião, proposta pelo autor. Para compreender tal conceito, primeiramente deve-se entender o termo religião como algo equívoco, sobretudo, pois se relaciona com a produção histórica e institucional do cristianismo. Nesse sentido, a dispersão é a possibilidade dos recursos da religião ou redefinições se manifestarem em um contexto específico, quando é evocada, afirmada, redescoberta, utilizada em novas articulações. Dispersão pode ser compreendida como a possibilidade de que mesmo imagens, interpelações, normas e descrições empíricas concebidas como seculares se tornem lugares onde irrompe ou insiste o religioso. Logo, o caráter público de religião pode ser reinventado, como forma identitária que não só representa uma contestação de várias formações hegemônicas contemporâneas, mas também empresta seu léxico e gramática a lutas não intrinsecamente religiosas. Como explicitado acima, vemos que a religião não vai a público, ou ganha publicidade apenas pelo viés religioso. Burity (2015) indica possíveis caminhos em que agências religiosas utilizam de outras gramáticas para o religioso se manter enquanto algo relevante.

Portanto, como compreender o secular? Charles Hirschkind (2017), busca encontrar indícios de como encontrar “secular”, considerado como o “ar que respiramos”, representa tarefa um tanto que “enigmática”. Passando por autores como Kant, Connolly e Asad, desenvolvendo suas contribuições teóricas para o cerne da questão, Hirschkind (2017, p. 183) conclui que ao se falar do elemento, como por exemplo dizer que a pessoa “(...) vive uma vida secular”, não nos dá informações precisas sobre esses hábitos praticados. Isto é, a categoria do secularismo tem fronteiras que são “borradas”, no qual o religioso se confunde com o secular e vice-versa, tornando-se assim uma questão relacional, dialética e ao mesmo tempo, instável. Será através desse aporte teórico que iremos analisar os casos específicos deste ensaio.

Acerca das discussões sobre a materialidade religiosa, trazemos Birgit Meyer (2018) para o debate. Segundo a autora, os estudos sobre protestantismo ainda se ancoram na célebre obra weberiana, *Ética protestante e o espírito do capitalismo*. Em decorrência disso, os pesquisadores têm uma visão iconoclasta acerca do estudo do religioso, e não levando em consideração tanto o aspecto material - ou estético - como o sensorial, contido na denominação religiosa. Tomando como base Bernice Martin, a autora sustenta o argumento de que é preciso atentar-se a esses dois aspectos, que não são restritos a somente o pentecostalismo, mas para todo protestantismo, e podendo expandir a análise para as demais religiões. Os conceitos manejados pela autora, formação estética e forma sensorial, podem nos ajudar na análise do religioso. Respectivamente, a primeira condiz com as experiências e sentidos, moldando o corpo, enquanto a segunda, condiz com as instituições religiosas e o processo de autorização dos mecanismos que geram repetição dos sentimentos, criando uma identidade religiosa. A estética não pode ser limitar a arte (discussões sobre o que é belo, em Kant, por exemplo) ou na díade corpo-mente (discussão também desenvolvida pelo Kant), precisando-se superar essas barreiras, e indo mais além: estética é uma forma de persuasão, daquilo que “se materializa nas coisas” (MEYER, 2019, p. 53). A religião carrega a estética da persuasão, e produção de verdade que reverbera no indivíduo, conectando transcendência com a matéria. Dito isso, os designs encontrados na arquitetura religiosa, músicas e filmes do mercado gospel, bem como fenômeno da glossolalia (materialização da linguagem pela “energia” do espírito santo), servem de exemplos para constatar a articulação entre religião e materialidade. Analisando a obra de Meyer, a antropóloga Renata Menezes (2018) faz duas críticas pertinentes: os pressupostos da autora analisada baseiam-se mais em textos filosóficos e teológicos do que nos etnográficos; a Meyer busca tensionar pentecostalismo e protestantismo, com intuito de levar os conceitos a serem aplicáveis para outras religiões no geral, no qual ressalta ser interessante fazer as devidas tentativas, contudo, precisam ser melhores explicadas e aprofundadas as questões.

