



## MÍDIA E CULTURA

# Povo abençoado! Política e fé no meio dos influenciadores evangélicos brasileiros

*Blessed people! Politics and faith among Brazilian evangelical influencers*  
*Gente bendecida! Política y fe entre los influencers evangélicos brasileños*

**Cristina Teixeira Vieira de Melo<sup>1</sup>**

[orcid.org/0000-0002-3527-5501](https://orcid.org/0000-0002-3527-5501)  
[cristina.melo@ufpe.br](mailto:cristina.melo@ufpe.br)

**Paulo Roberto Gibaldi**

**Vaz<sup>2</sup>**

[orcid.org/0000-0002-8776-2715](https://orcid.org/0000-0002-8776-2715)  
[paulo.vaz@eco.ufr.br](mailto:paulo.vaz@eco.ufr.br)

**Recebido em:** 21 out. 2025.

**Aprovado em:** 01 dez. 2025.

**Publicado em:** 25 mar. 2026.

**Resumo:** Partimos do pressuposto de que as práticas de comunicação dos influenciadores evangélicos brasileiros formam câmaras de eco que fragmentam a esfera pública no país. Levantamos as hipóteses de que isso ocorre porque, ou eles não participam das discussões sobre os acontecimentos selecionados pelos meios de comunicação tradicionais, ou, quando participam, manipulam a confiança de seu público, de modo a produzir dissenso sobre a interpretação do que acontece. Analisamos um pouco mais de 600 *posts* de evangélicos, a maioria de direita, publicados no Instagram entre 14 e 28 de novembro de 2024. Ao final, sugerimos que predomina, entre essas lideranças, um discurso terapêutico-religioso que atua de duas formas distintas na esfera pública: a) Produz indivíduos descolados da atualidade política, mas, quando necessário, mobilizáveis a partir das guerras culturais; b) Opera uma separação afetiva entre "nós" e "eles" que, sistematicamente, desqualifica, cognitivamente e moralmente, seus inimigos, ao mesmo tempo em que reafirma a sua própria confiabilidade.

**Palavras-chave:** Influenciadores evangélicos. Política. Câmara de eco. Discurso motivacional.

**Abstract:** We start from the premise that the communication practices of Brazilian evangelical influencers create echo chambers that fragment the public sphere in the country. We hypothesize that this occurs because either these influencers do not engage in discussions about events selected by traditional media outlets, or, when they do participate, they manipulate the trust of their audience in such a way as to produce dissent regarding the interpretation of current events. We analyze over 600 posts by evangelicals, predominantly from the right, published on Instagram between November 14 and 28, 2024. In conclusion, we suggest that among these leaders, a therapeutic-religious discourse predominates, which operates in two distinct ways within the public sphere: a) it produces individuals detached from current political realities, but who can be mobilized, when necessary, around cultural wars; b) it fosters an emotional separation between "us" and "them", systematically disqualifying their adversaries cognitively and morally while simultaneously reaffirming their own trustworthiness.

**Keywords:** Evangelical influencers. Politics. Echo chambers. Motivational speech.

**Resumen:** Partimos del supuesto de que las prácticas de comunicación de los influencers evangélicos brasileños forman câmaras de eco que fragmentan la esfera pública en el país. Formulamos la hipótesis de que esto ocurre porque, o bien estos influenciadores no participan en las discusiones sobre los acontecimientos seleccionados por los medios de comunicación tradicionales, o, cuando participan, manipulan la confianza de su público de manera que producen dissenso sobre la interpretación de lo que sucede. Analizamos un poco más de 600 publicaciones de evangélicos, la mayoría de derecha, publicadas en Instagram entre el 14 y el 28 de noviembre de 2024. Al final, sugerimos que predomina entre estos líderes un discurso terapéutico-religioso que actúa de dos maneras distintas en la esfera pública: a) produce individuos desconectados de la actualidad política, pero, cuando es necesario, movilizables a partir de las guerras culturales; b) opera una separación afectiva entre "nosotros" y "ellos" que sistemáticamente



Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob a licença [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), que permite a cópia e redistribuição do material em qualquer formato e para qualquer finalidade, desde que a autoria original e os créditos de publicação sejam mantidos.

<sup>1</sup> Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil.

<sup>2</sup> Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

descalifica cognitiva y moralmente a sus enemigos, al tiempo que reafirma su propia confiabilidad.

**Palabras clave:** Influencers evangélicos. Política. Câmaras de eco. Discurso motivacional.

## 1 Problemática, objetivos e caminhos da pesquisa

No Censo 2022, 26,9% dos brasileiros se declararam evangélicos. Projeções calculavam que essa porcentagem já estaria acima de 30%, o que provocaria a transição religiosa do Brasil de maioria católica para evangélica – ainda em 2030. O avanço de 5,2 pontos percentual registrados em 2022 ficou abaixo da alta de 6,5 pontos ocorrida entre os censos de 2000 e 2010.

Vista sob um horizonte temporal mais amplo, a redução da taxa de crescimento não retira o espanto da magnitude da mudança. Hoje, a participação é de 26,9%, mas os evangélicos representavam 15,4% em 2000 e 9% em 1990. Em pouco mais de 30 anos, a participação triplicou. O crescimento se deu, sobretudo, às custas do catolicismo: de 83% em 1990, a participação caiu para 56,7%. Embora ainda tenha maioria católica, o Brasil não é mais o país com mais católicos no mundo; por outro lado, tornou-se já aquele com a maior população de evangélicos pentecostais (Almeida, 2025).

Mudança tão rápida e profunda atraiu a atenção das ciências humanas e da mídia, ainda mais por, nos últimos dez anos, ter se articulado a escolha política da maioria dos evangélicos brasileiros, que se tornou força decisiva na política do país, especialmente pelo apoio a candidatos conservadores a cargos majoritários. O ano de 2018 foi um marco. Segundo pesquisa de boca de urna do Datafolha (2018), o voto evangélico a Bolsonaro atingiu o percentual de 70%, enquanto Haddad recebeu 29%. Naquela eleição, pastores, bispos e outros influenciadores incitaram os fiéis contra o Partido dos Trabalhadores (PT), apresentando a legenda como uma ameaça aos valores morais e religiosos da Igreja, em especial à família. Em trabalho anterior, mostramos que a relação entre moralidade conservadora e antipetismo tem como pano de fundo as políticas públicas

do PT voltadas para os Direitos Humanos (DH), em particular aquelas focadas em questões de gênero e sexualidade (Melo; Vaz, 2021; Miskolci, 2021). Não ao acaso, entre as *fakes news* que circularam na campanha de 2018, as de maior repercussão foram a “mamadeira de piroca” e o “*kit gay*”. No plebiscito presidencial de 2022, o voto evangélico voltou a ser alvo de atenção da mídia e de disputa entre os candidatos. Segundo o mesmo Datafolha (2022), a pesquisa de intenção de voto, três dias antes do segundo turno, apresentava a proporção, entre os evangélicos, de 62% para Bolsonaro e 32% para Lula.

Apesar do interesse, ainda não há muitos estudos sobre o consumo de notícias dos evangélicos. Este trabalho pretende realizar uma exploração inicial a partir da questão sobre o grau de abertura dos evangélicos a acontecimentos e como apresentam as fontes alternativas de notícias. Sustentamos que *fake news* e teorias da conspiração circulam com relativa facilidade em “câmaras de eco”. Cientes de que as câmaras de eco funcionam fortemente nas mídias digitais, decidimos trabalhar com lideranças evangélicas que têm presença relevante nesses ambientes. Um objetivo deste trabalho é avaliar se as práticas de comunicação dessas lideranças formam câmaras de eco que fragmentam a esfera pública no Brasil por não participarem das discussões sobre os acontecimentos selecionados pelos meios de comunicação tradicionais, ou, se discutem, por manipularem a confiança de seu público de modo a produzir dissenso sobre o que acontece.

