



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**‘E A VERDADE VOS LIBERTARÁ’:
NOTAS PARA UMA TIPOLOGIA DO ECOSISTEMA DE
MÍDIA EVANGÉLICA DIGITAL**

BRUNO MAURICIO MATTOS MARTINS

Rio de Janeiro

2022



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**‘E A VERDADE VOS LIBERTARÁ’:
NOTAS PARA UMA TIPOLOGIA DO ECOSSISTEMA DE
MÍDIA EVANGÉLICA DIGITAL**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Jornalismo.

BRUNO MAURICIO MATTOS MARTINS

Orientadora: Profa. Dra. Rose Marie Santini
Coorientadora: Profa. Dra. Débora Gomes Salles

Rio de Janeiro

2022

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

M444' Mattos Martins, Bruno Mauricio
'E a verdade vos libertará': notas para uma tipologia do ecossistema de mídia evangélica digital / Bruno Mauricio Mattos Martins. -- Rio de Janeiro, 2022.
86 f.

Orientadora: Rose Marie Santini.
Coorientadora: Débora Gomes Salles.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da Comunicação, Bacharel em Comunicação Social: Jornalismo, 2022.

1. Evangélicos. 2. Mídia evangélica. 3. Ecossistemas de mídia. 4. Tipologias de mídia. 5. Análise de hyperlinks. I. Santini, Rose Marie, orient. II. Gomes Salles, Débora, coorient. III. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **‘E a verdade vos libertará’**: notas para uma tipologia do ecossistema de mídia evangélica digital, elaborada por Bruno Mauricio Mattos Martins.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 05/08/2022

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Rose Marie Santini
Doutora em Ciência da Informação - IBICT/UFRJ
Departamento de Métodos e Áreas Conexas da Escola de Comunicação da UFRJ

Coorientadora: Profa. Dra. Débora Gomes Salles
Doutora em Ciência da Informação - IBICT/ECO-UFRJ

Prof. Dr. Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos
Doutor em Comunicação e Cultura - ECO/UFRJ
Departamento de Métodos e Áreas Conexas da Escola de Comunicação da UFRJ

Profa. Dra. Priscila Muniz de Medeiros
Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE
Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes da Universidade Federal de Alagoas - ICHCA/UFAL

Rio de Janeiro

2022

AGRADECIMENTOS

A meus pais, Ana e Sergio, pelo amor e apoio incondicionais.

Aos meus irmãos, Breno e Bernardo, pelas décadas de amizade e parceria.

À minha tia Elizabeth, professora do ensino superior público e pilar fundamental de apoio à minha entrada na carreira acadêmica.

À minha avó Rodmar, a quem eu ainda espero conseguir explicar o que eu faço sem grandes dificuldades.

Às minhas orientadoras Marie e Débora, por todo o incentivo e cuidado direcionados a mim ao longo dos últimos anos.

À equipe do Netlab, laboratório de pesquisa em que surge esse trabalho, em especial à Heloísa e ao Kadu, os parceiros de trabalho que qualquer pessoa sonharia em ter.

Aos professores Priscila e Cristiano, que tão prontamente aceitaram o convite para formar a banca examinadora deste trabalho.

Ao Renato e à Yasmin, meu braço direito e meu braço esquerdo durante a graduação na Eco. Sempre fomos nós por nós por aqui, não é?

Aos amigos de uma vida toda, Bernardo, Igor, Tainá, Maria Francisca, Gabriel, Eduardo, Marcel, Lucas e Pedro, muitos dos quais viram esse trabalho nascer de perto e se dispuseram a ouvir minhas reclamações nos momentos em que eu achava que nada ia dar certo.

E, por fim, a todas as pessoas citadas pela paciência. Sei que às vezes pode ser difícil. E muito!

*We hold beliefs as a consolation
A way to take us out of ourselves
Meditation, or medication
A comfort, or a promised reward
(Neil Peart)*

MATTOS MARTINS, Bruno Mauricio. **‘E a verdade vos libertará’**: notas para uma **tipologia do ecossistema de mídia evangélica digital**. Orientadora: Rose Marie Santini. Coorientadora: Débora Gomes Salles. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2022.

RESUMO

Esta monografia propõe uma tipologia para a avaliação e a comparação de fontes de informação da mídia digital evangélica, buscando identificar os papéis desempenhados por cada uma no panorama geral. Para tanto, baseamo-nos na noção de ecossistemas de mídia, aqui entendidos como fluxos de informação rastreáveis gerados por atores com preocupações afins. A primeira etapa metodológica do nosso mapeamento da mídia digital evangélica se baseou em uma análise dos *hyperlinks* compartilhados por lideranças e figuras públicas evangélicas no Facebook entre abril e outubro de 2021. Estes dados foram extraídos com o auxílio da plataforma CrowdTangle e foram tratados de maneira que pudéssemos isolar seus domínios para descobrir apenas aqueles que reivindicavam a identidade cristã evangélica para si. Em seguida, estes foram analisados segundo a posição e a natureza de cada um nesse ecossistema midiático digital, a propriedade e a afiliação de cada uma no universo evangélico e político, as narrativas disseminadas por elas e os personagens nelas presentes. Nossos resultados indicam uma forte aderência de grupos evangélicos em meios digitais ao bolsonarismo, sustentada por lideranças públicas e denominações evangélicas, além de uma infraestrutura própria de fontes de desinformação, entendida em um sentido amplo ao longo do estudo, que reivindicam a identidade religiosa. Consideramos o trabalho relevante por propor caminhos para a renovação de estudos em torno da relação entre evangélicos e a mídia, em especial a digital, ainda pouco explorada na literatura acadêmica sobre o assunto.

Palavras-chave: evangélicos; mídia evangélica; ecossistemas de mídia; tipologias de mídia; análise de *hyperlinks*.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 OS EVANGÉLICOS NA ESFERA PÚBLICA BRASILEIRA	13
2.1 Evangélicos, crentes e protestantes: afinal, a quem nos referimos?	13
2.2 Da Política aos Meios de Comunicação: a ascensão midiática de evangélicos no Brasil	17
2.3 Ativismo conservador evangélico: a aproximação com o bolsonarismo e a identidade cristã	22
3 ECOLOGIA E TIPOLOGIAS DE MÍDIA: EQUILÍBRIOS E DESEQUILÍBRIOS	28
3.1 Ecossistemas de mídia: em busca de uma definição precisa	28
3.2 Tipologias de mídia digital: das posições no ecossistema	33
3.3 Desordem informacional e populismo divisivo: desinformação além das fake news	37
4 O MAPEAMENTO DA MÍDIA DIGITAL EVANGÉLICA	42
4.1 Metodologia e técnicas de pesquisa	42
4.2 Resultados e Discussão	46
4.2.1 Posições no ecossistema de mídia digital evangélico	46
4.2.2 Narrativas políticas e personagens difundidas no ecossistema	52
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
7 ANEXOS	83
Anexo 1. Domínios analisados e suas respectivas posições no ecossistema	83

1 INTRODUÇÃO

Era por volta de 15h30 de 20 de junho de 2019, feriado de Corpus Christi, quando Jair Bolsonaro, há poucos meses empossado como presidente do Brasil, subiu em um trio elétrico na Avenida Paulista, no centro de São Paulo, para se dirigir a uma plateia estimada em 2 milhões de cristãos. Em sua fala, agradeceu especificamente aos eleitores evangélicos pela sua vitória no pleito realizado em outubro anterior, chamando-os de “decisivos para mudar o destino dessa pátria maravilhosa chamada Brasil” e classificando a si mesmo enquanto um “presidente que diz que o Estado é laico, mas é cristão”. Era a primeira vez que um presidente da República comparecia à Marcha para Jesus, evento internacional e interdenominacional — isto é, que não se prende a uma corrente religiosa específica — organizado pela neopentecostal Igreja Renascer em Cristo, liderada por Estevam e Sônia Hernandez, marido e esposa, apóstolo e bispa, e que ocorre anualmente em diversas cidades brasileiras.

A participação de um presidente em eventos como a Marcha para Jesus, que também passa a atrair governadores, prefeitos e parlamentares das regiões por onde passa, não pode ser lida como um mero ato isolado de devoção religiosa. Ao menos desde a década de 1980, o Brasil tem atravessado um momento de transição de seu perfil religioso majoritário, que não apresenta sinais claros de quando deverá ser interrompido. Outrora religião oficial de Estado, o catolicismo tem perdido sua hegemonia social no Brasil e passado a disputá-la com grupos cristãos evangélicos, ainda que continue sendo a religião da maior parte de sua população — ou ainda, que esta continue dizendo professá-la. Historicamente, foi praticado pelas principais lideranças políticas do país, que continuaram amparando e concedendo benefícios à Igreja mesmo após a cisão entre ela e os ditos assuntos públicos, e nele profundamente se enraizou, de modo que seus costumes próprios quase se confundem com aqueles de uma brasilidade.

Mesmo considerando todas as suas diferenças denominacionais e dogmáticas, os evangélicos começaram a se projetar na esfera pública brasileira com mais intensidade nos últimos 40 anos. Desde então, não querem mais ser entendidos como uma seita que já nasce perdida no tempo, alienada do “mundo”, para ficar com uma expressão utilizada especialmente por lideranças fundamentalistas e fiéis mais fervorosos para se referir àquilo que se opõe ao que seria “sagrado”. Muito graças à política, ambiente no qual muito se ouve falar nas disputas envolvendo o “voto evangélico” e por meio da qual conseguiram se organizar enquanto autoridade efetiva de lobby, os evangélicos encontraram uma maneira de se tornarem uma poderosa força cultural. Na construção de um rico campo de estudo, há

muito vem sendo mapeada a relação entre Religião, Comunicação e Política no projeto de poder das igrejas evangélicas.

Neste cenário, a presente monografia busca mapear as fontes de informação — e, como discutiremos, de desinformação — e domínios online que reivindicam a identidade cristã evangélica para si para a formulação de uma tipologia e de um desenho de pesquisa capaz de lidar com estes em conjunto, segundo uma abordagem ecossistêmica da mídia. Estudos sobre a relação de evangélicos, em particular a que o topo da hierarquia de igrejas e denominações buscaram construir, com a mídia não são uma novidade. A Economia Política da Comunicação, por exemplo, pavimentou o caminho para se pensar em como lideranças evangélicas lançaram seus protegidos para atuarem no Congresso Nacional a fim de que pudessem ter poder decisório sobre as concessões públicas de rádio e televisão, valioso ativo político e social, isso quando eles mesmos não se tornavam os próprios concessionários.

O que aqui buscamos fazer, no entanto, é uma investigação de como essa relação passa a se dar no espaço digital online. Esperamos colaborar na construção de um debate em parte alheio às comuns inquirições das relações clientelistas e mandonistas que poderosos grupos religiosos estabeleceram para se tornarem alguns dos mais relevantes “donos da mídia” do Brasil. Não deixamos de nos influenciarmos por estas, principalmente no que diz respeito a uma melhor percepção da centralidade da cultura e da informação no projeto social por eles desenvolvido. Além das relações de afiliação e propriedade, queremos entender a natureza destas fontes e a realidade que elas projetam ou buscam projetar.

Assim sendo, a presente monografia se divide em três capítulos. No primeiro deles, exploramos justamente o crescimento da população evangélica, abordando tanto sua dimensão puramente estatística, como capturada ao longo das últimas décadas por meio dos levantamentos censitários do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), quanto sua dimensão sociocultural. Para uma avaliação precisa desta, baseamo-nos na literatura acadêmica de pesquisadores do campo de Estudos em Religião, como Ricardo Mariano e Magali dos Santos Cunha, e em material jornalístico disponibilizado digitalmente ao longo das últimas duas décadas. De início, nosso objetivo foi a compreensão, diante desta expansão, de quais grupos, histórica e tradicionalmente, reivindicam e reivindicaram a identidade cristã evangélica no Brasil, que começa a se fortalecer a partir do século XX, após o estabelecimento das denominações pentecostais no país. O que identificamos foi um objeto de disputa, que por si só não possui um significado muito claro, sendo evocado por grupos bastantes distintos e com diferentes propósitos sociais, culturais, econômicos e políticos.