No nosso cenário brasileiro, em umas das poucas discussões antropológicas sobre como os evangélicos acionam a cultura, Mafra (2011, p. 608-609) reflete: “Poucas vezes os evangélicos brasileiros ousaram utilizar a “cultura como arma” a seu favor e,

quando o fizeram, demonstraram uma grande falta de familiaridade com o instrumento” Tal provocação se mostra bastante pertinente para esse artigo, ao menos para identificar como a literatura especializada reflete a relação entre evangélicos e cultura. Mafra (2011) principalmente está analisando os “objetos sagrados” dos evangélicos e sua relação como “objetos de cultura e arte”, levantando uma problematização de que os evangélicos não tiveram sucesso quando tentaram acionar a cultura, pensando essa articulação em um cenário mais amplo, se referindo ao patrimônio cultural. Sant’Ana (2013) utilizando o ponto de partida colocado por Mafra (2011) demonstra a articulação de parlamentares evangélicos na inclusão do termo música gospel na Lei Rouanet (Lei de Incentivo à Cultura), para autora já seria apropriado problematizar porque o debate da cultura se tornou uma alternativa para os evangélicos.

Vital da Cunha (2018) chama atenção de como o avanço do pentecostalismo no Brasil gerou uma “cultura pentecostal”, e como essa cultura vem crescendo nas periferias e se espalhando para além dela, por vezes utilizando de elementos da cultura secular nacional. A autora busca compreender como as pessoas ativam, manipulam e operam a fé para além dos limites das igrejas, sobretudo nos espaços da periferia. Os trabalhos de Vital da Cunha (2014 e 2018), buscam demonstrar etnograficamente a presença de “grafites evangélicos” nos espaços urbanos, compreendendo o grafite como elemento artístico da cultura urbana, mas que se relaciona diretamente com uma cultura pentecostal, ou seja, uma maneira dos jovens evangélicos agenciarem o religioso pela via da arte. Os trabalhos da autora contribuem na percepção de como os evangélicos conseguem acionar elementos artísticos urbanos com elementos religiosos, nesse contexto é interessante perceber, ou questionar, se a religião produz apenas algo religioso, por vezes é possível compreender a existência de um borramento entre o religioso e o secular, como exposto anteriormente.

Portanto, é seguro dizer que a materialidade está presente nos evangélicos, que os moldes de pensamento provenientes do Weber, que encarcera a análise numa perspectiva iconoclasta, e desconsiderando as multiplicidades das análises sobre a estética, sensorialidade e não materialidade.

### **3. O religioso, secularismo e a mídia na construção da identidade cristã**

A mescla entre mercado de entretenimento com religião não é um fenômeno que veio surgir recentemente: a música gospel que tem suas raízes nos corais das igrejas afro-americanas, reverberam até a nossa atualidade, e que em 2018, no nosso mercado brasileiro, movimentava o que corresponderia a fatia de 20%, de acordo com a Abrepe<sup>4</sup>. Não só de música que os religiosos vivem, como também consomem entretenimento por meio dos filmes religiosos, como os populares *A Cabana*, *Deus não está morto* e *Os Dez Mandamentos*, sendo considerados como referências e sucesso entre o público. Porém, exemplos como esses citados possuem investigações analíticas que tratam os religiosos como parte da massa de manobra: “cegos” que consomem o que seus líderes ordenam, em um jogo de aceitação ou rejeição, dos materiais de entretenimento que podem ser ou não, propícios de uma formação da identidade religiosa. O que alertamos aqui é do reducionismo que essas análises podem oferecer, ignorando a agência dos grupos, enquadrando-os como meros consumidores acríticos das obras religiosas, e da recusa constante daquilo que seria considerado vindo do secularismo. Para evidenciar como os evangélicos utilizam a linguagem proveniente do secularismo de diversas formas como estratégia, trouxemos três postagens para serem analisadas: a primeira aponta como filmes seculares são utilizados por meio da reflexividade crítica; a segunda postagem refere-se à utilização dos memes, e a última, a religião indo a público como forma de angariar atenção de fora do espaço religioso, atraindo novas pessoas, e divulgando mensagens consideradas importantes.