Insistimos: trata-se de um estudo exploratório. O que as lideranças evangélicas publicam nas redes sociais pode ser pensado, por analogia, como o que aparece nos meios de comunicação tradicionais. Pelo desconhecimento inicial sobre quem eram as lideranças com proeminência nas mídias sociais, tomamos por base a pesquisa Radar Evangélico (Aguilar, 2023) que mapeou a influência evangélica no Instagram e listou 44 influenciadores com, ao menos, 2 milhões de seguidores. O alcance individual e coletivo dessas lideranças impressiona, especialmente levando em consideração que, fora do mundo evangélico,

elas são pouco conhecidas. Quem de nós<sup>3</sup> já ouviu falar do pastor e cantor gospel Fernandinho? Entre os não evangélicos, não muitos, cremos. Porém, segundo a pesquisa, em 2023, ele tinha 4,9 milhões de seguidores no Instagram. Mas, há influenciadores com penetração muito maior. Na mesma época, Deive Leonardo tinha 16,8 milhões seguidores, e Nikolas Ferreira chegava aos 17,1 milhões. A título de comparação, personalidades progressistas do campo das artes e da política estão muito abaixo desses números. Caetano Veloso e Gilberto Gil tinham, em janeiro de 2025, respectivamente, 2,7 milhões e 2,6 milhões de seguidores, e Guilherme Boulos, 2,4 milhões.

Levando em consideração as preferências temáticas, o Radar Evangélico identificou que 45% dos influenciadores dedicam-se a matérias devocionais, 30% a assuntos motivacionais e 25% a questões políticas. Em outros termos, discursos religiosos, terapêuticos e políticos. Como intençãoávamos perceber de que forma os influenciadores atuam na esfera política, selecionamos os perfis mais atuantes nesse campo.

Na sequência, escolhemos um período marcado por acontecimentos de grande relevância para a política nacional, pois um indício de esfera pública fragmentada é a ausência de partilha dos acontecimentos que constituem a atualidade política tal como construídos e difundidos pela mídia. Delimitamos o intervalo de 14 a 28 de novembro de 2024 como recorte temporal para a investigação. Decidimos por esse período porque abrigava dois acontecimentos bastante noticiados pelos meios de comunicação tradicionais. O primeiro foi a revelação, pela Polícia Federal (PF), de que houve tentativa de golpe capitaneada por Bolsonaro e por militares de alta patente após as eleições de 2022. Uma série de acontecimentos derivados contribuiu para manter a tentativa de golpe no centro das atenções. Diferentemente de como ocorreu no

fim da ditadura militar, dessa vez, um general de quatro estrelas foi preso. Também ficou nítida a possibilidade de o ex-presidente Jair Bolsonaro ser indiciado. Nesse período, ainda vinculado ao indiciamento e prisão, ocorreu o ataque com explosivo ao Supremo Tribunal Federal (STF). O segundo acontecimento foi o Brasil sediar, pela primeira vez, o encontro da cúpula do G20, com todos os chefes de Estado presentes na cidade do Rio de Janeiro por três dias. Como episódios derivados, tivemos a atuação da primeira-dama, que xingou Elon Musk numa palestra, e a discussão sobre regulação das redes sociais.

Por fim, para estimar as diferenças de escolha e ênfase de acontecimentos, nessas duas semanas foram divulgadas duas notícias que têm relevância para o campo evangélico: a aprovação na Comissão de Constituição e Justiça da admissibilidade da Emenda Constitucional (PEC) que proíbe o aborto mesmo em situações previstas por lei e a morte do apóstolo Rina, da Igreja Bola de Neve.

Para discutir a fragmentação, nos interessava saber os diferentes pesos atribuídos aos acontecimentos do período da investigação. Para a nossa surpresa, poucas lideranças evangélicas da política comentaram as notícias midiáticas. O questionamento instantâneo incidiu sobre a classificação do Radar Evangélico. Verificamos que Silas Malafaia e Marco Feliciano, bastante ativos na política, foram categorizados como "motivacionais". Decidimos, então, incluir, na amostra, influenciadores reputados como "motivacionais".

Apuramos, também, que a maioria das lideranças da lista do Radar eram conservadores e de direita. Ao menos 80% dos 44 influenciadores apoiaram Bolsonaro em 2016 e 2022, seja por declarações, postagens, participação em eventos de campanha ou feitura de vídeos. Priscila Alcântara, que manifestou apoio a Lula em 2022, foi a única exceção à regra. Cientes desse fato, para além da

<sup>3</sup> Aqui, a referência ao pronome "nós" indica os leitores presumidos do texto: estudiosos de ciências humanas e sociais que ainda mantêm vínculos com os meios tradicionais de comunicação, como jornais e TV. O desconhecimento, por sua vez, talvez seja a questão central do texto, pois remete a uma esfera pública fragmentada constituída por grupos diferentes e relativamente fechados que desconhecem, mutuamente, as notícias e as personalidades que dominam as trocas de informações dos outros grupos. É curioso que estudiosos que vão analisar o consumo de mídia de grupos evangélicos estadunidenses, pela diferença de crenças, se autodescrevem como antropólogos estudando outras culturas (Tripodi; Garcia; Marwick, 2023).

listagem do Radar Evangélico, tomando por base notícias que indicavam as principais lideranças evangélicas brasileira de esquerda (Rangel, 2022), elegemos também como alvo de investigação os perfis no Instagram dos pastores progressistas Henrique Vieira e Caio Fábio. Embora ambos tenham um índice de seguidores no Instagram<sup>4</sup> bem abaixo da mediana de influenciadores do Radar Evangélico (4,2 mi), eles nos serviram de contraponto ao discurso evangélico conservador da lista que tínhamos em mãos.

Após essas manobras, chegamos ao número de 28 líderes. Ao longo das duas semanas, coletamos um pouco mais de 600 *posts* no total (494 de influenciadores de direita, mais 113 de evangélicos de esquerda). A maioria constituída por vídeos de menos de três minutos. Ao explorar esses *posts*, a primeira questão era saber se discutiam a atualidade política tal qual construída pela mídia. Se comentavam, procurávamos determinar quais eram as estratégias retóricas de manipulação da confiança. Já o discurso motivacional é, no caso, um discurso terapêutico-religioso para lidar com os sofrimentos humanos. Perguntamo-nos sobre a orientação do conselho, se mundana ou extramundana, isto é, se privilegiavam, como foi o caso ao longo da história do Cristianismo, a vida após a morte, ou, como é enfatizado na teologia da prosperidade, o futuro individual antes da morte. Também questionamos sobre o que esses discursos propõem ser o poder de Deus, de um lado, e o poder da fé, do outro. Em outras palavras, de que maneira os discursos falam de mérito e sucesso, se porventura o fiel consegue o que esperava? E quais estratégias usam para fidelizar seus seguidores e manter a confiança deles?

Guiando-nos pelas perguntas norteadoras e tendo feito uma leitura inicial das postagens, classificamos o *corpus* de acordo com certos topoi discursivos: atualidades do mundo, atualidades do mundo evangélico, relação com a finitude – tanto no sentido de sofrimento associado à impotência em relação aos eventos terrenos,

quanto em relação à mortalidade, e a importância da autonomia, da fé e da família. Antes da análise, expomos as considerações teóricas sobre as câmaras de eco, pressupondo que elas fazem funcionar uma dinâmica própria da comunicação evangélica nas redes sociais.

## 2 Câmaras de eco e fragmentação da esfera pública

Uma câmara de eco é um ambiente comunicacional onde um indivíduo se informa e discute o sentido moral e político de acontecimentos da atualidade com pessoas que partilham uma parte significativa de suas crenças e valores (Nguyen, 2020; Recuero; Soares; Zago, 2020).

Sua singularidade é destacada pela comparação com o modelo do *broadcast*, que vigorou desde o predomínio dos jornais no século XIX até o advento das redes sociais. Simplificando, neste modelo, cabia aos jornalistas selecionar, para todos os cidadãos de um país, os acontecimentos que deviam ocupar sua atenção e em relação aos quais eles deveriam se posicionar e, quiçá, agir politicamente. A confiança nas fontes decorria do lugar de confiança socialmente atribuído às empresas jornalísticas. A facticidade dos acontecimentos era sustentada nessa confiança. Uma vez estabelecida a facticidade, discutia-se socialmente a interpretação a ser dada aos acontecimentos e as alternativas de políticas públicas daí resultantes.