O que também buscamos mostrar é como a ascensão midiática da população e, em

especial, de lideranças evangélicas não pode ser dissociada de sua busca por representação na arena da política institucional, representando um de seus principais e mais claros objetivos. Como veremos, essa conquista do espaço midiático em muito se assemelha ao trabalho realizado por televangelistas estadunidenses, que colaboraram a uma guinada conservadora do mercado de comunicações do país, à época em que teve início sua atuação.

Finalizamos esta primeira seção com uma revisão do que é compreendido por ativismo evangélico conservador e como suas formas de manifestação ajudaram a moldar o entendimento popular em torno deste segmento, determinaram sua atuação política institucional, tomando o exemplo das chamadas Frente Parlamentar Evangélica e bancada evangélica no Congresso Nacional, e, principalmente, facilitaram a aproximação entre estes grupos, o presidente Jair Bolsonaro e, conseqüentemente, o fenômeno mais geral do bolsonarismo. Também abordamos a questão dos chamados “evangélicos progressistas”, buscando explicações sobre o porquê de eles não darem a tônica e tampouco ditarem as tendências desse segmento religioso na esfera pública brasileira.

Na segunda parte, voltamo-nos à discussão de elementos teóricos da Comunicação Social que serviram à fundamentação deste trabalho. O primeiro deles foi a noção de ecossistemas de mídia, que emerge na esteira dos trabalhos do canadense Marshall McLuhan e do estadunidense Neil Postman durante as décadas de 1960 e 1970, autores que sugerem a instrumentalização da noção de uma ecologia midiática, fortemente calcada em entendimentos próprios das Ciências Biológicas, para a análise dos efeitos da mídia de massa sobre seus consumidores. Com base em uma literatura mais recente, apresentamos os ecossistemas de mídia como os fluxos rastreáveis de informação gerados por indivíduos e organizações com preocupações em comum.

Logo em seguida, abordamos a ideia de tipologias de mídia, apresentadas como ferramentas comparativas utilizadas para o discernimento de padrões nas relações entre diferentes ecossistemas midiáticos e sistemas socioculturais maiores. Tipologias são úteis à medida que permitem que façamos o mapeamento não só dos aspectos econômicos e organizacionais de veículos e empreendimentos midiáticos, mas também das próprias visões de mundo sustentadas por estes e das narrativas que dão bases a estas.

Encerrando o capítulo, debruçamo-nos sobre a discussão em torno do fenômeno da desinformação, ideia que tem sido central a estudos que adotam a abordagem ecossistêmica da mídia, buscando entendê-la além de noções elementares como uma mera mentira ou a partir da difusão de notícias falsas ou falseadas, muito difundidas com a popularização do termo *fake news*, alvo de nossa problematização. Optamos por adotar uma noção mais ampla

da desinformação, que, além de informações meramente falsas ou distorcidas, difundidas conscientemente ou não, engloba o conteúdo dito divisivo ou hiper partidário. A noção de conteúdo hiper partidário remete diretamente aos estudos da comunicação populista, encarado como toda informação que sustenta uma retórica populista, que crê na demonização daqueles vistos como inimigos à custa daquilo que é factual. Essa apresentação é importante ao passo que outros estudos levantados em nossa revisão enxergaram elementos afins na articulação entre evangélicos e a política na esfera pública, o que se torna fundamental para pensarmos em como a mídia evangélica, em um sentido geral, estrutura e veicula seu conteúdo próprio.

Por fim, no terceiro e último capítulo, apresentamos o mapeamento e a tipologia da mídia digital evangélica, sem a intenção de esgotá-la, como uma maneira de apontar tendências sistemáticas deste cenário. A primeira etapa metodológica se baseou em uma análise de *hyperlinks*, caminho cada vez mais comum para o desvelamento de ecossistemas midiáticos digitais, discutido no segundo capítulo, extraídos de páginas de lideranças e figuras públicas evangélicas no Facebook entre abril e outubro de 2021. Aqui, nosso objetivo era a descoberta de sites que se apresentem ao público enquanto evangélicas ou que possuíssem vínculos com denominações ou lideranças evangélicas. A essa base de sites, domínios e fontes evangélicas, acrescentamos outros encontrados em uma busca manual, também realizada dentro do Facebook e do CrowdTangle, mas que não haviam sido compartilhados por essas lideranças e figuras públicas.

O mapeamento se encerrou com a análise qualitativa da base de dados formada pelos domínios evangélicos mapeados, que contou com etapas para a identificação da posição e do propósito de cada um dos sites encontrados no ecossistema maior, a propriedade e a afiliação de cada um destes domínios no universo político e evangélico e, enfim, as narrativas apregoadas por eles e os personagens comumente representados nestas.

Dessa maneira, nos defrontamos com um ambiente mais do que propício para a renovação dos estudos em torno da religião organizada e suas relações com o mercado de comunicação. Com esse trabalho, esperamos propor caminhos para o aprofundamento das investigações acerca das manifestações políticas de grupos evangélicos em meios digitais, que ainda carecem de metodologias e desenhos de pesquisa apropriados e tampouco têm uma literatura acadêmica consolidada em torno de si, em especial a partir do emprego de uma abordagem metodológica mista, guiada parcialmente por técnicas inerentemente digitais, que orientam parte relevante do trabalho.

2 OS EVANGÉLICOS NA ESFERA PÚBLICA BRASILEIRA

2.1 Evangélicos, crentes e protestantes: afinal, a quem nos referimos?

Ao menos desde 1980, a população católica brasileira, historicamente majoritária no país, passa por um constante e consistente declínio. Quando olhamos para as últimas edições do Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), fica claro que o principal fator em jogo é o crescimento daqueles que passaram a se definir como evangélicos. O aumento ininterrupto desse segmento e as expectativas de que ele possa superar a maioria católica, numericamente ou em relevância pública, são observáveis em outros países da América Latina. Para além do Brasil, Mariano e Gerardi (2019) e Siles *et al.* (2021) observam discussões semelhantes acontecendo, ao menos, em países como Colômbia, Venezuela, El Salvador, Costa Rica e México.

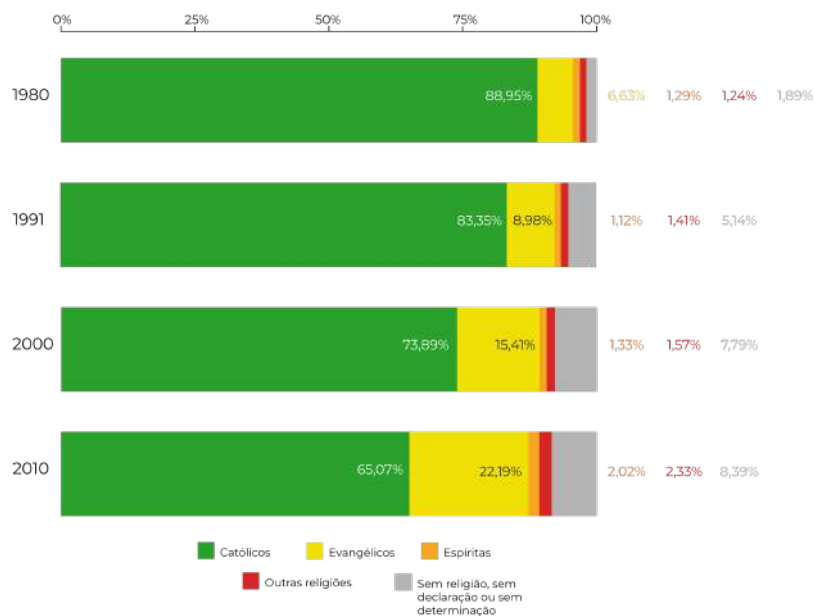
De 1980 a 2010, como vemos no Gráfico 1, o IBGE aponta que os evangélicos deixaram de compor de 6,6% para compor em torno de 22,1% da população brasileira. No mesmo período, a religião católica, professada por quase 89% dos brasileiros há 42 anos, passou a representar 65%. A maior queda foi no período entre 1991 e 2000, quando estima-se que até 10% dos brasileiros deixaram de ser católicos, dos quais a maioria se converteu ao evangelicalismo. O número de identificados com a fé espírita e outras religiões — por exemplo, islamismo, judaísmo e afro-brasileiras — se manteve praticamente estável ao longo dos 30 anos de levantamento, durante os quais também se multiplicaram os não respondentes e pessoas sem religião. Ainda conforme os censos realizados entre 1991 e 2010, 72% daqueles que deixaram de ser católicos no período se converteram a religiões protestantes (DINIZ ALVES, 2017).

Uma limitação evidente é o fato de os dados mais recentes sobre os quais trabalhamos datarem de 2010. Sob justificativas oficiais de falta de verbas, seguindo um corte de 96% no orçamento de sua realização, o Censo que deveria ter acontecido em 2020 ainda não teve uma nova data anunciada pelo IBGE, responsável por sua realização (CORRÊA, 2021). Segundo o instituto de pesquisas Datafolha, é possível que evangélicos correspondam, hoje, a 31% de toda a população brasileira, diante de uma maioria católica de 50% (50%..., 2020). Reconhecemos, no entanto, as limitações de amostragem enfrentadas por uma pesquisa de opinião pública para a estimativa de dados demográficos tão sensíveis ao país.

Além de nos basearmos nos números do instituto, olhemos para modelos matemáticos desenvolvidos por outros pesquisadores nos campos da demografia e da estatística que

também aludem ao crescimento contínuo do grupo de evangélicos no Brasil ao longo desta década e da próxima. Segundo Diniz Alves (2017), caso a tendência de transição religiosa percebida entre 1991 e 2010 permaneça linear ao longo dos próximos anos, os evangélicos irão se tornar maioria em 2036, quando deverão representar 40,3% da população brasileira, contra uma parcela de 39,4% de católicos. Se assim for, católicos corresponderão a 50% da população apenas em 2025, contradizendo os resultados da pesquisa mencionada anteriormente.

Gráfico 1 – Evolução do número de professantes das principais religiões no Brasil entre 1980 e 2010



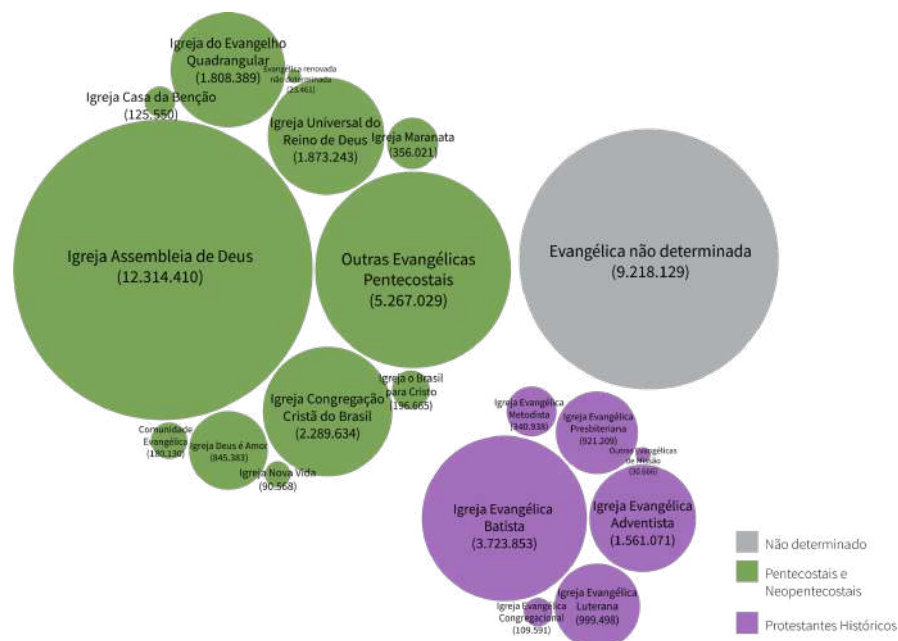
Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Censos Demográficos de 1980, 1991, 2000 e 2010

O sociólogo da religião Paul Freston (2009), por outro lado, reconhece os limites do modelo puramente linear. Para ele, a igreja católica tem uma capilaridade e um núcleo duro que dificilmente serão perdidos, mesmo com o crescimento da população evangélica, que a levava a perder em torno de 1% de seus fiéis à época. É, ainda, duro ao frisar que acredita que nunca haverá uma maioria evangélica no Brasil, seja por uma contenção de danos por parte da própria Igreja Católica, seja por um desgaste da imagem de denominações evangélicas, dada a possibilidade de escândalos envolvendo algumas de suas lideranças mais conhecidas, por exemplo. Tendo isso em vista, acredita que o teto da população evangélica seja de 35% e que seus anos de rápido crescimento devem cessar entre 2020 e 2030.