A igreja transnacional Hillsong Brasil, localizada no estado de São Paulo, foi fundada pelo pastor australiano Brian Houston, como forma de expansão de suas outras sedes que estão espalhadas em diversos países como Inglaterra e Argentina, chegando ao nosso território em 2016. Rocha (2016) evidencia algumas características presente na Hillsong: o caráter informal adotado nos cultos, tanto na linguagem dos pastores, bem como nas vestimentas utilizadas na igreja. Para a autora muitas igrejas brasileiras estão se inspirando na Hillsong, principalmente pelo seu foco nos jovens e no seu estilo de culto. Já a igreja da Ponte – Fundada em 2014 e com sua sede principal localizada na cidade do Recife/PE – se apresenta como uma igreja cristã reformada que pode ser compreendida através dos seus três arcos: relacionamento, serviço e cultura. Ambas se

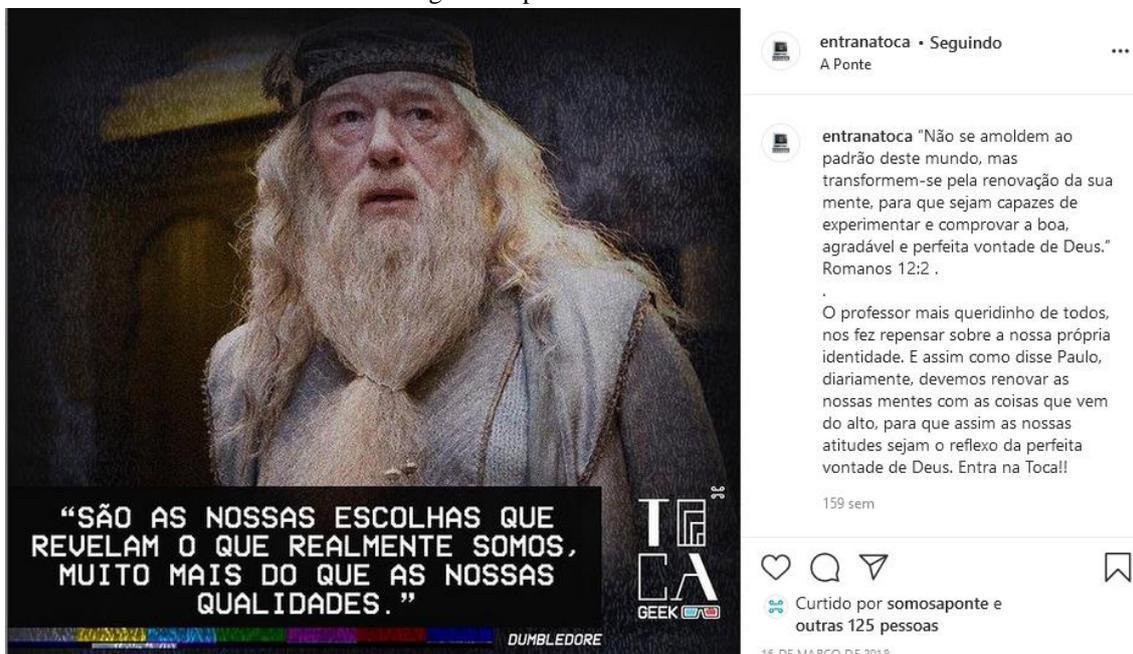
---

<sup>4</sup> Associação Brasileira de Empresas e Profissionais Evangélicos

baseiam na estética do *worship*, rompendo com os estereótipos para aqueles que imaginam em uma igreja nos moldes tradicionais, com padrão estético “diferente” de outras igrejas evangélicas. Conforme Aguiar (2020), a expressão *worship* possui múltiplos sentidos, podendo ser uma referência a um estilo musical, a uma estética de culto e a uma cultura de adoração. Aqui chamamos atenção na utilização do termo como uma referência a uma estética de culto. Ao entrar no local e observar o decorrer do culto, identifica-se luzes do espaço que ficam apagadas e, no momento destinado aos hinos, elementos tecnológicos são utilizados, como jogos de luz e fumaça artificial, telões no palco que transmite o culto, e de pessoas pulando e levantando suas mãos nos louvores musicais.