A seleção e a difusão dos acontecimentos são decisivas para a constituição do espaço público. Há dois processos que o constituem: publicizar e politizar (Boltanski; Esquerre, 2022). Publicizar é tornar público o que acontece a um conjunto de pessoas que, na sua maioria, não experimentou diretamente o acontecimento. Uma mudança do mundo que não foi publicizada não se torna acontecimento. Politizar implica selecionar, de tudo o que se tornou acontecimento, o que concerne a todos os indivíduos e que, ao mesmo tempo, está ao alcance de suas ações, especialmente através da ação coletiva. Politizar é propor que um

<sup>4</sup> Henrique Vieira, 970 mil, e Caio Fábio, 610 mil (dados coletados em novembro de 2024).

determinado estado de coisas negativo depende de decisões políticas.

Ao constituir um espaço público, também se constrói uma "comunidade imaginada" (Anderson, 2016). A atualidade política, composta por notícias sobre acontecimentos politizados, é o que se conhece por ouvir dizer. A maior parte dos indivíduos não experimenta diretamente um acontecimento; precisa, portanto, ser informada de sua existência. O crédito às notícias depende da confiança concedida às autoridades que as produzem, transmitem e as tornam públicas. Pela relação com o testemunho, percebe-se como a facticidade dos acontecimentos depende da confiança.

Além de ser o que se conhece por ouvir dizer, a atualidade é uma espécie de meio ambiente no qual todos os membros neste mundo global estão imersos. Ao mesmo tempo, através dos comportamentos dos indivíduos, a atualidade é transformada. Portanto, trata-se de um conjunto de crenças e de valores referentes ao que acontece e que tanto forma os indivíduos, quanto é por eles formado. Esse duplo funcionamento – compõe os indivíduos e é por eles composto – assemelha a atualidade ao conceito de cultura.

A relação com a confiança nos meios de comunicação tradicionais e a partilha de acontecimentos que vincula indivíduos que se desconhecem indica, por contraste, as possíveis consequências da existência de câmaras de eco: de um lado, a fragmentação do espaço público que condiciona a polarização da sociedade; do outro lado, a manipulação da confiança que facilita a propagação de *fake news* e teorias conspiratórias.

Nas câmaras de eco, a confiança nas fontes de informações é determinada pela proximidade moral e política. Associada à crise dos peritos – especialmente jornalistas e cientistas que trabalham com temas de deliberação na esfera pública –, cujas razões são anteriores ao advento das redes sociais, a nova forma de atribuir confiança provoca a desregulação do "mercado cognitivo": é uma questão da alçada de indivíduos e grupos a decisão sobre quais são as fontes confiáveis.

O mercado cognitivo desregulado é, sob outro

ponto de vista, uma esfera pública fragmentada em diferentes grupos, cada um cognitivamente fechado aos outros. No interior de uma câmara de eco, o ambiente relativamente homogêneo ideologicamente faz com que seus membros busquem informações e interpretações que reforcem o que pensam. Ao mesmo tempo, há o esforço insistente de neutralizar o potencial de desestabilização de crenças das fontes de informação alternativas através do descrédito.

Esse duplo movimento resulta na principal característica de uma câmara de eco: a tendência de reforçar compreensões parciais e unilaterais de grupos, ao mesmo tempo em que ideias alternativas são desvalorizadas, estigmatizadas ou tratadas como falsas e moralmente inadequadas.

O fechamento de uma câmara de eco é cognitivo e obtido através da manipulação da confiança. De um lado, as fontes com opiniões divergentes são desacreditadas; do outro lado, as fontes que criticam as opiniões divergentes têm sua confiança magnificada. Em outras palavras, entre as crenças partilhadas numa câmara de eco estão aquelas que provêm argumentos para desacreditar opiniões contrárias (Nguyen, 2020; Recuero; Soares; Zago, 2020). Daí duas atitudes costumeiras em indivíduos marcados por câmaras de eco: Se são expostos a informações discordantes e desagradáveis, fazem sua pesquisa até encontrar o que querem (Tripodi; Garcia; Marwick, 2023); diante de informações contrárias, também é possível partilhar a indignação, o que implica dizer que a exposição não provoca questionamento.

Quais são as características tecnológicas que permitem a existência de câmaras de eco? Em primeiro lugar, a facilidade, trazida pela digitalização, pela *internet* e pelas redes sociais, com que indivíduos e grupos produzem e distribuem informações para muitos. A facilidade gera, por sua vez, um ecossistema midiático de ampla escolha, onde a informação é abundante. A escolha pode incidir tanto sobre a distinção entre notícia e entretenimento quanto sobre quais notícias são enviadas por quem e com qual viés. A terceira "*affordance*" é a facilidade de selecionar sua exposição à informação.

A comparação com o *broadcast* novamente esclarece: durante grande parte do funcionamento das televisões, havia poucos canais para escolher e não existia controle remoto. Assim, mesmo que só gostasse de assistir a novelas, um indivíduo tendia a deixar a televisão ligada sem mudar de canal durante o período em que era exposta a notícia (Prior, 2007; Krupnikov; Ryan, 2022). Hoje, se desejar, um indivíduo pode passar todo seu tempo diante de uma tela assistindo a vídeos de gatinhos sorridentes ou a notícias sobre celebridades.

Além de poder escolher entre informação e entretenimento, também é possível, como vimos, controlar a exposição, procurando informações que confirmem suas predisposições e vieses e evitando as que possam desafiar ou perturbar. O ambiente de ampla escolha e a exposição seletiva não são suficientes para explicar por que as pessoas tendem a atribuir confiança a fontes com proximidade moral e política e a preferir discutir com pessoas que compartilham opiniões semelhantes. A abundância de informações poderia provocar a disposição inversa: estimular as pessoas a se informarem mais e melhor sobre o mundo, bem como levá-las a experimentar incessantemente a parcialidade e a unilateralidade de suas perspectivas sobre o mundo e sobre si mesmas. Elas poderiam procurar o diferente para se aventurar no pensamento e para melhor deliberar sobre as alternativas de políticas públicas. Mas não foi essa disposição que predominou.

Um elemento não tecnológico que tende a favorecer a existência de câmaras de eco é, ao nível individual, o viés de confirmação, isto é, a preferência pela ignorância e pela homofilia de opiniões (Lodge; Taber, 2013). O que é o viés de confirmação senão acreditar no que se deseja acreditar? Trata-se de evitar ideias desafiadoras e procurar ideias que reforcem sua perspectiva. No nível social, um elemento não tecnológico é a passagem de conflitos distributivos para conflitos de identidades ou guerras culturais. Gera-se uma sociedade cada vez mais polarizada politicamente, pois, além de ser difícil negociar um compromisso em questões de identidade,

aqueles com quem disputamos tendem a ser vistos como imorais. A polarização é afetiva e certamente não teria tal força sem a ascensão das políticas de identidade na esquerda e na direita (Iyengar; Sood; Lelkes, 2012).

Até aqui, tomamos como dada a existência de câmaras de eco. Mas não seria essa atitude uma câmara de eco em relação às câmaras de eco? Ao longo dos últimos dez anos, houve vários estudos empíricos visando determinar a sua existência. Uma pesquisa recente, no entanto, constatou que há efetivamente formação de câmaras de eco (González-Bailón *et al.*, 2023). Feita em parceria com a Meta, a pesquisa analisou todas as URLs classificadas como notícias políticas compartilhadas por 208 milhões de usuários adultos (praticamente todos os usuários adultos estadunidenses da plataforma) de setembro de 2020 a janeiro de 2021, isto é, a análise compreendeu a partilha de notícias políticas durante o período eleitoral. As notícias vinham de amigos, das páginas e dos grupos. A posição política dos usuários foi determinada pelos algoritmos do Facebook, e não por autodeclaração.

Os resultados são claros. O escore de segregação da partilha de notícias – isto é, a diferença entre a interseção de notícias compartilhadas apenas entre conservadores ou apenas entre liberais e aquelas compartilhadas entre conservadores com liberais – variou entre 0,45 e 0,5: 25% das notícias atingiam os dois lados da polarização, enquanto 75% circulavam exclusivamente em um polo. A pesquisa identificou que o grau de segmentação resulta tanto da ação dos algoritmos da empresa Meta, quanto de curadoria humana das notícias, isto é, de uma forma de ativismo político. Observou, por fim, que havia uma assimetria entre “liberais” e “conservadores”: enquanto os primeiros partilhavam notícias produzidas por meios de comunicação tradicionais, os segundos tendiam a confiar mais em fontes alternativas e a estarem mais sujeitos a notícias que a plataforma classificara como *fake news*.