Ao passo que crescem enquanto estrato demográfico, falar em uma identidade

evangélica, ainda que ressaltando sua heterogeneidade, é um trabalho progressivamente mais árduo. No Censo de 2010, mais de 1.300 denominações únicas foram registradas, como aponta Cunha (2018) — no gráfico 2, vemos como a população evangélica se dividiu entre diferentes correntes no levantamento. O mesmo levantamento indica um predomínio das correntes pentecostais e neopentecostais, que, como veremos mais adiante, têm laços mais estreitos com o universo político-institucional brasileiro, mas a história das religiões protestantes e evangélicas no Brasil não começa com estas, que surgem mais recentemente.

Gráfico 2 – Distribuição da população evangélica brasileira por diferentes grupos e correntes em 2010



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Censo Demográfico de 2010; separação das comunidades proposta por Gonçalves e Pedra (2017).

Por esses motivos, Gonçalves e Pedra (2017) dividem as comunidades evangélicas brasileiras em dois grandes grupos: (i) o dos ditos protestantes históricos, também chamados de evangélicos de missão, que reivindicam diretamente o legado das reformas religiosas do século XVI, a exemplo da Luterana, da Metodista e da Batista; (ii) e o dos pentecostais e neopentecostais, que inclui igrejas como a Igreja Universal do Reino de Deus (doravante IURD ou Universal), a Deus é Amor e as Assembleias de Deus. A evolução temporal dos censos do IBGE também mostra que os pentecostais e neopentecostais saltaram de 48% de toda a população evangélica do país em 1980 para 60% em 2010.

Spyer (SPYER, 2020, p. 55–56) elenca alguns pontos de separação entre os protestantes históricos e os católicos aos quais se opunham quando originalmente surgiram. O

foco dessas igrejas era na experiência religiosa do cristão para com Deus, mediada unicamente pela leitura e interpretação da Bíblia e expressa em ações evangelizadoras, que cumpririam a vontade divina no plano terreno. As construções e templos eram mais modestos como uma forma de contraposição ao luxo associado à Igreja Católica, uma vez que os espaços de culto não deveriam distrair o fiel de seu propósito primeiro e, nestes, não poderia haver a imagem de nenhum santo, como uma forma de se seguir o mandamento bíblico da não-idolatria. Nas denominações protestantes históricas, em especial em seu ofício brasileiro, a carreira do pastor é vista como um complemento a uma profissão exercida externamente à igreja e seus salários — geralmente modestos — não devem ser um atrativo à carreira.

Já o relativamente recente pentecostalismo surge enquanto corrente no início do século XX nos Estados Unidos. Gonçalves e Pedra (2017) dividem sua expressão brasileira em três fases distintas: (i) a clássica, que chega na década de 1910 com missionários europeus evangelizados nos Estados Unidos; (ii) a deuteropentecostal, entre as décadas de 1950 e 1960, marcada pela evangelização em massa e pelas primeiras experimentações da difusão do evangelismo pela radiodifusão; (iii) e a neopentecostal, que tem início nos anos 1970, e se caracteriza por um maior sectarismo, pelo combate ao “diabo” e a religiões adversárias, como as de matriz africana, e, sobretudo, pela Teologia da Prosperidade, que afirma a vitória pessoal do cristão através do pagamento de dízimos e de seus empreendimentos profissionais. A última fase também representa um ponto de virada das lideranças evangélicas, que passam a se envolver profundamente com questões midiáticas e políticas.

O fundamento do pentecostalismo, em oposição ao protestantismo histórico, é o resgate de tradições bíblicas do cristianismo dito primitivo, como os dons divinos da cura e do combate ao “mal”, expressão diabólica, que se encontra na oposição do binômio “igreja e mundo” (MARIANO, 2003, 2009). Assim, o diabo é central ao culto pentecostal, sendo a origem de todo o mal do mundo — aqui, dificuldades e tragédias como doenças, baixos salários, desemprego, conflitos domésticos e interpessoais, separações amorosas e o vício em substâncias ilícitas — e devendo ser combatido não só pelo pastor, que comanda rituais de exorcismo e expulsão, mas também pelos fiéis, que devem atuar no recrutamento de mais soldados “do mundo” na guerra espiritual em curso (MARIANO, 2003).

Além disso, alguns autores apresentam aspectos ditos modernizantes do pentecostalismo, de impacto profundo sobre as vidas de populações marginalizadas, sendo uma religião “pregada em linguagem simples com exemplos simples por pessoas simples para pessoas simples”, com promessas de elevar os pobres à classe média (SPYER, 2020, p. 57). Retomando a Teologia da Prosperidade, a mesma inverte a ênfase cristã tradicional das

vitórias e da redenção no pós-vida para as bênção dos “aqui e agora”, representadas pela riqueza e ascensão pessoal e pela possibilidade de se consumir o que bem se deseja, de modo a atender as preferências das camadas populares (MARIANO, 2003). Por outro lado, projetos sociais guiados pela moralidade das igrejas pentecostais e neopentecostais distanciam o fiel do mundo de “pecados e vícios”, servindo à construção de um “Estado de bem-estar social informal”, que engaja o jovem em atividades diárias extracurriculares para mantê-lo longe do mundo do crime e recupera o adulto do alcoolismo e da dependência química, por exemplo (SPYER, 2020, p. 58, 113–117).

Da mesma maneira que reconhecemos as diferenças significativas a nível denominacional e filosófico, entendemos que ser evangélico e reivindicar essa identidade, de alguma forma, não exige uma vida ditada pela ortodoxia ou pelo dogmatismo religioso. Na esfera pública, Cunha (2019) enxerga os evangélicos como um grupo que desenvolve uma cultura do que chamou de “vida normal”, com moda, artistas e celebridades próprios, que progressivamente busca ser representado nas mídias tradicionais e emergentes e no universo político, sem abrir mão da fé e de valores religiosos — ou seja, um público que cada vez mais marca sua presença no “mundo”, independentemente de como isso possa ser enxergado dentro da igreja. Afinal, se evangélicos tivessem se mantido dentro dos limites impostos pelo saber religioso, é provável que não tivessem crescido ou se popularizado da maneira que o fizeram.

Ao longo do trabalho, iremos falar em evangélicos a partir de uma perspectiva interdenominacional, sem pretensões de atribuí-la a um ou outro grupo específico, enxergando-a como uma identidade disputada por diferentes grupos religiosos e evocada com variados fins — a saber, eclesiais, sociais, políticos, culturais e econômicos. Consideramos essa estratégia especialmente útil por permitir que lidemos com esse segmento de forma mais abrangente, de maneira a reconhecer características e fatores maiores que unem os evangélicos enquanto grupo publicamente articulado e, ainda, dar alguma atenção aos chamados “desigrejados” — fenômeno crescente de “evangélicos sem igreja”, que negam a institucionalização e a filiação a alguma denominação específica, ainda que não neguem por completo o trabalho de lideranças e figuras públicas cristãs (BILHALVA, 2020).

2.2 Da Política aos Meios de Comunicação: a ascensão midiática de evangélicos no Brasil

A entrada dos evangélicos — mais especificamente, de igrejas e lideranças ministeriais pentecostais e neopentecostais — no mercado brasileiro de mídia e entretenimento não pode ser dissociada do ingresso de seus quadros na política institucional e

congressional, espaço que lhes havia sido relegado em outros momentos da República Brasileira, a partir, pelo menos, da década de 1980.

Antes disso, Mariano (MARIANO, 2009, p. 114) credita um certo “apolitismo” aos evangélicos, que, independentemente da denominação, acreditavam que suas tarefas deveriam se dividir entre o lar, a igreja e o trabalho, seguindo o mote de que “crente não se mete em política”, vista como um caminho inerentemente corruptor. À época, relembra, evangélicos comumente expunham ideias anticomunistas, conforme uma mentalidade típica da Guerra Fria, que associava o socialismo além da Cortina de Ferro ao ateísmo de estado e à perseguição religiosa. Graças a isso, em parte, evangélicos demonstravam apoio a candidatos do regime militar, responsável por um grande racha entre o Estado brasileiro e a Igreja Católica, dada a oposição aberta de padres à ditadura e o engajamento destes na luta por direitos humanos, inspirada pela corrente da “teologia da libertação” (CAMURÇA, 2019; MARIANO, 2011).

Em alguns anos, o velho lema se converteria no “irmão vota em irmão”, pensado para a mobilização de fiéis à época das eleições gerais de 1986, que iria eleger os parlamentares integrantes da Assembleia Nacional Constituinte de 1987-1988, quando a cúpula nacional da Assembleia de Deus disseminou rumores alarmistas de que a nova constituição do país pudesse liberar a perseguição religiosa contra evangélicos, especialmente a partir do retorno do catolicismo como religião oficial do Brasil (MARIANO, 2009, p. 115). Os esforços se converteram em uma bancada de 32 parlamentares evangélicos, dos quais 18 eram pentecostais e 14, protestantes históricos. Entre 1910 e 1982, ano do pleito anterior, apenas 99 deputados evangélicos, entre diferentes denominações, haviam sido conduzidos ao Congresso Nacional (MARIANO, 2011). Apesar do ativismo crescente, correntes pentecostais como a Congregação Cristã do Brasil e a Igreja Deus É Amor continuam por fora da política institucional e proíbem qualquer tipo de atuação de suas lideranças neste universo (ALBERTO RODRIGUES; FUKS, 2015).

A despeito do evidente alarmismo dos rumores assembleianos, que logo se espalharam para fiéis de outras correntes e congregações, havia motivos para se acreditar neles. Mariano (2011) constata que, mesmo após a separação entre Estado e Igreja à época da formação republicana brasileira, a Igreja Católica continuou exercendo forte influência sobre questões de interesse público e nacional e agentes públicos continuaram a perseguir e discriminar cultos e ritos de outras crenças, em especial as espíritas e afro-brasileiras. Nos anos 1950, a ofensiva católica se direcionou contra a expansão pentecostal entre as classes populares brasileiras e a Igreja criou o Secretariado Nacional para a Defesa da Fé e da Moralidade para

monitorar o avanço das “falsas religiões” e frear “a expansão da imoralidade e da amoralidade na vida pública e particular” (MARIANO, 2011).

Hoje, os evangélicos, em bloco, contam com grande poder decisório no Congresso Nacional, como se evidencia pela formação da Frente Parlamentar Evangélica (FPE). Instituída ao longo da 52ª Legislatura do Congresso Nacional (2003–2007), a suprapartidária e supradenominação FPE é um dos braços políticos organizados dos evangélicos no Congresso Nacional. Em 2022, conta com 204 parlamentares signatários, em torno de 35% de todo o Congresso, incluindo 196 deputados federais e 8 senadores¹, dos quais muitos estão licenciados de suas funções para ocupar outros cargos públicos e sequer são evangélicos de fato, mas que apoiam ou apoiaram a criação da frente (BEDINELLI, 2017; CAMURÇA, 2019).

Salvo a religiosidade e a participação em celebrações no Congresso, a FPE não é um grupo necessariamente coeso em sua atuação, ao contrário da bancada evangélica, recorte de integrantes da FPE e não seu mero sinônimo. A bancada evangélica conta com uma organização mais flexível e informal, sem personalidade jurídica ou estatuto próprio, e costuma votar junto nas chamadas “pautas morais e de costumes” (VEJA..., 2020), sobre as quais vamos discutir em maior profundidade ao final deste capítulo.

Camurça (2019) é um dos autores que aponta a centralidade da conquista midiática no projeto político de igrejas evangélicas. A IURD teria sido a responsável por elaborar a tríade “Política — Mídia — Filantropia”, posteriormente levada a cabo por outras denominações em articulações nacionais e regionais. Nesse modelo, a igreja é responsável por lançar pastores e outros líderes ministeriais e denominacionais a cargos públicos eletivos, que irão direcionar suas campanhas aos fiéis de suas igrejas, responsáveis por elegê-los. Uma vez eleitos parlamentares, essas lideranças passam a atuar nas Comissões de Comunicação dos Parlamentos para garantir que suas igrejas sejam beneficiadas com concessões de rádio e televisão. No fim, os parlamentares também apostam na transmissão e reprodução de ações filantrópicas empreendidas por seu mandato nas emissoras que ajudaram a garantir, assegurando sua permanência nas casas legislativas. Mariano (2009, p. 124) nota a efetividade da estratégia ao salientar que mais da metade dos parlamentares evangélicos da 53ª Legislatura da Câmara dos Deputados (2007–2011) ou eram empresários ou trabalhavam no universo midiático evangélico.