Ao acessar o Instagram nos deparamos com as seguintes características: uma identidade visual que exala modernidade através de design robusto, fotos relacionadas aos cultos que demonstram a grandiosidade de estar presente no local, divulgações de notícias, memes e links externos para serem acessados, bem como vídeos curtos que recortam discursos provenientes das pregações dos pastores, com intuito de serem compartilhadas e viralizadas. Seguimos para o primeiro caso:

Imagem 01: professor Dumbledore



Fonte: @entranatoca, Instagram (2018)

A imagem acima refere-se ao ministério jovem ligada a Ponte, A Toca. Os líderes a frente delas utilizam ferramentas como podcasts e vídeos para apresentar conteúdos diversos que dialoguem com seus fiéis. O personagem em destaque acima é interpretado por Michael Gambon, da franquia de filmes produzida pela Warner Bros, Harry Potter. Ora, como uma saga de bruxos, alvo de polêmicas no meio religioso por considerarem como “demoníaco”, de “fora”, considerada secular, pode ser utilizada pela Igreja, que pretende tratar do sagrado e tirar o profano do caminho?

O conteúdo do texto da postagem nos é revelador: a frase do personagem, tido como um sábio na franquia de filmes, trata sobre como nossas atitudes podem revelar quem somos, uma identidade, e este pensamento, amarra-se com o versículo bíblico sobre como as atitudes devem estar em confluência com a vontade de Deus. Vejamos outra postagem mais recente:

Imagem 02: meme utilizado costumeiramente para refletir impaciência



Fonte: @entranatoca, Instagram (2020)

No centro da imagem temos um meme que tem como origem de uma cena da série “Três é Demais”, interpretada pelo ator Mike Hughes, que repercutiu nas redes sociais em meados de 2020, e representa uma expressão facial caricata e associado ao infantil, de quando algo não agrada a pessoa, e demonstra impaciência do ouvinte. Nota-

se que ao lado da imagem em destaque tem um desenho referente a uma pessoa trajando somente as vestes da parte de baixo, com os braços erguidos de forma associada a demonstração de força e exibição. “Deus se importa com a minha roupa?”, é o título da postagem que promete tratar sobre o assunto em questão, considerado como “tabu” e controverso entre os evangélicos no geral, levantando questionamentos que fazem parte do cotidiano dos cristãos, como: vestimentas adequadas para ambiente de praia, e se deve cortar o cabelo ou não, e dentre assuntos polêmicos. Com linguagem voltada para seu recorte de público considerado mais jovem, e “atenados” nas novidades, o ministério jovem estabelece uma gramática com relação ao secular, e adaptando-a para o religioso, não só limitando-se ao texto, mas com elemento visual chamativo, utilização de tags para delimitar o assunto (#roupa, #moda e #Jesus são alguns exemplos) e linguagem direta e objetiva com utilização de “emojis” típicas da área de Marketing. A linguagem secular, então, é manejada para estabelecer o religioso, pensando e construindo aquilo que não faz parte do sagrado de forma crítica, construindo corpo e noções religiosas, em outras palavras, uma identidade cristã. O momento é um diálogo mais interno, algo entre muros, daqueles que acompanham e seguem as suas redes sociais, que funciona também para o público externo, atraindo os interessados em conhecer e saber mais sobre a igreja. Na sua etnografia com Bible Society, Engelke (2013) nos traz uma ideia advinda de uma conversa entre o líder religioso com os seus membros: a dinâmica entre “viver com cultura<sup>5</sup>” e “envolver-se com a cultura<sup>6</sup>”, no qual esta expressão utilizada reflete o pensamento da quebra entre divisão igreja-cultura, e que nada estará de fora do alcance bíblico. Assim como os membros da Bible Society, o ministério jovem da Ponte estimula seus membros a pensarem e questionarem criticamente sobre aquilo que está se envolvendo, e, assim, “envolvendo-se com a cultura” com uma postura analítica. Como ressaltado pelo autor, e que se encaixa aqui na nossa análise, os religiosos estavam desafiando a linha tênue existente entre sagrado e profano, no qual “adaptaram” a linguagem para um público além da igreja, e, assim, fazer uma economia das representações, buscando demonstrar a relevância da bíblia para a cultura. Ambiência, termo utilizado pelo antropólogo, articula o emaranhamento das esferas sociais, de uma mediação entre elas, do privado

---

<sup>5</sup> Living with culture, no original.