Estabelecida a realidade, cabe destacar uma proximidade epistemologicamente relevante entre câmaras de eco e teorias da conspiração.

A manipulação da confiança explica por que elas facilitam a difusão de teorias conspiratórias. Segundo a conceituação de Keeley (1999), uma teoria conspiratória se apresenta como explicação alternativa de um ou mais eventos históricos em termos da ação de um pequeno grupo poderoso que age em segredo e quer nos prejudicar. Se é explicação alternativa de eventos, uma teoria conspiratória se contrapõe a uma explicação dada pelos meios de comunicação tradicionais; de fato, ela desqualifica a mídia e aqueles que nela acreditam, tratados como crédulos inocentes, incapazes de pensamento crítico. Adicionalmente, quem acredita numa teoria da conspiração e a repassa obtém o benefício do locutor: sente-se superior a aqueles manipulados pelos poderosos e pela mídia – isto é, o “gado”. Como os poderosos agiram em segredo, a manipulação tem a forma de transformar a presumida realidade do acontecimento em uma encenação.

Uma teoria da conspiração é “negacionista”, pois recusa tanto a realidade quanto a explicação dos acontecimentos noticiados pelos meios de comunicação. Afirma que uma elite age em segredo para prejudicar o povo.

Nos últimos dez anos, foi adicionada uma novidade às teorias conspiratórias: a conspiração sem teoria (Muirhead; Rosenblum, 2019). Usualmente, essas teorias acumulavam detalhes para convencer os céticos. Agora, com as câmaras de eco, não há mais ceticismo. Basta insinuar que a fonte noticiosa de um acontecimento é um adversário poderoso e com interesses escusos para difundir a possibilidade de conspiração. A existência de um evento ou algumas de suas características básicas (como a separação entre agressores e vítimas) pode ser atribuída à intenção malévola de nossos inimigos, que querem nos enganar.

Há uma relação estrutural, portanto, entre câmaras de eco e teorias conspiratórias. A primeira se constitui por desacreditar fontes de informação com perspectivas diferentes daquelas do grupo; a segunda denuncia um complô de nossos inimigos para nos fazer acreditar nas notícias sobre acontecimentos. A relação estrutural pode

se estender ao populismo conservador, que se caracteriza não apenas pela separação entre o povo inocente e uma elite malévola, inimiga; mas, também, por fazer acreditar que esta elite privilegia certo grupo dentro o povo (Mudde; Rovira, 2017; Müller, 2017). Nesses três conceitos tão importantes para se pensar a atualidade, vemos a mesma crença básica: há inimigos poderosos que desejam nos enganar e nos prejudicar.

De um ponto de vista externo, a existência de múltiplas câmaras de eco cria uma esfera pública globalmente conectada, mas fragmentada, em que os diferentes subgrupos permanecem, em grande parte, desconectados uns dos outros. Esses subgrupos não competem diretamente entre si, mas estão fechados uns aos outros no sentido de que suas discussões não envolvem intercâmbio com visões opostas (Habermas, 2022; Rosa, 2022).

Uma primeira consequência negativa dessa nova esfera pública incide sobre o processo de deliberação política. Durante a vigência do modelo do *broadcast*, uma deliberação se iniciava com o reconhecimento de uma facticidade que se apresentava, simultaneamente, como um problema público; o processo de discussão sobre a forma de enfrentá-lo produzia duas opções em torno das quais os indivíduos coalesciam e a sociedade deliberava. As posições não preexistiam à facticidade nem ao processo de deliberação (Habermas, 2022).

Numa esfera pública fragmentada, porém, as posições preexistem ao processo de deliberação; de fato, a existência de um problema público qualquer parece ser apenas a ocasião para os grupos antagônicos manifestarem sua indignação com a posição dos adversários. Além disso, em várias ocasiões, não há reconhecimento pelos grupos em disputa da facticidade de um acontecimento ou, mais precisamente, negar a realidade do acontecimento é um modo de disputar qual é a ação adequada em relação a um problema público.

A seguir, buscamos analisar como as câmaras de eco funcionam nas redes sociais evangélicas.

cas no que se refere à política<sup>5</sup>, bem como aos temas motivacionais. Uma possibilidade de os influenciadores favorecerem a existência de uma esfera pública fragmentada é produzir um público despolitizado no que se refere à discussão do funcionamento das representações políticas institucionais, das políticas públicas, dos direitos sociais e da própria democracia etc., mas fiel, pois está vinculado a eles através do discurso terapêutico-religioso e, portanto, é possível de ser orientado nos momentos de eleição. Dito de outro modo, pode-se estar produzindo indivíduos descolados da atualidade política, mas mobilizáveis quando necessário. Uma segunda possibilidade é produzir um discurso sobre a atualidade política que sistematicamente opera uma separação afetiva entre "nós" e "eles" que desqualifica, cognitivamente e moralmente, os inimigos, ao mesmo tempo em que reafirma a sua própria confiabilidade. As duas possibilidades não são excludentes.

### 3 Política limita-se à guerra cultural e à construção de dissenso

Poucas notícias veiculadas pela imprensa foram alvo de apreciação das lideranças evangélicas no período estudado. Como já anunciado, quem mais se pronunciou sobre os acontecimentos políticos foram aqueles que ocupam cargos institucionais: os deputados federais Nikolas Ferreira (PL-MG), Marco Feliciano (PL-SP), Henrique Vieira (PSOL-RJ) e a ex-ministra do Governo Bolsonaro e hoje senadora pelos Republicanos-DF, Damare Alves. Além desses, apenas os pastores Silas Malafaia e Caio Fábio realizaram comentários políticos. Quem está fora da política institucional praticamente limitou-se a tratar de assuntos da própria igreja, da família e de fé.

Todas essas lideranças abordaram os acontecimentos relacionados ao 8 de janeiro de 2023, assunto inescapável para aqueles que estão em

cargos oficiais. No caso das lideranças de direita, quando mencionaram tais assuntos, a intenção era mostrar que Bolsonaro é vítima de perseguição política. Para tanto, desqualificaram quem fala em contrário – a mídia tradicional, o STF, a PF e a esquerda. Essa manipulação da confiança é típica de uma câmara de eco.

Por exemplo, no dia 21 de novembro, Nikolas Ferreira postou um vídeo em que acusa Alexandre de Moraes de ocupar posições conflitantes nos casos que julga ("réu", "vítima", "promotor", "investigador", "advogado", "juiz"). O deputado do PL fez uma série de associações a fim de insinuar que existe um "joguinho casado" entre Governo Federal, STF, STE, PF e Senado contra Bolsonaro. Essas associações são apresentadas como uma espécie de revelação da verdade. Para além da ideia de que esses supostos conchavos prejudicam Bolsonaro, Nikolas quis mostrar que a própria Justiça está ameaçada no país em função da atuação dos "imorais" que estão no poder. Nesse sentido, reproduziu, de forma descontextualizada, a seguinte frase do ministro Gilmar Mendes: "Muitos personagens que estão hoje aqui, inclusive o presidente Lula, só estão aqui porque o Supremo enfrentou a Lava Jato". Na sequência, ironizou: "Mas a Lava Jato não foi a operação contra corruptos? Então, o STF lutou contra a condenação de corruptos?". Dessa forma, Nikolas construiu uma situação em que, de um lado, estão os bons, aqueles que lutam contra a corrupção, e, do outro, os maus, os corruptos.