Ainda fortemente alicerçada na exposição midiática de determinadas personalidades,

¹ Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/internet/deputado/frenteDetalhe.asp?id=54010>>. Acesso em: 3 mai. 2022.

outra hipótese levantada por Camurça (2019) para a ascensão política dos evangélicos é a do mercado de música gospel. O autor ressalta a atuação passada de diversas personalidades evangélicas da política institucional brasileira nessa indústria, que pode ter servido para ampliar suas bases eleitorais para além dos limites denominacionais dentro dos quais se encontravam.

Um levantamento da iniciativa global Media Ownership Monitor, voltada ao mapeamento da concentração da propriedade midiática e aos riscos que a mesma pode trazer à democracia, mostrou que 9 dos 50 maiores veículos de comunicação brasileiros pertencem a grupos religiosos, dos quais 2 são católicos e 7, evangélicos, com emissoras e retransmissoras na propriedade de políticos com mandatos (PARTICIPAÇÃO..., 2017). Vale notar que a legislação brasileira, expressa no artigo 54 da Constituição Federal, não permite que, durante o exercício de seus mandatos, políticos sejam donos de canais de rádio e TV (BRASIL, 1988; POLÍTICOS..., 2018).

O poder de organização da Universal é tamanho que poucas correntes religiosas contam, como ela, com a esquematização de um ideário nacional em sua bagagem. No livro *Plano de Poder: Deus, os cristãos e a política*, o bispo Edir Macedo, fundador, líder e rosto mais conhecido da IURD nos planos nacional e internacional, apontado como o pastor mais rico do Brasil (“BISPO”..., 2020), tem a visão de um projeto de uma nação “pretendida e elaborada por Deus”, “governada por Seus dirigidos” e com forte engajamento e mobilização por parte dos cristãos evangélicos, que devem ser respeitados no ordenamento de laicidade do Estado (MACEDO; OLIVEIRA, 2008, p. 110–119).

A tática “Política — Mídia — Filantropia” deu tão certo para a IURD que ela se tornou a principal proprietária de concessões de radiodifusão no Brasil. Em 2007, a igreja, por meio do controle exercido por seus pastores e pelo próprio Edir Macedo, contava com 23 emissoras emissoras de TV e 40 de rádio, além de 36 arrendadas², colocando-a numericamente, à época, à frente das Organizações Globo, maior grupo midiático de toda a América Latina (IGREJA..., 2007). Em 2014, a IURD desembolsava R\$12 milhões em arrendamentos, ocupando quase que integralmente a programação das emissoras Rede 21, de São Paulo, e Central Nacional de Televisão, às quais ainda é associada (JIMENEZ, 2014).

Assim, a IURD construiu um verdadeiro império midiático. Sua principal expressão é

² Atualmente irregular, o arrendamento de concessões públicas de radiodifusão ocorre quando uma pessoa física ou jurídica aluga ou vende para outrem blocos de programação da emissora de rádio ou televisão que lhe foi concedida para operar, como uma espécie de subconcessão, alienando o poder decisório do Estado na questão (ARRENDAMENTO..., 2012). Para aprofundamento da discussão em torno das implicações da prática, ver Araújo (2015).

o Grupo Record, um dos maiores conglomerados de comunicação do Brasil, fundado em 1953 pela família Machado de Carvalho e, desde 1989, comandado por Edir Macedo. Mais notadamente, o grupo controla a TV Record, que aglutina 14% da audiência de televisão do Brasil, o portal R7, sétimo portal de mídia mais acessado no país, e o jornal impresso gaúcho Correio do Povo (GRUPO..., n.d.). A doutrina da Universal não é o norte de tudo que é veiculado nos veículos do Grupo Record, apesar de a Record TV ainda ter espaços em sua grade para a programação estritamente religiosa e se engajar na produção de séries e telenovelas de temática bíblica.

Desde 1992, a Igreja também é responsável pelo semanário Folha Universal, jornal impresso de maior circulação do país, com uma tiragem semanal de 1,9 milhão de exemplares, distribuídos gratuitamente nas igrejas e nas ruas, e uma versão digital, hospedada no site da própria instituição, que conta com uma média de acessos mensais de quase 1 milhão³. Nas redes sociais, contam com os perfis da iniciativa Arimateia⁴, comandada pelo bispo Alexandre Paschoall, focado, principalmente, na educação, conscientização e mobilização política de fiéis da instituição.

Assembleianos também centralizaram a conquista do espaço midiático em sua atuação parlamentar. Mariano (2009) relembra a implementação do projeto Cidadania AD Brasil, formulado pela Assembleia de Deus no início do século XXI como forma de vigiar de perto e exercer maior controle sobre a atividade de seus parlamentares eleitos. Entre as justificativas do projeto, estava a chamada “crise moral” atravessada pela nação brasileira, que se manifestava, especialmente, no baixo nível da programação televisiva e nos demais meios de comunicação do país (MARIANO, 2009). Sem ter o mesmo alcance ou influência dos veículos associados à IURD, as Assembleias de Deus ficam a cargo da Fundação Boas Novas e da Rede Boas Novas de Televisão, de propriedade de Samuel Câmara, presidente da Convenção das Assembleias de Deus no Brasil, que conta com quase cem retransmissoras e emissoras afiliadas espalhadas pelo país.

³ Dados resgatados da ferramenta Similarweb. Disponível em: <<https://www.similarweb.com/pt/website/universal.org/#overview>>. Acesso em: 19 mai. 2022.

⁴ Em seu site, a Igreja Universal define o Arimateia como um projeto com o objetivo de “conscientizar as pessoas sobre a importância de exercerem seus direitos” para que “escolham representantes políticos de bom caráter e de boa índole”. Disponível em: <<https://www.universal.org/noticias/post/voce-conhece-o-grupo-arimateia/>>. Acesso em: 08 jun. 2022.

2.3 Ativismo conservador evangélico: a aproximação com o bolsonarismo e a identidade cristã

Estudos sobre as motivações por detrás do chamado “voto evangélico” no contexto da redemocratização brasileira são pivotais à Sociologia da Religião desde, ao menos, o momento que sucede a Assembleia Nacional Constituinte de 1987-1988 e a concretização do “irmão vota em irmão”. A revisão de Alberto Rodrigues e Fuks (2015) levanta diferentes determinantes segundo as quais este voto teria sido enxergado pela literatura acadêmica brasileira — fatores como a assiduidade e a participação de um fiel dentro de sua igreja, que votaria conforme suas comunidades de fé, e a influência direta de pastores e outras lideranças sobre os membros de suas denominações. Com as eleições presidenciais de 2018 e a vitória do candidato conservador Jair Bolsonaro, começa a se discutir um voto motivado pelo ativismo conservador cristão (CAMURÇA, 2019; MARIANO; GERARDI, 2019; RODRIGUES, 2019).

Com base nas sondagens de opinião do Instituto Datafolha realizadas imediatamente antes do segundo turno das eleições presidenciais de 2018 e nos resultados do pleito, Diniz Alves (2018) defende que o voto evangélico teria sido decisivo para garantir a vitória de Bolsonaro. A diferença final entre Bolsonaro e o candidato petista Fernando Haddad foi de 10,76 milhões de votos, enquanto o pesquisador projeta que os eleitores evangélicos teriam garantido uma vantagem de aproximadamente 11 milhões de votos favoráveis ao atual presidente. A discrepância teria sido menor entre os eleitores católicos, que teriam garantido um número de votos bem próximo para cada um dos candidatos, com uma vantagem de pouco mais de 1 milhão de votos para Bolsonaro. Considerando votos válidos, em torno de 69% do eleitorado evangélico teria votado em Bolsonaro, contra 31% que teria optado por Haddad.

Para além da atuação corporativista em prol dos interesses econômicos das igrejas, onde entra sua conquista midiática, Mariano (MARIANO, 2009, p. 137), em suas considerações, retrata os políticos evangélicos — em especial aqueles associados a denominações pentecostais — segundo a ótica deste ativismo conservador. Conforme o autor expõe, é comum a união de parlamentares evangélicos e católicos em agendas com pautas morais religiosas que visam à flexibilização da laicidade do Estado, como as que restringem os direitos sexuais e reprodutivos, a união homoafetiva, a distribuição pública de métodos anticoncepcionais e o combate à homofobia (MARIANO, 2009, p. 122, 137). Aliás, Cunha (2019) localiza o conservadorismo social no âmago da cobertura midiática evangélica, percebendo que correntes cristãs conservadoras predominam nos espaços midiáticos

religiosos tradicionais e, como corroborado pelos achados de Freire Sousa *et al.* (2021), digitais. Isso pode ser encarado como um reflexo do modelo televangelista dos Estados Unidos, que, como enfatiza Rusher (2018, p. 318), colaborou com a intensificação da guinada à direita da esfera midiática do país no que chama de “a primeira geração da mídia conservadora americana do pós-guerra”.

Almeida (2017) constrói um perfil dos deputados evangélicos da 55ª Legislatura (2015 - 2019) no Brasil, notando que aproximadamente 80% deles pertenciam ao evangelismo pentecostal ou neopentecostal. Há ainda um predomínio das Assembleias de Deus e da IURD, que controla o Republicanos, antigo Partido Republicano Brasileiro (PRB), que Aires e Santos (AIRES; SANTOS, 2017, p. 166) descrevem como o evidente destino político daqueles que trabalham na Rede Record. Segundo Almeida (2017), em uma revisão de 178 proposições destes parlamentares, a moral religiosa constitui um norte significativo da atuação parlamentar evangélica em temas como formação familiar e direitos sexuais e reprodutivos, embora também se dedique a matérias relativas aos direitos femininos, em temas como violência doméstica, saúde e condições de trabalho. Esse período foi essencial para o fortalecimento do puritanismo cristão no Congresso Nacional, quando pautas em “defesa da família” conquistam mais espaço na Câmara dos Deputados sob a presidência do assembleiano Eduardo Cunha (CUNHA, 2019).

Graças às afinidades que possuía com os parlamentares da bancada evangélica em temas relativos à “moral e aos bons costumes”, o então deputado federal fluminense há seis mandatos Bolsonaro, católico (VEIGA, 2021) e ex-capitão do Exército brasileiro, começa a se aproximar intensamente do eleitorado evangélico a partir de 2016, quando suas ambições para chegar à Presidência da República ficam mais claras. Compreender a união entre esses dois lados será fundamental para a formulação e identificação de narrativas e categorias midiáticas que discutiremos a fundo na exposição de nossos resultados.

2016 é o ano, inclusive, em que Bolsonaro ingressa no Partido Social Cristão (PSC), ligado à Assembleia de Deus, com a promessa de se lançar a presidente dois anos depois (BRAGA, 2016), o que só se concretiza, contudo, em virtude de sua filiação ao Partido Social Liberal (PSL), já em 2018. Para firmar seus compromissos com estes possíveis eleitores, Bolsonaro se deixa batizar nas margens do Rio Jordão (ENQUANTO..., 2016), em Israel, pelo Pastor Everaldo Pereira, presidente nacional do PSC desde aquela época, em um ato de forte simbolismo religioso, tendo em vista que, na tradição bíblica, este teria sido o mesmo local de batismo de Jesus Cristo.

Ao menos desde 2016 (BOLSONARO, 2016), Bolsonaro se utiliza do versículo

bíblico João 8:32 — "E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará" —, encontrado no Novo Testamento, como um mote favorável à moralização da política institucional e lema de uma campanha permanente para desmascarar as supostas mentiras de seus adversários políticos. Em 2017, Bolsonaro deu a tônica religiosa de seu futuro governo quando, em evento na Paraíba, declarou que o Brasil teria um "Estado cristão", voltado para as "maiorias", independentemente de minorias aceitarem essa condição ou não (BOLSONARO..., 2018).