<sup>6</sup> Engaging with culture, no original.

para o público, em que sensorialidade e estética tornam-se evidentes pelos religiosos. Giumbelli (2014) ressalta que os evangélicos possuem sua própria maneira de apropriação da noção de cultura, impactando as formas que a sociedade concebe cultura. Nesse contexto, é interessante perceber como os evangélicos não são tão avessos à noção de cultura, mas os mesmos têm suas próprias maneiras de invocar e mediar a relação entre religião e cultura. Vejamos agora uma imagem que representa os religiosos indo além dos muros:

Imagem 03: símbolos da cruz e amor projetados no prédio



Fonte: Instagram (2021)

Na imagem acima, temos a postagem da Hillsong referente ao Domingo de Páscoa, com projeção do símbolo da cruz e colocando-a como igualdade ao símbolo do amor. De forma complementar, no outro dia, a igreja postou um vídeo curto, com trilha sonora ao fundo, e ressaltando os símbolos contidos na imagem acima, diversas vezes. Importante notar que pelo caráter transnacional da igreja, o conteúdo da mensagem transpassa os limites geográficos brasileiro, e estende-se para o mundo, com o conteúdo do texto tanto em português como em inglês, com *tags* que permitem os usuários

perambularem pelo ambiente digital<sup>7</sup>, alternando entre as contas internacionais e a brasileira. A Meyer (2019) oferece caminhos para compreender como o religioso pode se publicizar por meio do mercado da cultura. Segundo a autora, é notório um alinhamento entre a religião e o avanço tecnológico, sobretudo as mídias de massa, na qual essa relação entre religião e tecnologias midiáticas, não é uma perda de substância, em que o religioso estaria fadado a ruir diante os avanços tecnológicos. Para a autora, o que está claro é que, para uma evidência pública da religião, é preciso que ela demonstre habilidade de utilizar e se colocar no mercado da cultura, incorporando as mídias de massa audiovisual como forma de garantir sua presença pública.

Voltando para Engelke (2013), nos chama atenção como grupos religiosos podem utilizar de elementos que codificam a secularidade, desde a comunicação, as cores, a colocação física, todos esses são elementos que o autor compreende como ideologia semiótica da cultura. Para o autor é interessante perceber a existência de uma inovação cristã atrelada a um apelo de linguagem do mercado capitalista, mas isso não necessariamente é um abandono da fé e dos valores cristãos.

#### **4. Considerações finais**

A pesquisa ainda está em desenvolvimento, buscando traçar novas perspectivas na relação entre materialidade e cultura, nos moldes de Birgit Meyer. Como destacado anteriormente, a antropologia aos poucos está se libertando das correntes de análise Weberiana, caminhando em passos lentos para compreensão desse fenômeno, e buscando alimentar mais dados etnográficos, que aparecem ainda timidamente em outras pesquisas. Em suma, apresentamos primeiramente como a religião faz parte do espaço público, através dos autores expressos anteriormente, e que sua relação com o secularismo é desafiadora, não sendo possível traçar uma gênese, sendo um borramento das fronteiras.

Utilizamos os casos das igrejas da Ponte e Hillsong para ilustrar isso, de como elas utilizam estratégias para se comunicar com seu público e fora do espaço religioso, firmando-se de modo público no espaço considerado como secular. Atualmente, analisar

---

<sup>7</sup> Categoria utilizada pelas antropólogas Débora Leitão e Laura Gomes (2018), ambiente digital como analogia da estrutura digital com uma cidade viva e que as pessoas tendem a percebê-la como natural.

o fazer religioso nos moldes de um pensamento que reduz a estereótipos de massa de manobra, consumistas acrílicos do secular, é fazer reducionismo de um fenômeno da sua inerente complexidade. Os religiosos estão em espaço público não somente para falar de política e consumo do mercado religioso, mas também, dialogando e apropriando-se das linguagens consideradas como seculares para engajar e adaptar para sua própria e transmitir para além muro. Buscamos aqui evidenciar o apelo visual presente em algumas igrejas evangélicas, e como esse apelo pode estar associado a elementos da cultura pop, que por sua vez pode ser lida como secular. Nesse sentido, compreendemos que cada vez mais os evangélicos vêm demonstrando habilidade em manejar a “arma da cultura”, articulando filmes, séries, projeções de símbolos na cidade, como forma de envolvimento com a cultura atual.