Silas Malafaia também operou numa distinção entre nós *versus* eles, assim como investiu na tese de perseguição política. Ele abre um vídeo (15/11) dizendo que "gostaria de ficar calado, mas sua consciência não permite". Dirigindo-se ao público pelo vocativo "povo abençoado do Brasil" – e, portanto, sem universalizar, como seria o caso se usasse "cidadãos" ou "brasileiros" –, acusou integrantes da mídia, PF e STF de serem "esquer-

<sup>5</sup> Há, ao menos, três sentidos de política reconhecidos. O primeiro está associado à politização: são políticas todas as características sociais que se considera estarem ao alcance da ação coletiva, especialmente como ação do Estado. O segundo vincula política e modernidade: política é a forma de construção secular do futuro, o que esclarece o próprio conceito de modernidade como a época que extrai sua legitimidade não do respeito à tradição que inventa, mas do que é capaz de fazer consigo mesmo, dos sofrimentos que é capaz de reduzir ou de erradicar através da ação coletiva. O terceiro sentido é restrito e faz referência à política institucional, com seus partidos e eleições. Quando se dizia que tudo é política, normalmente se fazia referência aos dois primeiros sentidos, pois se supunha que qualquer prática podia ser considerada como favorecendo ou atrapalhando mudanças sociais tidas como legítimas.

dopatas de carteirinha", de "terem lado" e, justo por isso, "não tem moral para falar nada". A fim de mostrar que as instâncias de poder agem com dois pesos e duas medidas, Malafaia comparou o caso do atentado a bomba ao STF à facada dada por Adélio Bispo em Bolsonaro na campanha de 2018. Ele culpou a imprensa e o STF de, à época, não ter vinculado Adélio a grupos políticos, mas, agora, associar o atentado da Praça dos Três Poderes a Bolsonaro e ao 8 de janeiro, a fim de tirar de pauta a anistia. Sobre o 8 de janeiro, Malafaia ainda enfatizou que quem ocupou o Planalto eram donas de casa, faxineiras, ou seja, "gente inocente", sem "poder de armas", que não tinha intenção de tirar Lula da presidência, e que, agora, está sendo tratada como "subversiva" e "terrorista". Encerra o vídeo clamando a Deus por juízo e justiça e "profetizando" que "vai cair gente grande", porque "não é possível tanta injustiça, tanta maldade, perseguição política pra incriminar gente inocente".

Quando do indiciamento de Bolsonaro, Damares também saiu em defesa do ex-presidente (21/11), afirmando que "indiciamento não é crime". Contra a acusação de que Bolsonaro tem envolvimento no 8 de janeiro, asseverou que ele sempre atuou "dentro das quatro linhas da Constituição" e que, se alguém do entorno dele agiu diferente, deve responder sobre seus atos. Numa clara tentativa de agregar apoio ao ex-capitão, ela interpela seu interlocutor, indagando: "Eu tô com Bolsonaro! E você?". E afirma que, apesar da perseguição do "sistema", Bolsonaro se multiplicou e agora o país "tem líderes apaixonados pelo Brasil que odeiam a corrupção, que não fazem alianças com o crime organizado e que amam as crianças, as famílias brasileiras, a liberdade e a Pátria" (28/11).

As lideranças evangélicas de esquerda também se posicionaram em relação aos acontecimentos de 8 de janeiro. O pastor Henrique Vieira veiculou dois vídeos, no dia 14 de novembro, enfatizando a relação do atentado a bomba do dia anterior ao discurso de ódio promovido pela extrema-direita, bem como a Bolsonaro. Em função

disso, colocou-se contra a anistia daqueles que participaram do 08/1 e finalizou um dos vídeos afirmando que seu posicionamento não constitui "vingança", mas um ato "pela democracia, justiça, memória e verdade".

O pastor progressista Caio Fábio, por sua vez, chamou o homem que detonou a bomba na Praça dos Três Poderes de "terrorista" para, em seguida, classificar o minuto de silêncio que um deputado da bancada evangélica pede na Câmara dos Deputados pela morte do sujeito que detonou o explosivo de ato "inadjetivável", "inconcebível", "inacreditável". No dia 15 de novembro, enquanto imagens do 8 de janeiro são exibidas, ele repete o enunciado "Eu creio que o Brasil pode conhecer Jesus...", seguido das seguintes afirmações sequenciais: "não por fanatismo", "não por engajamentos políticos", "não por enlouquecimento, pra produção de tormentos na mente de pessoas que integram torcidas organizadas vândalas, perversas e golpistas". Logo depois, afirmou que o conhecimento de Jesus deve servir para que as pessoas se amem umas às outras e tornem o Brasil um país de paz, preocupado com a preservação ambiental e com o cuidado com a natureza.

Fora os acontecimentos já assinalados, apenas mais duas notícias de interesse público foram alvos de comentário comum de, pelo menos, duas lideranças evangélicas: a realização do G20 e a PEC que proíbe o aborto mesmo em situações previstas por lei.

A discussão em torno do aborto é um dos clássicos conflitos de cunho moral. Tanto é assim que a direita nomeia a PEC 164/12 de "PEC da Vida", enquanto a esquerda fala de "PEC do estupro". A diferença de nomeação deixa claro o antagonismo ideológico. A aprovação da admissibilidade da PEC 164/12 é uma vitória dos conservadores contra alguns avanços das lutas feministas, cujos esforços, em 2012, influenciaram que o STF descriminalizasse o aborto de anencefálos, ampliando as possibilidades de aborto legal no país<sup>6</sup>.

No dia 27 de novembro, Marco Feliciano e

<sup>6</sup> Desde 1940, a legislação brasileira proíbe o aborto, mas abre a possibilidade de interrupção legal da gravidez quando a gestação

Dameres Alves comemoraram a aprovação da admissibilidade da referida PEC. Feliciano abre seu *post* falando que a casa legislativa fazia justiça naquele dia, dando voz àqueles que nunca poderão falar porque foram assassinados. Embora afirme lamentar a violência e a barbárie sofrida pelas mulheres que são estupradas, ele diz lamentar, ainda mais, a morte de uma criança no ventre da mãe. Dameres, por sua vez, explica que aquela PEC garante que "a vida é inviolável desde a concepção". Tanto Dameres quanto Feliciano lembram a luta que foi chegar até ali, caracterizando uma dinâmica de nós *versus* eles. Ao se colocarem na posição de defesa de "bebês indefesos", eles assumem o lugar do bem contra seus inimigos, vistos como "monstruosos" e "imorais".

A fim de distanciar aqueles que não aprovam a PEC 164/12 da imagem de monstruosidade, no dia 28 de novembro, o pastor Henrique Vieira divulgou um *post* intitulado "O que a PEC do estuprador tem a ver com as mulheres cristãs?", em que argumenta que a maioria das mulheres evangélicas (mães, irmãs e filhas) é negra, pobre e periférica, e que esse é o principal recorte de quem sofre violência sexual e doméstica. Enfatizando que a PEC quer proibir o aborto em casos de estupro, quando o feto não tem chances de sobreviver fora do útero ou em casos de risco de vida para a mulher, indaga "Por que a bancada da Bíblia não liga pra vida de quem já nasceu?" e interpela seu público a responder a seguinte questão "Você acredita que essa PEC protege ou desampara nossas meninas?". Ao final, o *post* faz um chamamento para que as pessoas se engajem na campanha promovida pelo grupo Mulheres Profetizando Vida.

O julgamento de imoralidade é muito importante para a dinâmica da guerra cultural. Por exemplo, em relação ao G20, no lugar de comentarem o que estava se discutindo no encontro, os evangélicos de direita, além de repercutirem a fala da atual primeira-dama contra Elon Musk, se limitaram a questionar o uso de verbas públicas para promoção de *shows* organizados também

por Janja durante o evento. Dameres insinuou que os artistas que participaram do apelidado "*Janjapalooza*" consumiram bebidas alcoólicas a custas do dinheiro público enquanto "parte da população sofre com necessidades básicas" (18/11). Nikolas Ferreira também denunciou o suposto uso de verba pública no "*Janjapalooza*" e criticou a fala de Janja no G20.

Nesse ponto, vale lembrar o que sustentava o ideólogo da direita, Olavo de Carvalho, sobre o chamado "marxismo cultural". Para Olavo de Carvalho, mesmo tendo sido derrotados em 1964, os "comunistas" teriam encontrado um campo aberto para militância no campo da cultura e da educação no país e seriam essas as transformações culturais que dariam suporte às transformações políticas e econômicas. Portanto, a suposta hegemonia cultural de esquerda precisaria ser combatida por uma direita capaz de promover transformações de cunho conservador e liberal. É justamente o combate ao "marxismo cultural" o cerne da postagem de Nikolas Ferreira, em que ele exhibe o vídeo de um pai denunciando que o trabalho escolar de seu filho foi alvo de censura na escola por tratar de um político de direita, o próprio Nikolas (26/11).