Ao longo de sua campanha no ano seguinte, Bolsonaro fez uso constante de expressões bíblicas, como lembrado por Rodrigues (2019), e colheu os frutos de uma aproximação estética com círculos cristãos, que não obstante se referiam a ele enquanto "Messias", em uma conotação de duplo sentido de alusão bíblica e a seu nome do meio. Matéria publicada no jornal conservador (MARTINS, 2018) paranaense Gazeta do Povo remonta a inspiração de Bolsonaro para a elaboração de seu slogan de campanha "Brasil acima de tudo, Deus acima de todos", extremamente popular entre o eleitorado autoidentificado como cristão, às dominantes fileiras anticomunistas das Forças Armadas do Brasil durante a década de 1960 (A ORIGEM..., 2018).

Às vésperas do 1º turno das eleições presidenciais, Bolsonaro recebe o apoio explícito de parlamentares da FPE por um entendimento de que ele seria "o nome mais adequado para lutar pelas pautas defendidas por seus integrantes" (REZENDE, 2018), e da Confederação de Pastores do Brasil (MATOSO, 2018), formada sobretudo por denominações pentecostais e neopentecostais, sob a justificativa de que as circunstâncias não permitiam que a organização se colocasse em cima do muro. Em seguida, vêm os apoios da Confederação Geral das Assembleias de Deus (CGADB, 2018) e da Igreja Universal de Deus (CHAPOLA; VENTURINI; CHARLEAUX, 2018), que instrumentaliza a Rede Record para fazer campanha velada a Bolsonaro (CAMURÇA, 2019).

A atual primeira-dama do Brasil, Michelle Bolsonaro, foi e continua sendo um grande elemento facilitador na aproximação entre o presidente e grupos evangélicos desde os anos de sua pré-campanha. Embora seja batista e frequente igrejas ligadas ao protestantismo histórico, atuou para construir pontes entre setores e lideranças pentecostais, sendo uma constante presença nos cultos evangélicos frequentados por Bolsonaro na campanha e na pré-campanha. Em 2013, o casamento de ambos foi celebrado por Silas Malafaia, da Assembleia de Deus Vitória em Cristo, alçado à condição de "porta-voz dos evangélicos" pelas mídias tradicionais não-religiosas (CUNHA, 2019). Mais recentemente, Michelle foi escalada pela bancada evangélica para realizar uma caravana Brasil afora para conquistar o apoio de mulheres

evangélicas ao projeto de reeleição de Bolsonaro (VETTORAZZO, 2022).

Além disso, duas pesquisas eleitorais também realizadas pelo Instituto Datafolha no início de 2022 continuam a mostrar a convergência de interesses entre esse eleitorado e Bolsonaro. Apesar de Bolsonaro e o ex-presidente petista Luiz Inácio Lula da Silva empatarem tecnicamente nas intenções de voto para as eleições presidenciais dentro do segmento evangélico — Bolsonaro teria 37%, contra 33% de Lula, com uma margem de erro de 2 pontos percentuais para mais ou para menos —, é com os evangélicos que Bolsonaro tem sua maior aprovação entre grupos religiosos. Enquanto 24% de católicos e 25% de espíritas consideram seu mandato como “ótimo ou bom”, esse número cresce para 35% nos autodeclarados evangélicos.

A atuação de parlamentares cristãos mudou com Bolsonaro à frente do governo federal. Camurça (2019) enfatiza que a bancada evangélica não quer mais apenas barrar projetos de ampliação dos Direitos Humanos, encaminhados por deputados e senadores ditos esquerdistas, mas de fato propor projetos que os suprimam. O autor cita um novo “Estatuto da Família”, que reconhece apenas valores familiares heteronormativos, o projeto “Escola sem Partido”, para inibir a “doutrinação de crianças e jovens nas escolas”, e novas legislações antidrogas como exemplos de proposições recentes de parlamentares da bancada evangélica. A atuação parlamentar evangélica, portanto, torna-se essencial à fundação e à continuidade do bolsonarismo enquanto amplo fenômeno social de viés autoritário e conservador, que se insere em um contexto internacional reacionário a mudanças sociais lidas como ameaças à permanência de tradições, valores e costumes (REIS, 2020), seguindo um caminho anteriormente iniciado por lideranças ministeriais e figuras públicas e midiáticas evangélicas.

Independentemente de não terem conquistado postos importantes no governo de Bolsonaro, com exceção de Damare Alves, pastora da Igreja Batista da Lagoinha e ex-ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, que, como lembra Camurça (2019), transformou a pasta em um núcleo de ações religiosas conservadoras para a sociedade civil, pastores célebres bancaram seu mandato mesmo em momentos de profunda impopularidade. Enquanto o governo federal atrasava a compra de vacinas contra a covid-19 e fazia propaganda de remédios sem eficácia reconhecida para o combate à pandemia, Guerreiro e Almeida (2021) notaram que lideranças de diversas denominações não só eram coniventes com suas ações, como também apoiadores de primeira hora das medidas. Como a retórica governista se baseava na não-adoção de medidas de contenção à doença, como a implementação de diretrizes nacionais de isolamento e distanciamento social, lideranças religiosas interessadas na manutenção do funcionamento presencial de templos e igrejas

estiveram ao lado de Jair Bolsonaro. Os autores apontam, além disso, que essas mesmas lideranças teriam utilizado do espaço de transmissões ao vivo na internet e de suas redes sociais para a veiculação de posicionamentos oficiais do governo.

As redes sociais têm servido como um instrumento facilitador da aproximação entre Bolsonaro e lideranças evangélicas, a exemplo do que também foi observado em outros pleitos latinoamericanos (SILES *et al.*, 2021), ainda que em uma relação pouco explorada na literatura e com a qual esperamos poder contribuir com esse trabalho. Como mostram Santini *et al.* (2021), a propaganda política nas mídias sociais foi central à estratégia de comunicação de Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018, incluindo o emprego de táticas escusas, como o amplo emprego de contas falsas e automatizadas nas discussões e o disparo em massa de conteúdos propagandísticos e desinformativos em aplicativos de troca de mensagens. No decorrer da campanha, uma das principais armas de setores da direita moralista para desacreditar Fernando Haddad foi a instrumentalização da iniciativa Escola sem Homofobia, um conjunto de diretrizes elaboradas pela gestão de Haddad à frente do Ministério da Educação para ajudar educadores a combater a discriminação de gênero nas escolas brasileiras e apelidada de “kit gay” por Bolsonaro e políticos de inclinação religiosa-moralista, como um projeto para a sexualização precoce de crianças e adolescentes (É #FAKE..., 2018; PIRES, 2018).

Mariano e Gerardi (2019) enfatizam o papel de pastores reacionários na disseminação de mensagens contra a iniciativa durante o período eleitoral — um caso é o de Silas Malafaia, que teria sido uma das figuras a mais reunir engajamento em torno de desinformação sobre o “kit” nas mídias digitais. Rodrigues (2019), aponta para como pastores evangélicos teriam se utilizado da estrutura da comunicação bolsonarista no WhatsApp durante o mesmo pleito para espalhar mensagens de teor alarmista, pedindo votos para candidatos “honestos”, comprometidos com a “moralidade” e uma chamada “visão cristã”.

Ao longo dos quase 14 anos que marcaram a gestão do Partido dos Trabalhadores (PT) frente ao governo federal, a relação de Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff com lideranças evangélicas foi mais do que cordial e formal. Após ter recebido o apoio formal de diversas denominações, que se aglutinaram em torno de sua candidatura com a publicação de um manifesto em apoio a ela (AIRES; SANTOS, 2017, p. 159), Lula se beneficiou entre evangélicos, ainda no início de seu mandato, com a sanção de uma lei que garantia o caráter de personalidade jurídica a igrejas, facilitando o surgimento de novas denominações e a construção de novos templos (LULA..., 2003; MARIANO, 2009, p. 120–121), e angariou o apoio da Assembleia de Deus à sua reeleição em 2006 (LULA..., 2006). Durante sua

campanha em 2010, seguindo o boicote de lideranças católicas por supostamente ser favorável ao aborto, Rousseff ganhou o apoio de 15 igrejas evangélicas diferentes (ROSA, 2010). Ao longo de seu mandato, também cumpriu agendas públicas ao lado de lideranças relevantes no meio evangélico (COM..., 2014).

Lima e Werneck (2012) lembram que a Folha Universal teria servido como panfleto à eleição de figuras do partido em mais de uma ocasião. Mas, mesmo diante da possibilidade do retorno de Lula à Presidência da República, à custa da derrota de Jair Bolsonaro, lideranças evangélicas que, em dado momento, marcharam ao lado do petista, continuam demonstrando um apoio irredutível ao atual mandatário. Se antes a Folha Universal serviu aos interesses que suas lideranças mantinham em uma união com os petistas, hoje serve como veículo a serviço da demonização dos mesmos:

A ideologia dos partidos de esquerda, como o PT e seus partidos satélites como o PC do B, PSB, PV, Rede e demais, não tem nada a ver com distribuição de renda e igualdade social. Eles almejam o controle das pessoas por meio do Estado, de uma esquerda com viés de ditadura que escravize o povo em troca de assistencialismo. Lula já falou abertamente que deseja estreitar relações com o governo chinês e fazer uma parceria estratégica para dominar a sociedade e o mercado brasileiro. (FARIAS, 2022)

Diante da cisão cada vez mais nítida entre evangélicos e alguns dos mais relevantes setores da esquerda brasileira, Spyer (2020, p. 175–178) faz um prognóstico de comportamentos de lideranças públicas que podem tê-la causado. Até agora, reforça, todas as alianças entre políticos e partidos de esquerda e as cúpulas da igreja teriam sido frutos de mera conveniência eleitoral e não teriam vindo acompanhadas de um diálogo de longo prazo com a base de fiéis. Em um nível filosófico, o autor salienta, à luz de Max Weber, que a visão de mundo evangélica seria perpassada por valores liberais capitalistas e por uma moral individualizante, impedindo aproximações no combate a problemas que a esquerda, no geral, enxerga num nível sistêmico, como o crime e a pobreza, para citar dois exemplos. Correntes pentecostais teriam aprofundado essa dicotomia, com ênfase pronunciada em fatores como o consumo, individualismo, empreendedorismo, meritocracia e competitividade. Como Cunha (2019) enfatiza, o ativismo evangélico progressista, não tem, no fim, o mesmo alcance do conservador, tampouco a simpatia da grande mídia em um nível representacional.

3 ECOLOGIA E TIPOLOGIAS DE MÍDIA: EQUILÍBRIOS E DESEQUILÍBRIOS

3.1 Ecossistemas de mídia: em busca de uma definição precisa

Como remonta Ethan Zuckerman (2021), a ideia de ecologia de mídia surge nos anos 1960 com os estudos do canadense Marshall McLuhan e do americano Neil Postman. Adotando a terminologia de “ecologia de mídia” proposta por McLuhan, Postman ofereceria uma visão das estratégias de influência e poder midiáticos a partir de noções extraídas diretamente das Ciências Biológicas, buscando o entendimento dos efeitos da imprensa e da indústria do entretenimento sobre a percepção humana e como a interação entre essas partes mina as chances de sobrevivência de um indivíduo ou de um grupo maior.

Ao escrever “*Amusing Ourselves to Death*”, de 1985, Postman se dedicou ao objetivo de entender os efeitos da emergente cultura de massa televisiva estadunidense, calcada na brevidade e em uma linguagem própria do entretenimento e centrada na noção de *show business*, sobre seu público, afirmando que aquilo a que eles adoravam — isso é, a própria televisão — carregaria a culpa de sua derrocada intelectual (POSTMAN, 2006, p. 18, 83–87, 99–100, 155–156).

Zuckerman (2021), porém, considera pouco adequada a mera transposição das noções de autores como Postman, focados em meios de comunicação tradicionais, em um momento em que a digitalização destes começava a ser debatida, para que lidemos com ecossistemas digitais de nossa época, compostos sobretudo segundo a mediação de plataformas de mídias sociais. Isso serve de base para sua diferenciação da ecologia midiática, enquanto campo de estudo ampliado, para ecossistemas de mídia, enquanto objetos mais específicos. Em sua revisão, o primeiro termo se refere a tudo aquilo que busca entender os efeitos da mídia de massa sobre a sociedade de maneira abrangente, ao passo que o segundo diz respeito a um conjunto complexo, mas analisável quantitativamente, de relacionamentos e fluxos de informação.