#### 5. Referências bibliográficas:

AGUIAR, T. P. A “cultura” para o Reino: materialidades e sentidos da adoração em uma juventude evangélica em Porto Alegre. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2020.

BURITY, J. A cena da religião pública: Contingencia, dispersão e dinâmica relacional. **Novos estud. CEBRAP [online]**., n.102, pp.89-105, 2015.

CASANOVA, Jose. Introduction. In: **Public religions in the modern world**. Chicago: University Chicago Press, pp. 02-11, 1994.

\_\_\_\_\_. O Problema da Religião e as Ansiedades da Democracia Secular Europeia. **REVER – Revista de Estudos da Religião**, São Paulo, PUC-SP, vol. 10, n. 4, p. 1-16, 2010.

ENGELKE, Matthew. Angels in Swindon. In: **God’s Agents: Biblical Publicity in Contemporary**. England.Berkeley: University of California Press, pp. 37-63, 2013.

\_\_\_\_\_. The Semiotics of Relevance. In: **God’s Agents: Biblical Publicity in Contemporary**. England.Berkeley: University of California Press, pp. 64-98, 2013.

GIUMBELLI, Emerson. Turismo religioso, gospel e políticas culturais: notas sobre articulações entre religião e cultura no Brasil. In: **REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA**, 29., 2014, Natal. *Anais [...]*. Natal: ABA, 2014. Disponível em: <http://www.29rba.abant.org.br/resources/>.

\_\_\_\_\_. When religion is culture: observation about state policies aimed at Afro-Brazilian religions and other Afro-Heritage. *Revista Sociologia e Antropologia*, v. 8, p. 401-426, 2018.

GUARDA, Adriana. Música Gospel movimenta um mercado de R\$ 2 bilhões por ano. **JC Online**, Recife. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/canal/economia/pernambuco/noticia/2018/01/28/musica-gospel-movimenta-um-mercado-de-r-2-bilhoes-por-ano-325747.php>. Acessado em: 31/04/2021.

HIRSCHKIND, C. Existe um corpo secular?. **Relig. soc. [online]**, vol.37, n.1, pp.175-189, 2017.

LARAIA, R.B. Ideia sobre a origem da cultura. In: **Cultura, um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: JorgeZahar, p. 53-59, 2004.

MENEZES, Renata. “As religiões, a estética e o sensorial”. **Debates do NER**, vol. 18, n.34, pp. 47-54, 2018.

MEYER, Birgit. “A estética da persuasão: as formas sensoriais do cristianismo global e do pentecostalismo”. **Debates do NER**, vol. 19, n. 34, pp. 13-45, 2018.

\_\_\_\_\_. “Há um espírito naquela imagem”: imagens de Jesus produzidas em massa e outras formas de animação protestante-pentecostal em Gana. In: GIUMBELLI, Emerson (et all). **Como as coisas importam**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019.

MAFRA, Clara. A “arma da cultura” e os “universalismos parciais”. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 607-624, 2011.

MONTERO, Paula. Religião Cívica, Religião Civil, Religião Pública: continuidade e descontinuidades. **Debates do NER**, n. 33, v. 19, pp. 15-39, 2018.

REBLIN, Iuri Andréas. Método cartográfico-crítico para análise de artefatos da cultura pop a partir da área de ciências da religião e teologia. **REVER – Revista de Estudos da Religião**, v. 20, p. 11-26, 2020

ROCHA. C. A Megaigreja Hillsong no Brasil: a constituição de um campo religioso transnacional entre o Brasil e a Austrália. **PLURAL, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP**, São Paulo, v.23.2, 2016, p.162-181.

SANT’ANA, Raquel. A música gospel e os usos da “arma da cultura”: reflexões sobre as implicações de uma emenda. **Revista Intratextos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 23-41, 2013.

VITAL DA CUNHA, Christina. Religião, grafite e projetos de cidade: embates entre cristianismo da batalha e cristianismo motivacional na arte efêmera urbana. **Ponto.Urbe (USP)**, v. 15, p. 1-21, 2014.

\_\_\_\_\_. Pentecostal cultures in urban peripheries: a socio-anthropological analysis of Pentecostalism in arts, grammars, crime and morality. VIBRANT, Florianópolis, v. 15, p. 93-115, 2018.