A explanação acima mostra que a maior parte dos influenciadores praticamente não comentou a variedade de notícias do período analisado. Diante dessa ausência, nos debruçamos sobre as postagens de cunho "motivacional" a fim de saber sobre o que as lideranças evangélicas costumam falar.

#### 4 Fé e prosperidade dominam os discursos evangélicos

Do ponto de vista temático, 2/3 do *corpus* são *posts* motivacionais ou que afirmam valores evangélicos. Uma grande parte aborda a importância de se manter a fé para superar o sofrimento e de obter felicidade e prosperidade. Nesse contexto, são frequentes os relatos, em primeira pessoa, em que as lideranças confessam que já tiveram muito momentos de "fraqueza" e de "desespe-

rança”, mas a persistência na fé os fez vencer e ter paz e harmonia no lar, equilíbrio emocional, saúde, emprego e crescimento financeiro. Muito ilustrativos, nesse sentido, são os “testemunhos” de Marco Feliciano sobre sua batalha espiritual para se manter na igreja. No dia 19 de novembro, ele revela que, aos 20 anos, desistiu de seguir a vida religiosa, mas o seu pastor foi até ele e, “como um psicólogo”, o incentivou a seguir o seu “Chamado”. Sua mensagem final é: “Não é quando e como queremos é como Ele quer”. E aconselha: “Não pare e creia”.

Segundo as lideranças evangélicas, a vitória só virá para aquele que crê. A necessidade de não perder a fé se expressa em inúmeros enunciados que estampam os *posts*: “A presença de Deus está sempre com você”, “Quem tem o poder do Espírito Santo sobre si jamais será derrotado”, “O poder de Deus prevalecerá sobre você”.

Quando acontece uma mudança material positiva na vida do sujeito, os evangélicos consideram que ela é graça de Deus suscitada pela sua fé. Uma transformação positiva nunca é atribuída ao Estado, à política, mas à perseverança e à fé do sujeito. O sujeito sempre pode, portanto, atribuir a si a responsabilidade pela mudança. Vale frisar que os evangélicos só se responsabilizam pelo sucesso, nunca pelo fracasso. Se alguém fracassa é porque desistiu ou não professou uma fé verdadeira. Diante do fracasso, é preciso ter esperança, porque o tempo de espera é tempo de provação.

Tem dias que os problemas parecem se multiplicar [...] demais para carregar [...] bate um cansaço na alma [...] e isso nos faz questionar: “será que um dia melhora?” [...] Aí vem a tentação de enxergar tudo com pessimismo, de se deixar levar pela ideia de que as coisas não vão mudar, que Deus está distante ou que estamos sozinhos nessa. Não estamos. Deus é fiel. [...] Mesmo quando não entendemos o propósito, Ele está ali, trabalhando para cumprir suas promessas (Duarte, 2024).

Deus é especialista em mandar situações difíceis antes de cumprir a grande promessa. E essa situação difícil não é pra te derrubar, é pra te limpar, pra te purificar (Brunet, 2024).

Há tempo para todas as coisas. Deus não se apressa conosco, pois Ele sabe o momento exato para as coisas acontecerem em nossas vidas (Antônio Júnior, 2024).

As passagens acima evidenciam uma forma de evitar que a experiência provoque o questionamento da crença. A teologia da prosperidade propõe que a fé genuína é recompensada nessa vida com a melhoria da situação do fiel. Se um indivíduo acreditar que tem uma fé verdadeira, mas sua situação não muda, ele pode perceber uma distância entre sua crença e o que acontece. Uma forma de explicar a distância e manter a fé é a culpabilização: dizer que o indivíduo, apesar do que pensa, não tem uma fé verdadeira. Já as lideranças evangélicas brasileiras preferem outra explicação: você está sofrendo agora porque sua fé está sendo testada e/ou o diabo age provocando a dúvida.

Os influenciadores não direcionam a fé à salvação em outro mundo, mas à felicidade terrena e à ascensão material nessa vida, que está em pleno acordo com a teologia da prosperidade. Não há, nos discursos, menção à vida após a morte, ou seja, se o destino do crente será o céu ou o inferno não parece ser motivo de preocupação. O futuro é a semana seguinte, no máximo, o ano seguinte:

O terceiro nível de fé é a inabalável, você não precisa ver pra crer, você acredita e você começa a ver, essa é a fé que vai te levar para outro nível, que vai te garantir uma semana fora do comum, extraordinária, sobrenatural (Bruno Leonardo, 2024).

2025 será um ano profético, sobrenatural sobre sua vida, portas antigas, milagres que estão parados, portas fechadas irão se abrir, milagres vão acontecer, o favor de Deus será derramado sobre sua vida (Deive Leonardo, 2024).

Do ponto de vista do gênero discursivo, a maior parte das mensagens motivacionais são trechos de louvores e cânticos. Não podemos esquecer que muitos desses influenciadores são cantores. Inclusive, a revista norte-americana de negócios e economia, Forbes, incluiu os brasileiros Gabriela Rocha, Fernandinho, Aline Barros, Bruna Karla e Yudi Tamashiro na sua lista de cantores gospel mais influentes de 2024 (Brasileiros [...], 2025).

Outra grande massa de mensagens são trechos de pregações ou sermões realizados em igrejas, templos ou espaços produzidos para receber eventos religiosos de grande porte. Nesse formato, as postagens de Deive Leonardo

merecem destaque. É frequente a montagem audiovisual alternar entre a imagem do pastor pregando e/ou cantando no púlpito e o público atento, reagindo. No caso das cenas da plateia, os planos abertos permitem mostrar o volume de gente no local, enquanto os planos fechados evidenciam os rostos das pessoas emocionadas. Ele costuma falar sentado num banco com o microfone bem-posicionado à sua frente. Sua fala é mansa e ele costuma sorrir quando profetiza. Veste invariavelmente uma camisa esportiva de cor lisa, jamais estampada.

Aqui vale frisar o figurino da maior parte dos influenciadores evangélicos. Não importa se usam uma roupa mais tradicional ou arrojada, eles buscam estar sempre elegantes. Em todas as ocasiões, os cabelos estão arrumados e, no caso das mulheres, estão maquiadas. Quando filmados em casa, o cenário deixa resvalar, quando não uma casa luxuosa, uma habitação muito confortável. Também são frequentes postagens deles em viagens, o que denota riqueza, sucesso, prosperidade. Marco Feliciano, por exemplo, postou vídeos de uma viagem aos Estados Unidos fazendo um teste drive do carro Cybertruck, de Elon Musk. Tudo isso contribui para a constituição do *ethos* de "vencedor", que se coaduna com a teologia da prosperidade que apregoam. A exceção são alguns dos poucos evangélicos progressistas investigados.

Outro conjunto de postagens muito relevantes são aquelas dirigidas à audiência feminina na intenção de reforçar uma pedagogia do comportamento da mulher evangélica. Em 27 de novembro, Vitória Souza posta um vídeo se maquiando enquanto comenta sobre as "mentiras" que ouviu quando decidiu casar-se jovem: o julgamento de que estava grávida e, por isso, decidiu se casar, ao que ela contrapõe a afirmação de que casou virgem; o conselho de que é melhor fugir do casamento enquanto é tempo, ao que ela contra-argumenta dizendo que só fala isso quem tem um casamento frustrado; a ideia de que iria sofrer porque não saberia cuidar do

lar, ao que rebate dizendo que, quando casou, já sabia fazer serviço doméstico; a avaliação de que iria sofrer financeiramente, ao que ela refuta dizendo que "casar é construir uma vida juntos".

Muitas influenciadoras mulheres costumam postar sobre moda e estilo de vida. Num vídeo de 14 de novembro, Bruna Hamú fala de uma marca que "faz roupa com propósito" e sustenta que "existe propósito em tudo o que a gente faz, inclusive no vestir". Ela afirma que a marca que ela está divulgando quer revelar a beleza interior e a graça de cada pessoa.