Conjunto complexo, põe, pois o entendimento em torno desse conjunto de interações tem passado por uma intensa revisão na literatura especializada. Um dos objetivos atuais dos estudos de ecossistemas de mídia, por exemplo, é entender como plataformas digitais, como o Facebook, o Twitter e o YouTube, formam seus ecossistemas próprios, com dinâmicas e atores-chave específicos. Além disso, busca-se entender como estes elementos nativamente digitais interagem com elementos midiáticos que precedem a digitalização, em investigações que podem dar conta de como eles se agendam mutuamente, por exemplo (ZUCKERMAN,

2021). Ainda que possamos — e, no caso específico desta monografia, como iremos — nos concentrar em tecnologias emergentes e como elas possibilitam que a informação flua de maneiras não experimentadas anteriormente, isso não deveria ser motivo para negar a preponderância da mídia impressa, televisiva e radiofônica em diversos países e comunidades. Como vimos no capítulo anterior, todas estas ainda constituem um ativo extremamente valioso às lideranças evangélicas brasileiras.

Sendo assim, o autor vê um momento rico para a renovação dos estudos focados no rastreamento de ecossistemas midiáticos graças à atuação de novos agentes nos fluxos de atenção e recepção de informações (ZUCKERMAN, 2021). Não mais lidamos com o agendamento e a autoridade única atribuída a jornalistas, conglomerados de comunicação e editores, mas com uma produção de conteúdo pouco especializada, apesar de cada vez mais específica, que se aproveita das vulnerabilidades dos algoritmos supostamente neutros de grandes plataformas, que concentram em si meios inéditos de ditar os rumos de debates públicos, para ganhar visibilidade, naquilo a que Andrew Chadwick se refere como um “sistema híbrido de mídia” (RUSSELL, 2020).

Para melhor lidar com esta crescente digitalização de meios de comunicação tradicionais, bem como para incluir especificidades de nosso tempo na equação da economia da atenção, a exemplo de motores de busca online, Christopher W. Anderson (2016), por sua vez, prefere dividir os estudos sobre a ecologia de mídia em duas grandes escolas. A primeira seria a “ambiental”, que deriva diretamente do legado antropocêntrico dos estudos de Postman e McLuhan, enquanto a segunda seria a dita “rizomática”. O autor advoga por essa cisão pelo fato de, em sua concepção, a escola ambiental ser melhor aproveitada em estudos sobre dinâmicas midiáticas tradicionais, porém insuficiente para estudos contemporâneos, baseados em análises de *big data*, guiados por metodologias computacionais quantitativas, na qual o humano e seu bem-estar não são mais uma preocupação central.

Mais complexa, sua definição geral de ecossistemas de mídia oferece um complemento interessante àquela previamente proposta por Zuckerman:

[...] para estarmos simultaneamente dentro e fora dos espaços de produção de informação, devemos fazer mais do que simplesmente catalogar os fatores externos e estruturais que governam (e, em um sentido maior, determinam) os ciclos de produção de informação. Eu categorizo os ecossistemas de mídia como os conjuntos de indivíduos, organizações e tecnologias localizados dentro de uma determinada comunidade geográfica ou preocupados com uma mesma questão em particular, engajados na produção e no consumo de informação. (ANDERSON, 2016, p. 412, tradução do autor)

O ponto principal da abordagem rizomática da ecologia de mídia é que o humano não

mais desempenha um papel central e fundamental para um ambiente determinado de comunicação, dada a atuação, em ocasiões, quase autônoma de máquinas e algoritmos, que não só influenciam o sujeito, como também interagem entre si. Nela, a cadeia de comunicações não tende mais ao equilíbrio e à sua própria manutenção, como numa relação ecológica tradicionalmente transposta das Ciências Biológicas, mas à sua contínua expansão em diversos níveis e ramificações.

A noção de rizoma e sua transposição aos estudos de ecossistemas de mídia são uma influência direta da obra dos filósofos franceses Gilles Deleuze e Félix Guattari. Na botânica, um rizoma é um caule subterrâneo que cresce de maneira horizontal e se divide em diversas ramificações, brotos e nós, ao contrário de uma raiz arbórea convencional, que cresce e encontra seu fim em uma única direção. Assim, Deleuze e Guattari (2011) sugerem que os modos de representação na Filosofia sejam orientados pela figura do rizoma, atravessado por multiplicidades, raízes cruzadas e pontos que se conectam de maneira diversa entre si, sem seguir, portanto, uma linha fixa e hierárquica, em oposição a um pensamento “arborescente”, essencialmente hierárquico e baseado na oposição binária entre identidades previamente estabelecidas.

No pensamento e em esquemas arborescentes, cada ramificação responde a um mesmo ponto — neste caso, a uma raiz —, o que não ocorre na organização não-hierárquica do rizoma, o que é particularmente útil para se pensar a centralidade do bem-estar humano no ecossistema midiático da herança ambiental. Por esses motivos, Anderson (2016) considera a metáfora do rizoma como ideal para se pensar em um ecossistema de mídia “profundamente desumanizado”, no qual o elemento humano seria “apenas um agente em uma série de outros entes midiáticos simbólicos e materiais em redes em constante estado de mudança”.

Anderson e Zuckerman, convergem ao enxergarem no *hyperlink* o fio condutor para as análises contemporâneas de um ecossistema midiático. Zuckerman (2021) apresenta que, afora os ecossistemas internos, formados pelas próprias publicações e comunidades nelas contidas, plataformas de mídias sociais também podem servir ao desvelamento de ecossistemas externos, como o mapeamento de fontes de informação de nicho, citando esta como uma das possibilidades mais ricas de investigação das chamadas Ciências Sociais Computacionais. Também realça o papel das mídias sociais e digitais não enquanto representações fidedignas da opinião pública, mas como canais que atuam na projeção de certas ideias na esfera pública *mainstream*.

De Maeyer (2012) encara *hyperlinks* como o elemento que une comunidades online e fortes evidências de como indivíduos se conectam entre si em ambientes digitais. Nestes, a

presença de um *hyperlink* pode ser um indício de autoridade na produção acadêmica, transparência no ofício jornalístico ou convergência política entre pares, que podem ser fontes de informação distintas ou usuários comuns. O apelo da autora é para que os estudos de *hyperlinks* não cheguem ao fim no rastreamento destes elementos e na mera descrição estatística das relações encontradas entre os sites e domínios analisados, mas que sejam guiados por uma abordagem metodológica mista quali-quantitativa, diferenciando o material que foi encontrado nas primeiras etapas do trabalho, em um trabalho essencialmente realizado pelo computador e por algoritmos próprios, segundo uma classificação ou avaliação manual. Acima de tudo, o *hyperlink* compartilhado ou referenciado em um contexto precisa fazer sentido e servir à pesquisa. Mantivemos isso em mente em nosso mapeamento, no qual o rastreamento e a coleta de *hyperlinks* serviu apenas à primeira etapa de nossa metodologia e não como um fim em si, como discutiremos a fundo no próximo capítulo.

Análises de *hyperlinks* não são exatamente uma novidade nos estudos sobre internet. Rogers (2018), inclusive, propõe uma mudança de paradigma pouco favorável a estas, argumentando que estariam restritas à web 1.0, período de uma internet anterior à emergência das redes sociais, quando era comum investigar, com ferramentas de raspagens de dados mais rudimentares, como diferentes sites, blogs e portais noticiosos se referenciavam e estabeleciam conexões entre si. O foco agora, defende, deveria estar nas metodologias e análises próprias da web 2.0, mais plataformizada⁵ — isto é, marcada pela migração de usuários de sites informativos e noticiosos às mídias sociais —, em que usuários recebem recomendações e interagem com conteúdos de outros usuários que estão no mesmo nível que ele, fora da antiga hierarquia em que há um *webmaster*, aquele responsável por manter um site qualquer funcionando, acima dele.

No mapeamento de ecossistemas de mídia, o que vemos, contudo, é uma renovação dos estudos de *hyperlinks* segundo aquilo que é possibilitado pela plataformização da web. O próprio Rogers (2020) dá a entender, porém, que estudos focados em *hyperlinks* podem voltar a ser mais proeminentes neste momento, dada a tendência moderadora, ainda que fraca, de plataformas digitais de removerem conteúdos extremistas e ofensivos, o que leva os atores que os difundem a se organizarem em outros espaços, como sites e fontes de baixa qualidade e plataformas da chamada *alt-tech* (DONOVAN; LEWIS; FRIEDBERG, 2019). Santini *et al.* (2022) entendem que *hyperlinks* externos em mídias sociais auxiliam o usuário a navegar por

⁵ Ainda que possamos utilizar “mídias sociais” e “redes sociais” como sinônimos de “plataformas”, salientamos a concepção do último termo por Poell *et al.* (2019), que as definem “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações entre usuários finais e complementadores, organizadas pela circulação, coleta sistemática, processamento algorítmico e monetização de dados”.

conteúdos informativos e desinformativos publicados entre diferentes plataformas e fontes.

Em meio à desordem informacional, a ser explorada a fundo ainda nesta seção, e expandindo o debate da ecologia de mídia, Starbird (2017) reconhece a emergência dos ecossistemas de mídia ditos alternativos — terminologia a ser contestada adiante — que passam a disputar o engajamento do público e impõem desafios financeiros à atuação da mídia de legado.

A autora explica que ecossistemas alternativos são formados de fontes de nicho, como influenciadores em redes sociais e portais e blogs com graus variados de credibilidade e padrões de produção jornalística, que se vendem como independentes e *anti-establishment* e se baseiam na disseminação da desinformação e de propaganda política. Pak *et al.* (2020) definem a mídia de nicho como um fenômeno formado por veículos que restringem o público que querem atrair a partir do conteúdo que veiculam, o que consideramos uma noção útil para lidar não só com parte considerável da mídia que reivindica a identidade evangélica ou tem relações profundas de propriedade e afiliação com este mundo, mas com a mídia religiosa no geral. Em seu trabalho, a pesquisadora se baseou na investigação dos *hyperlinks* compartilhados em debates no Twitter sobre tiroteios nos Estados Unidos ao longo de 10 meses em 2016, identificando narrativas enganosas comumente disseminadas na plataforma, as fontes alternativas que as hospedavam e os usuários centrais à sua viralização, notando que portais conspiratórios teriam sido muito mais relevantes às discussões que fontes críveis e tradicionais (STARBIRD, 2017).

De forma parecida e igualmente importante para o desenvolvimento da metodologia do nosso mapeamento do ecossistema de mídia digital evangélica, Zannettou *et al.* (2017) promoveram uma análise de *hyperlinks* na qual, diante do desafio de entender como “fontes marginais de informação”⁶ conquistam tração em mídias sociais, se propuseram a desvelar o ecossistema formado por estas em oposição ao formado por fontes notícias críveis, advogando por uma visão holística das dinâmicas da Comunicação Política plataformizada — ou, ao menos, no contexto norte-americano. Segundo uma lista previamente elaborada contendo 99 domínios interpretados como “*mainstream*” e “alternativos”, extraíram publicações contendo *hyperlinks* que redirecionavam para elas nas plataformas 4Chan, Twitter e Reddit entre 2016 e 2017 a fim de compreender o papel desempenhado por cada uma nos fluxos de compartilhamento de informação e desinformação.

No contexto da Comunicação Política e com o auxílio de noções próprias do campo da

⁶ Do original, “*fringe websites*”, como uma maneira de se referir àquilo que não se insere no chamado *mainstream*, empregando o termo de maneira próxima ao de “mídia alternativa” utilizado por Starbird (2017).

Economia Política, a abordagem ecossistêmica da mídia permite que não só identifiquemos os fluxos transcorridos por um ou mais conteúdos específicos, como também os interesses por trás da veiculação desses conteúdos: importa entender quem são os “donos da mídia”. Historicamente, como Aires e Santos (2017) colocam, à luz da noção do coronelismo eletrônico, o mercado de comunicação — mais especificamente, o da radiodifusão — no Brasil foi regido por uma lógica mandonista e clientelista, concentrando-se nas mãos de poucas famílias, que, muitas vezes, confiam suas concessões públicas a políticos com mandatos — isso quando não lançam seus próprios a cargos públicos eletivos —, uma lógica da qual o mercado de comunicação evangélica e, no geral, da comunicação religiosa, não escapou (AIRES; SANTOS, 2017, p. 105–107, 110, 135–136), como debatido no capítulo anterior.