Ana Paula Valadão, por sua vez, promove uma série de cursos associados à instituição que dirige, a Escola de Mulheres Diante do Trono. São cursos para a formação da mãe, esposa, mulher evangélica. No dia 22 de novembro, ela postou o vídeo "Muitas mulheres querem se casar, mas não querem ser esposas".

A exemplo de Ana Paula Valadão com sua escola, há inúmeros *posts* em que as lideranças evangélicas divulgam um evento ou um curso de cunho religioso. Silas Malafaia faz diversos anúncios da Escola de Líderes Associação Vitória em Cristo (ESLAVEC). André Valadão anuncia a Virada Brasil/USA, um megaevento evangélico de virada de ano nos Estados Unidos da América, com transmissão do SBT, do qual várias lideranças participam. Aliás, é comum grandes eventos congregarem a presença de muitos famosos, bem como a presença de um público extenso e uma audiência significativa. É o caso do DUNAMIS 2024<sup>7</sup>, movimento cristão paraeclesialístico que busca angariar novos membros e que foi motivo de postagens de diferentes influenciadores. Entre os eventos, chama atenção ainda a promoção, por vários dos influenciadores, de viagens e de excursões a Israel.

O turismo evangélico em Israel é constitutivo do sionismo cristão. Esse turismo afeta países de todos os continentes e começou nos Estados Unidos na década de 1970 do século passado. A razão maior para o turismo religioso é o desejo de experimentar a verdade da Bíblia, o que implica

<sup>7</sup> Na Bíblia, Dunamis se refere ao poder do Espírito Santo.

a exigência de que o percebido se assemelhe ao que está escrito nela.

Um exemplo é o festival judaico do Sukkot, ou festa do tabernáculo, que comemora os quarenta anos no deserto vivendo em cabanas temporárias. Os anúncios de grupos evangélicos brasileiros prometem a presença de pastores conhecidos; dormir em tendas, por sua vez, acontece, mas é compensado pela oferta de hotéis de qualidade. Essa atividade de consumo com dimensões seculares se articula com uma interpretação literal da Bíblia que tem efeitos no que podemos esperar do futuro dado o que fazemos no presente. Um exemplo: Segundo uma pesquisa do Pew Research publicada em abril de 2025, os evangélicos brancos pentecostais têm o mesmo percentual de visão positiva de Israel dos judeus americanos; aliás, segundo uma divisão religiosa da sociedade, são os dois únicos grupos que mantêm visão positiva após 18 meses de guerra em Gaza. Como sabemos por experiência, cada vez mais grupos religiosos afetam estruturas seculares modernas, como a esfera pública e a política institucional.

## 5 Considerações finais

Voltemos à questão inicial do texto: Será que uma parte significativa dos evangélicos se informa no interior de câmaras de eco? Um primeiro resultado diz respeito à partilha, pelos influenciadores conservadores, dos dois acontecimentos mais importantes selecionados pelos meios de comunicação tradicionais entre 14 e 28 de novembro de 2024, a saber, a revelação de que houve tentativa de golpe por Bolsonaro e militares de alta patente de seu governo e o fato de o Brasil sediar o G20. Menos de 5% das 418 postagens dos evangélicos de direita analisadas reverberaram os acontecimentos e eventos derivados, como o atentado ao STF e a discussão sobre a adequação do comportamento da primeira-dama brasileira ao xingar Musk.

Pelo tipo de endereçamento assumido pelos líderes conservadores, os evangélicos parecem ser indivíduos com pouco interesse em política e que só se mobilizam em época de eleição a partir

de pautas pertinentes às guerras culturais. A ausência de partilha de acontecimentos em paralelo ao estabelecimento de vínculos a partir de outros acontecimentos próprios à religião evangélica (*shows*, encontros, grandes pregações etc.) é indício da existência de câmaras de eco, formando uma esfera pública fragmentada em que pessoas que habitam o mesmo planeta parecem viver em diferentes mundos pela diferença na dieta midiática, mais precisamente, pelas diferenças nas escolhas dos acontecimentos que vinculam indivíduos e pelo modo de interpretá-los, que os enquadra, partindo de sua crença na Bíblia, como escrita divina.

Afastamo-nos do princípio ontológico do jornalismo – uma história secular, feita pelos humanos, na qual a narrativa do que acontece é modo de nos abirmos ao que podemos querer e o que devemos fazer. A história religiosa, hoje, entra em concorrência com a história secular e, assim, provoca uma disputa sobre o enquadramento dos acontecimentos e o que deve ser feito em relação a eles. Por se tratar de uma disputa com crenças religiosas, a diferença de enquadramento não implica uma mera diferença de perspectiva no que se observa; ela afeta o estatuto ontológico dos acontecimentos. Trata-se de uma disputa sobre o que é a realidade.

Um indício suplementar de existência de câmaras de eco é a manipulação da confiança nos poucos casos em que os influenciadores conservadores decidiram repercutir, para o público evangélico, os acontecimentos noticiados pela mídia. A primeira característica da manipulação é a argumentação operar no interior de uma separação entre “nós” e “eles”. O “nós” não é inclusivo, não se estende a todos os cidadãos brasileiros e é concebido como vítima atual ou virtual de um “eles” marcado pela imoralidade e pelo preconceito contra os “brasileiros abençoados”. O “eles”, por sua vez, não é composto apenas por adversários políticos, como o PT ou a “esquerda”. É composto, sobretudo, por instituições revestidas, na modernidade, pelo manto da imparcialidade, como o poder judiciário, a mídia, a ciência e as instituições de ensino. A crise da modernidade

é também a crise dos peritos.

Ao repercutirem, afirmam que o que se apresenta como justo e verdadeiro é, de fato, uma mentira fabricada para fazer os evangélicos e seus líderes sofrerem. Ao mesmo tempo, aquele que opera essa distinção entre "nós" e "eles" se apresenta como quem enuncia a verdade, na maior parte dos casos, um tipo específico de verdade, isto é, aquela que revela uma armação mentirosa sob a aparência de uma narrativa justa e verdadeira. Esse tipo de câmara de eco é um ambiente propício para a difusão de teorias conspiratórias: "eles" estão sempre fabricando uma narrativa para "nos" enganar. Mas o "nós" não é proposto como ingênuo; ao contrário, seus membros são qualificados como aqueles capazes de reconhecer, com a ajuda de seus líderes, a mentira e a injustiça no que se apresenta falsamente como verdadeiro e justo.

A partir das postagens que analisamos, vimos que usualmente os influenciadores não discutem os acontecimentos que os meios de comunicação selecionaram; quando discutem, manipulam a confiança de forma a impedir qualquer tipo de questionamento das crenças que vigoram no grupo. Temos, então, dois indícios fortes de câmara de eco: não partilhar acontecimentos que vinculam e, se partilhar, manipular a confiança de modo a evitar que a descrição dos acontecimentos feita pelos meios de comunicação tradicionais perturbe as crenças do grupo.

Os influenciadores mal falam de política; ao mesmo tempo, sabemos que são muito relevantes na atual política brasileira institucional. Como essa simultaneidade é possível? A confiança do público no influenciador evangélico é formada pelo discurso terapêutico das lideranças, isto é, o discurso que permite ao seu público pensar seu sofrimento atual e manter a esperança no futuro. Essa confiança entre as lideranças e os evangélicos pode ser convocada em período eleitoral.

Vimos que, nos discursos terapêuticos-religiosos, há uma prevalência imensa de uma orientação mundana, o que faz todo sentido para a teologia da prosperidade, calcada no par saúde e dinheiro, bem como se articula com o domínio da visão de futuro nesta vida. O

discurso das lideranças fala de um Deus todo-poderoso que vai ajudar o indivíduo a lidar com sentimentos e emoções a fim de alcançar ascensão social. Nesse contexto, são muitos os conselhos terapêuticos. A ênfase está tanto no discurso da esperança, na ideia de que o futuro vai ser melhor, quanto na crítica da dúvida. A maior tentação é não crer que Deus estará do seu lado. Isto é, perder a fé. É necessário convencer o indivíduo de que Deus pode demorar, mas que Ele faz sofrer para purificar e, depois, concede o que o indivíduo profetizou; afinal, Deus é poderoso.