Com a facilidade que muitos atores encontram para se apresentarem como fontes confiáveis de informação na internet, porém, estamos distantes da antiga dependência das outorgas de concessão de rádio e televisão, naquilo a que Castro (2020) se refere como “desintermediação”. Logo, um mapeamento do ecossistema da mídia digital evangélica, como este que nos propomos a fazer, deve se propor a investigar quem são esses atores por detrás das fontes descobertas, além de buscar entender como antigos atores desse mercado de comunicação se inseriram e traduziram suas atividades para a internet.

3.2 Tipologias de mídia digital: das posições no ecossistema

Quando lidamos com ecossistemas de mídia, e, no nosso caso, de mídia digital, que prescindem da emergência de uma nova gama de fontes de informação ou sites e perfis que se passam por fontes de informação, além de entender que fontes são compartilhadas, por quais atores e se e como elas se influenciam e referenciam, é importante compreender a posição ocupada por cada uma delas no panorama geral. Uma das maneiras mais úteis de se chegar a esse resultado é por meio da elaboração de tipologias específicas.

No campo da Comunicação Política, Hallin (2016), que categoriza as tipologias de sistemas midiáticos⁷ como ferramentas comparativas usadas na identificação de padrões nas relações entre mídia e sistemas socioculturais maiores, devendo ser capazes de mapear, acompanhar e explicar mudanças no cenário analisado, remonta o histórico delas a partir da década de 1950. A publicação do livro “*Four Theories of the Press*”, de Frederick Siebert,

⁷ Embora opte pela terminologia “sistemas midiáticos” ou “sistemas de mídia”, a definição que o autor dá não está tão distante das discutidas na primeira seção deste capítulo, categorizando-os como um conjunto de instituições e práticas midiáticas compreendidas a partir das interações que estabelecem e da influência mútua que exercem entre si (HALLIN, 2016).

Theodore Peterson e Wilbur Schramm, em 1956, inaugurou um novo paradigma nos estudos de mídia ao estabelecer que nenhum sistema comunicacional poderia ser enxergado à parte da estrutura social na qual se inseria.

Isto posto, Siebert *et al.* (1984, apud HALLIN, 2016) teriam proposto quatro amplas categorias analíticas para caracterizar a atuação da imprensa no mundo da Guerra Fria: (i) a autoritária, baseada na premissa de que a manutenção da ordem social depende, em parte, do controle estatal sobre a comunicação; (ii) a libertária, que advoga que a verdade deve ser determinada em um “livre mercado de ideias”, que há de ser permitido pelo Estado; (iii) a socialmente responsável, uma resposta à corrente libertária, defendendo maior profissionalismo jornalístico e a autorregulação dos mercados, embora com algum nível de intervenção estatal, capaz de corrigir a desigualdade no acesso à mídia; e (iv) a Comunista Soviética, uma variação do modelo autoritário, típica de países para além da Cortina de Ferro que enxergavam no controle estatal da mídia um caminho para a profunda transformação social. Embora a aplicabilidade do modelo fosse extremamente limitada fora do circuito Estados Unidos - Grã Bretanha - União Soviética, como o próprio Hallin coloca, este já apresentava indícios substanciais de que a discussão em torno de tipologias e ecossistemas de mídia passariam a se inserir em um contexto maior da Economia Política da Comunicação.

Seguindo novos estudos e metodologias para a construção de tipologias midiáticas, que buscaram ser mais replicáveis e levar em conta aspectos mais amplos da produção midiática, Hallin (2016) argumenta que, com a proeminência que a mídia digital e digitalizada assumem na esfera pública, os estudos focados na construção de tipologias deveriam se atentar às rupturas e continuidades que veículos digitais estabelecem com aqueles pré-digitais. Mais recentemente, Napoli *et al.* (2017) desenvolveram uma metodologia de pesquisa escalável para o mapeamento e avaliação de ecossistemas jornalísticos locais e regionais, perante a dificuldade que muitos empreendimentos menores têm para se digitalizar e o surgimento dos chamados “desertos de notícias”.

Os autores sugerem uma tipologia de mídia baseada em três fatores que devem guiar a análise destes ecossistemas: (i) a infraestrutura jornalística, que diz respeito ao número, tamanho e características de veículos de comunicação dentro de uma mesma comunidade; (ii) a própria produção jornalística, que ambiciona medir quantitativamente o rendimento do trabalho dos veículos analisados; e (iii) o desempenho destas fontes, categoria essencialmente qualitativa que aborda critérios como a originalidade do conteúdo de um veículo e se ele aborda questões de interesse da comunidade em que se insere. Como os pesquisadores colocam, essa estrutura de investigação é especialmente útil para compreender como fontes

digitais e pré-digitais interagem em um mesmo ecossistema.

Até aqui, os estudos focados na construção de tipologias midiáticas que levantamos têm uma limitação comum: todos se orientam segundo a lógica geográfica, seja esta regional ou nacional, ao passo que Anderson (2016) já deixara claro que esta seria apenas uma das possíveis motivações por trás da formação de ecossistemas de mídia — além disso, a digitalização da mídia permite que falemos em “ecologias de mídia transnacionais”, voltadas à discussão de questões político-sociais afins (HEFT *et al.*, 2021).

Um trabalho importante para os objetivos que pretendemos atingir com a tipologia para veículos da mídia digital evangélica que estamos desenvolvendo, e que muito se baseia nas categorias tradicionais de tipologias de mídia aqui expostas, ainda que lhes provendo de fôlego renovado, é o de Pak *et al.* (2020). Segundo uma abordagem a que se referem como ecológica e computacional, os autores se propuseram a investigar como fontes de informação de nicho, em especial aquelas que assumem um posicionamento político explícito, sobrevivem em um ambiente digital competitivo, marcado pelo surgimento ininterrupto de novas fontes de informação.

Ao analisarem os padrões de referenciamento de veículos digitais, descobriram que sites emergentes costumam fazer mais referências a outros já estabelecidos, por exemplo, como meio de aumentar a percepção de credibilidade em torno deles, corroborando argumentos como os expostos por Santini *et al.* (2022). O que consideramos de mais importante no trabalho, porém, são as categorias desenvolvidas pelos pesquisadores para a investigação de 89 dos mais populares e ativos veículos digitais de mídia durante as eleições presidenciais estadunidenses de 2016. Estes foram analisados conforme: (i) sua confiabilidade, calculada segundo a quantidade de *hyperlinks* e referências externas feitas a um dos sites analisados pelos outros na mesma base; (ii) sua institucionalidade, uma combinação de fatores como idade, popularidade — de acordo com seu número de acessos — e se o site apresentava uma equipe dividida em papéis especializados; e (iii) sua inclinação política, estimada conforme os grupos políticos que compartilharam cada um dos domínios do Twitter durante as eleições americanas de 2016. Em conjunto, são fatores que contribuem tanto para a discussão em torno da Economia Política da Comunicação quanto para aquela que se dá no nível do conteúdo propagado por estas fontes.

Na Comunicação Política plataformizada, outra referência fundamental é o trabalho de Bradshaw *et al.* (2020), que, reforçando as discussões de ecossistemas formados em torno do compartilhamento de *hyperlinks*, propõem um olhar que fuja apenas daquilo que é dito em uma determinada plataforma e chegue nos espaços apontados e referenciados pelos usuários

desta. Os autores investiram na categorização das fontes compartilhadas no Twitter ao longo das discussões que tomaram a rede ao longo de episódios recentes da política estadunidense.

Para tanto, identificaram termos-chave associados a este cenário e extraíram dados das publicações que os continham em tempo real na plataforma, o que permitiu que eles ainda pudessem analisar postagens deletadas e de contas porventura suspensas. Em seguida, isolaram todas as URLs para fontes externas para que pudessem analisar as fontes que pautaram os usuários da rede durante as duas discussões, com o principal objetivo de analisar a credibilidade geral destas.

Devido à falta de um glossário comum, no entanto, o que importava no estudo era a formulação de categorias gerais aplicáveis a fontes de informação — e, nesse caso, também da desinformação — política ao invés da checagem individual da veracidade de histórias preponderantes nas mídias digitais, como já havia sido ostensivamente feito por iniciativas dedicadas e veículos jornalísticos tradicionais durante ambos os episódios. No final, chegaram a cinco grandes categorias — (i) veículos noticiosos profissionais; (ii) fontes políticas profissionais; (iii) fontes divisivas e conspiratórias; (iv) outras fontes noticiosas; e (v) outros tipos de sites — e constataram a preponderância de fontes ditas divisivas e conspiratórias, mais compartilhadas do que veículos jornalísticos críveis e tradicionais ao longo dos períodos analisados. As posições no ecossistema de mídia digital desenvolvidas pelos autores serviram de base para as que formulamos em nosso mapeamento da mídia digital evangélica.

Em uma linha similar, Santini *et al.* (2022) analisaram os *hyperlinks* sobre o filantropo George Soros ao longo do mês de agosto de 2020 compartilhados no WhatsApp e no Telegram, duas das maiores plataformas disponíveis hoje para a troca de mensagens entre usuários do mundo todo, embora extremamente restritas no que diz respeito à investigação dos conteúdos que circulam em ambas, . Os autores reconheceram na coordenação entre ambos os aplicativos no período, quando movimentos conservadores brasileiros promoveram uma campanha contra a atuação de Soros no país, um terreno fértil para o fortalecimento de um ecossistema de mídia conspiratório, com orquestração e ramificações transnacionais, no qual narrativas sobre Soros conseguiram ganhar espaço mesmo em um território em que sua atuação não é tão debatida a fundo, fortalecendo uma espécie de globalização das teorias da conspiração.

Como era focada em torno dos desdobramentos de um episódio em específico, a tipologia desenvolvida pelo grupo não se interessou apenas em identificar a posição de cada uma das fontes neste ecossistema conspiratório, mas também em entender quais eram as narrativas propagadas por elas. Essa etapa empreendida pelos pesquisadores foi uma

influência central ao mapeamento de fontes digitais evangélicas a ser discutida em profundidade no próximo capítulo. Queremos entender quais são as narrativas gerais levadas a cabo por cada uma das fontes analisadas e não apenas a posição destas no ecossistema de mídia digital evangélica.

3.3 Desordem informacional e populismo divisivo: desinformação além das *fake news*

Em diversas ocasiões, demonstrou-se que uma cultura é capaz de sobreviver à desinformação e a opiniões enganadoras. Porém, até agora não se demonstrou que uma cultura possa sobreviver a um entendimento de mundo resumido em trinta e dois minutos. (POSTMAN, 2006, p. 113, tradução do autor)

Em “*Amusing Ourselves to Death*”, Neil Postman já deixava clara a centralidade que debates em torno da desinformação poderiam assumir em estudos sobre a ecologia de mídia e como ela, enquanto estratégia, poderia servir aos desequilíbrios de um dado ecossistema. Para o autor, a desinformação era o destino final da tendência de transformação de notícias em peças de entretenimento carregadas de opiniões pessoais e emoções visando à veiculação televisiva. Dessa maneira, a desinformação não consistia, inerente ou necessariamente, em conteúdos falsos, mas em informações, por uma questão de enquadramento, irrelevantes, fragmentadas, superficiais e descontextualizadas, que criam a ilusão no espectador de que ele sabe de algo, quando, na realidade, impedem que ele realmente a saiba (POSTMAN, 2006, p. 107).

O que se experimenta hoje, contudo, é uma sofisticação de antigas práticas, que caminha segundo os mesmos passos da sofisticação da comunicação digital, cada vez mais plataformizada e algoritmizada. Wardle e Derakhshan (2017) reconhecem que rumores, teorias da conspiração e informações fabricadas não seriam, por si só, alguma novidade no contexto da Comunicação Política, tendo sido propagadas pela própria mídia tradicional e por grandes corporações ao longo de décadas, mas que a modernidade digital, em contrapartida, teria fomentado um ambiente informacional muito mais poluído e desordenado. Como fatores que contribuem a esse fenômeno, citam o barateamento e a acessibilidade da publicação de informações e peças pretensamente noticiosas na internet — como Zuckerman (2021) também lembra, com o advento da web plataformizada, conglomerados de mídia tradicionais perderam o monopólio das capacidades de agendamento da esfera pública —, a rapidez com a qual estas circulam e o papel da confiança depositada em terceiros que, porventura, podem compartilhar ou enviar informações falsas ou distorcidas, dificultando que estas sejam contestadas.