## Referências

AGUIAR, Taylor de. O mapa da influência evangélica nas redes sociais: comentários sobre a pesquisa Radar Evangélico. *Observatório Evangélico*, [s. l.], 8 out. 2023. Disponível em: <https://www.observatorioevangelico.org/o-mapa-da-influencia-evangelica-nas-redes-sociais-comentarios-sobre-a-pesquisa-radar-evangelico/>. Acesso em: 24 dez. 2025.

ALMEIDA, Alberto Carlos. *A cabeça do brasileiro, vinte anos depois: o que mudou*. 1. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2025.

ANDERSON, Benedict. *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso, 2016.

ANTÔNIO JÚNIOR. *Há tempos para todas as coisas debaixo do céu*. [S. l.], 25 nov. 2024. Instagram: @pastorantoniojunior. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DCzP3WlvqPo/>. Acesso em: 8 jan. 2026.

BOLTANSKI, Luc; ESQUERRE, Arnaud. *Qu'est-ce que l'actualité politique? Événements et opinions au XXI<sup>e</sup> siècle*. Paris: Gallimard, 2022.

BRASILEIROS estão na lista de cantores gospel mais influentes do mundo. *Comunhão*, [s. l.], 4 fev. 2025. Disponível em: <https://comunhao.com.br/forbes-apon-ta-os-cantores-gospel-mais-influentes/>. Acesso em: 25 dez. 2025.

BRUNET, Tiago. *Sente que o próximo nível está chegando?* [S. l.], 26 nov. 2024. Instagram: @tiagobrunet. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DC2o0MdxEVb/>. Acesso em: 8 jan. 2026.

BRUNO LEONARDO. *Quanto mais desejarem sua queda, mais Deus vai te levantar*. [S. l.], 21 nov. 2024. Instagram: @bispobrunoleonardo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DCoKtYhOIkV/>. Acesso em: 8 jan. 2026.

DATAFOLHA de 25 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região, religião e orientação sexual. *G1*, [s. l.], 26 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/26/datafolha-de-25-de-outubro-para-presidente-por-sexo-idade-escolaridade-renda-regiao-religiao-e-orientacao-sexual.ghtml>. Acesso em: 24 dez. 2025.

DATAFOLHA: Lula tem 49% no 2º turno, e Bolsonaro, 44%. *G1*, [s. l.], 27 out. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/noticia/2022/10/27/datafolha-lula-tem-49percent-no-2o-turno-e-bolsonaro-44percent.ghtml>. Acesso em: 24 dez. 2025.

DEIVE, Leonardo. Receba esta palavra! AMÉM?? [S. l.], 24 nov. 2024. Instagram: @deiveleonardo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DCxgJBXMul-B/?hl=pt-br>. Acesso em: 8 jan. 2026.

DUARTE, Claudio. *Reconheces o propósito do que fazes?* [S. l.], 26 nov. 2024. Instagram: @claudioduarte. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DC1PH8a-0ll4/?hl=pt-br>. Acesso em: 8 jan. 2026.

GONZÁLEZ-BAILÓN, Sandra *et al.* Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook. *Science*, [s. l.], v. 381, n. 6656, p. 392-398, 27 jul. 2023. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.ade7138>. Acesso em: 24 dez. 2025.

HABERMAS, Jürgen. Reflections and hypotheses on a further structural transformation of the political public sphere. *Theory, Culture and Society*, [s. l.], v. 39, n. 4, p. 145-171, 2022. Disponível em: <https://philpapers.org/rec/HABRAH-2>. Acesso em: 24 dez. 2025.

IYENGAR, Shanto; SOOD, Gauray; LELKES, Yphtach. Affect, not ideology. A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, [s. l.], v. 76, n. 3, p. 405-431, 17 set. 2012. Disponível em: <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/76/3/405/1894274>. Acesso em: 24 dez. 2025.

KEELEY, Brian L. Of conspiracy theories. *Journal of Philosophy*, [s. l.], v. 96, n. 3, p. 109-126, 1999. Disponível em: <https://philpapers.org/rec/KEEOCT>. Acesso em: 24 dez. 2025.

KRUPNIKOV, Yanna; RYAN, John Barry. *The other divide: polarization and disengagement in American politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2022.

LODGE, Milton; TABER, Charles S. *The rationalizing voter*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de; VAZ, Paulo. Guerras culturais: conceito e trajetória. *Revista ECO-Pós*, [s. l.], v. 24, n. 2, p. 6-40, 2021. Disponível em: [https://revistae-copos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/27791](https://revistae-copos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27791). Acesso em: 24 dez. 2025.

MISKOLCI, Richard. *Batalhas morais: política identitária na esfera pública tecnicomeditizadora*. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

MUIRHEAD, Russel; ROSENBLUM, Nancy L. *A lot of people are saying: the new conspiracism and the assault on democracy*. Princeton: Princeton University Press, 2019.

MUDDE, Cas; ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal. *Populism: a very short introduction*. New York: Oxford University Press, 2017.

MÜLLER, Jan-Werner. *What is populism?* London: Penguin Books, 2017.

NGUYEN, C. Thi. Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme*, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 121, set. 2018. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/327633237\\_Echo\\_chambers\\_and\\_epistemic\\_bubbles](https://www.researchgate.net/publication/327633237_Echo_chambers_and_epistemic_bubbles). Acesso em: 24 dez. 2025.

PRIOR, Markus. *Post-broadcast democracy: how media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

RANGEL, Caio. Conheça os pastores famosos que são de esquerda. *O Fuxico Gospel*, [s. l.], 28 out. 2022. Disponível em: <https://www.fuxicogospel.com.br/2022/10/conheca-os-pastores-famosos-que-sao-de-esquerda.html>. Acesso em: 24 dez. 2025.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre covid-19 no Twitter. *SciELO Preprints*, [s. l.], 28 ago. 2020. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/1154>. Acesso em: 24 dez. 2025.

ROSA, Hartmut. Social media filters and resonances: democracy and the contemporary public sphere. *Theory, Culture & Society*, [s. l.], v. 39, n. 4, p. 17-35, 2022. Disponível em: <https://philpapers.org/rec/ROSSMF>. Acesso em: 24 dez. 2025.

TRIPODI, Francesca B.; GARCIA, Lauren C.; MARWICK, Alice E. 'Do your own research': affordance activation and disinformation spread. *Information, Communication & Society*, [s. l.], v. 27, n. 6, p. 1212-1228, 30 ago. 2023. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2023.2245869#abstract>. Acesso em: 24 dez. 2025.

---

## Cristina Teixeira

É mestre em Linguística pela UFPE e doutora em Linguística pelo IEL/UNICAMP, com pós-doutorado em Comunicação pela ECO/UFRJ. É professora titular do Departamento de Comunicação Social da UFPE. Suas pesquisas recentes envolvem os discursos sobre a morte, a pandemia de covid-19, bem como o campo do documentário.

---

## Paulo Vaz

É mestre em Filosofia pela PUC-Rio e doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ, com pós-doutorado na Universidade de Illinois, Chicago. É professor associado da Escola de Comunicação e do Programa Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ. Pesquisador 1A do CNPq, suas pesquisas mais recentes abordam o discurso do risco na mídia, a cobertura jornalística da doença e do crime, a produção de subjetividades, a configuração da vítima virtual, as narrativas de sofrimento e os processos de identificação. É pesquisador do Programa de Estudos Avançados da ECO/UFRJ (IDEA). Foi representante de área do CNPq é hoje representante de área da Capes, consultor *ad hoc* do CNPq, da Faperj e da CAPES.

---

### Endereço para correspondência

**Cristina Teixeira**

Estrada do Encanamento, n. 1651, ap. 1102

Casa Forte, 52.070-000

Recife, PE, Brasil

**Paulo Vaz**

Rua Prof. Ortiz Monteiro, n. 276, bl. B, ap. 101

Laranjeiras, 222.45-100

Rio de Janeiro, RJ, Brasil

---

### Como citar este artigo

Melo, C. de, & Gibaldi Vaz, P. R. Povo abençoado! Política e fé no meio dos influenciadores evangélicos brasileiros . Revista FAMECOS, e48997 . <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2026.1.48997>

*Os textos deste artigo foram revisados pela Texto Certo Assessoria Linguística e submetidos para validação dos autores antes da publicação.*