Nosso marco para discutir a desinformação é aquele estabelecido por Tucker *et al.* (2018), que amplamente a definem como toda forma de informação disseminada em meios

online com o intuito de influenciar pessoas a terem uma percepção, de alguma maneira, errônea do “estado das coisas do mundo”. Como exemplos de táticas de desinformação, citam informações sabidamente falsas e aquelas compartilhadas e difundidas enquanto fruto do descuido — uma separação também proposta por Wardle e Derakhshan (2017), que classificam as primeiras enquanto “*disinformation*” e as segundas enquanto “*misinformation*”, termos sem uma tradução muito precisa para o português —, “notícias” hiper partidárias, rumores, *clickbait*s — informações que não são necessariamente falsas, mas que são apresentadas de maneira sensacionalista como uma maneira de se maximizar cliques e, conseqüentemente, o lucro gerado por sua verba de publicidade —, e teorias da conspiração.

Nessa sofisticação tecnológica das práticas de disseminação de desinformação, temos a chamada Propaganda Computacional. A Propaganda Computacional — e, aqui, nos referimos à propaganda enquanto aspecto intangível, cultural, mercadológico, comunicacional e ideológico da dominação política (NYE, 1990; SANTINI *et al.*, 2018), e não sinônimo prático para a publicidade ou para o marketing — é uma nova maneira de se pensar os estudos sobre os efeitos da manipulação da opinião pública diante de uma sociedade cada vez mais dependente da comunicação mediada por computadores, algoritmos e sistemas digitais. Originalmente, como lembram Santini *et al.* (2022), o conceito surge em referência ao emprego de algoritmos e automação em conjunto com a curadoria humana para a difusão massiva de conteúdo enganoso em plataformas digitais, em especial com a utilização de *social bots*, usuários parcial ou totalmente automatizados que se passam por e interagem com pessoas reais para interagir com e influenciar estas e alterar a percepção em torno da aprovação ou desaprovação de questões sensíveis (FERRARA *et al.*, 2016).

Hoje, a Propaganda Computacional é uma noção mais ampla, englobando toda operação que combina a análise de grandes bases de dados, Inteligência Artificial e algoritmos para armazenar informações sobre usuários em plataformas digitais, enviar mensagens e informações selecionadas em massa e forjar a opinião pública na internet. Por conseguinte, seu arsenal ferramental também se diversificou consideravelmente, abrangendo, além de *social bots*, disparos massivos em aplicativos de troca de mensagens e a operação de sites de *junk news* (SANTINI *et al.*, 2022).

Zuckerman (2021) enxerga um momento em que a abordagem midiática ecossistêmica e holística volta a ser discutida com mais profundidade na literatura em decorrência de episódios em que técnicas próprias da Propaganda Computacional foram amplamente empregadas para a manipulação de usuários em plataformas digitais — a saber, as eleições presidenciais de 2016 e a escolha de cidadãos britânicos para a saída da União Europeia em

plebiscito realizado no mesmo ano, ambos eventos com massiva utilização de *social bots* (HOWARD; KOLLANYI, 2016) e compartilhamento coordenado de fontes de *junk news* (BRADSHAW *et al.*, 2020; NEUDERT; HOWARD; KOLLANYI, 2019). Pak *et al.* (2020) defendem que a ecologia geral da mídia atravessa um momento em que “organizações e instituições não-tradicionais”, como agregadores de informação, checadores de fatos e sites de *junk news* atingiram uma capacidade de agendamento a nível de agências e jornais tradicionais.

Ao invés de falar em *fake news* e na veracidade de um conteúdo em específico, optamos pelo termo *junk news*, como também sistematizado por Bradshaw *et al.* (2020) e central à tipologia desenvolvida pelos pesquisadores. O conceito *fake news* corrobora com o que se tornou um mero instrumento retórico utilizado por políticos, celebridades e veículos de imprensa determinados a desacreditar e diminuir adversários e concorrentes (VAN DER LINDEN; PANAGOPOULOS; ROOZENBEEK, 2020). Como o que interessava aos autores era a natureza das fontes encontradas em discussões políticas online, considerando o contexto norte-americano, não era uma tarefa precisa definir um site como uma fonte de *fake news*, uma vez que, mesmo inserido no ecossistema de desinformação digital, dificilmente todas as suas publicações seriam inerentemente mentirosas ou conspiratórias.

Os portais de *junk news*, portanto, seriam fontes pouco profissionais e pouco transparentes quanto ao corpo e às decisões editoriais, que regularmente se passam por veículos já estabelecidos e publicam textos enviesados e moldados em forte linguagem emotiva, sensacionalista e apelativa. Entre publicações inventadas e sem identificação de fonte, é possível — e até comum — encontrar neles matérias críveis, muitas vezes reproduzidas de agências de notícias ou veículos da mídia de legado. Giglietto *et al.* (2020) mostram como histórias verdadeiras podem ser instrumentalizadas nos ataques e na descredibilização de oponentes e adversários políticos no contexto da desordem informacional. A essa definição de sites de *junk news*, acrescentamos também elementos propostos por Neudert *et al.* (2019), que se referem a essas fontes como aquelas que publicam peças de opinião, informações com enquadramento distorcido e conteúdos falsos como se fossem notícias de fato.

Também nos referimos a estas fontes como polarizadoras, divisivas e/ou hiper partidárias, de acordo com a definição proposta por Rae (2021), que sustenta que estas investem em uma retórica populista e extremista de “nós contra eles”, baseada na demonização de adversários à custa dos próprios fatos. A autora propõe chamá-las de hiper partidárias como uma rejeição à terminologia de “mídia alternativa”, jargão frequente na

literatura e em meios jornalísticos e mencionado na primeira seção deste capítulo, enxergando a posição de determinados produtores de informação à margem do *mainstream* como insuficiente para caracterizá-los dessa forma.

Opta por assim se referir a iniciativas jornalísticas progressistas que, na construção de democracias mais saudáveis, são celebradas por investirem no choque de posições defendidas pelo *status quo* da imprensa. O financiamento de fontes hiper partidárias e fontes alternativas, segundo sua definição, também é radicalmente diferente, de modo que as primeiras seriam bancadas, muitas vezes, por elites políticas e corporativas, não representando uma oposição ao modelo de negócios neoliberal típico da imprensa tradicional, ao contrário das de fato alternativas, comumente sustentadas pela própria audiência. Ainda, Pak *et al.* (2020) localizam a mídia hiper partidária dentro do entendimento que apresentam da mídia de nicho, posto que, ao passo que radicalizam o conteúdo que veiculam, mais difícil se torna atingir um público maior e mais variado.

Siles *et al.* (2021) ressaltam o populismo divisivo no discurso moralista-evangélico predominante em outras campanhas políticas da América Latina. Ampliando a mera lógica do “nós contra eles” sobre a qual Rae (2021) fundamenta o entendimento da comunicação populista de fontes hiper partidárias, os autores enfatizam aspectos como o forte apelo emocional, a ênfase na figura do líder, a publicização de questões de foro privado da vida de lideranças políticas, a promessa da resolução de problemas a partir da sabedoria popular e o emprego da linguagem informal, simples e vulgar em declarações oficiais. Destacam, ainda, que a conexão entre o discurso religioso e o discurso político populista é pouco explorada pela atual literatura acadêmica. Baseados nos trabalhos de outrem, entretanto, citam a combinação entre fatores como uma liderança carismática, uma narrativa salvacionista e a criação de comunidades morais, que lutam contra inimigos conspiratórios, como aspectos fundantes desta simbiose. Esse entendimento foi crucial para a formulação de categorias narrativas e de posições assumidas por fontes no ecossistema de mídia digital evangélica, como discutiremos no próximo capítulo.

Utilizando a ferramenta CrowdTangle, também a ser discutida no próximo capítulo como parte crucial da metodologia empreendida neste trabalho, Giglietto *et al.* (2020), seguindo uma abordagem ecossistêmica, investigaram o papel assumido por fontes de *junk news* na infraestrutura da Propaganda Computacional. Para o trabalho, os autores se basearam em conjuntos de dados de publicações extraídas do Facebook durante as eleições gerais italianas em 2018 e as eleições para o Parlamento Europeu em 2019 e perceberam uma rede de páginas e perfis com alto grau de coordenação entre si por trás do compartilhamento de

hyperlinks para fontes pouco confiáveis de informação. Em seus resultados, descrevem como esses atores em rede comumente compartilhavam *hyperlinks* que redirecionavam usuários às mesmas informações problemáticas em um curto espaço de tempo, muitas vezes logo após elas serem publicadas. Em conjunto, estes usuários e atores coordenados teriam apresentado uma atividade mais intensa do que não-coordenados. O principal argumento era o de que, mesmo que muitos usuários em plataformas digitais compartilhem os mesmos *hyperlinks* para fontes externas, isso dificilmente ocorreria tão repetida e rapidamente como no que foi observado.

Ao longo deste capítulo, passamos por diferentes pontos da Teoria da Comunicação que consideramos indispensáveis para o tipo de mapeamento que pretendemos fazer neste trabalho. Primeiro, tomamos os ecossistemas de mídia como conjuntos analisáveis de relacionamentos e fluxos de informação, empreendidos por atores com preocupações — geográficas e culturais, por exemplo — afins, tomando os trabalhos de Zuckerman (2021) e Anderson (2016) como base. Trabalhos como os de Starbird (2017) e Zannetou *et al.* (2017) renovaram o entendimento em torno dos ecossistemas de mídia propondo o emprego da análise de *hyperlinks* como um caminho metodológico útil para o desvelamento destes, cujo emprego neste trabalho se fará mais claro.

Uma vez mapeados os ecossistemas, defendemos a elaboração de tipologias de mídia como um caminho útil para entendê-los, tanto a nível da natureza e organização das fontes que os integram quanto ao nível do conteúdo veiculado pelas mesmas, uma inspiração direta de trabalhos como os de Bradshaw *et al.* (2020), Santini *et al.* (2022) e Pak *et al.* (2020). Por fim, apresentamos a relevância que a noção da desinformação — aqui, apresentada de forma ampla, extrapolando a ideia de mera “notícia falsa” ou “mentira”, segundo estudos como o de Tucker *et al.* (2018), Wardle e Derakshan (2017) e Rae (2021) — assume em estudos que abordam a mídia conforme uma abordagem ecossistêmica. Essa revisão será útil para a maneira como discutimos nossos resultados e estruturamos nossa metodologia no capítulo a seguir.

4 O MAPEAMENTO DA MÍDIA DIGITAL EVANGÉLICA

4.1 Metodologia e técnicas de pesquisa

A fim de mapearmos, classificarmos e analisarmos fontes de informação do universo digital evangélico, a primeira etapa do nosso trabalho consistiu na análise de *hyperlinks* compartilhados por lideranças e figuras públicas evangélicas no Facebook ao longo de seis meses, entre 27 de abril e 26 de outubro de 2021. Vários foram os motivos para termos nos baseado no Facebook para essa análise, em detrimento de outras mídias sociais. Primeiro, ressaltamos se tratar de uma plataforma extensamente utilizada, com aproximadamente 116 milhões de usuários brasileiros cadastrados, o que equivale a algo em torno 65% da população acima de 13 anos do país (DIGITAL 2022, 2022). No Facebook, entendemos que o *hyperlink* desempenha um papel mais central do que em outras plataformas. No caso do Instagram, por exemplo, embora seu usuário possa publicar links para sites externos nas legendas de suas publicações, estes não são, de alguma maneira, clicáveis e tampouco apresentam qualquer pré-visualização, como no Facebook.

Graças à ferramenta CrowdTangle⁸, também é possível retornar dados históricos de publicações de páginas e perfis públicos sem grandes dificuldades, tarefa que, em outras redes, provavelmente demandaria um esforço prévio de coleta sistemática, motivo pelo qual o empregamos na extração dos *hyperlinks*. Inicialmente independente e comprado pela Meta⁹ em 2016 (HEATH, 2016), o CrowdTangle funciona, no momento de escrita deste trabalho, como o único meio de se acessar, avaliar e estudar dados de plataformas como o Instagram e o Facebook, desde as sucessivas restrições impostas ao acesso à API¹⁰ destas (RESTRICTING..., 2018). Após o escândalo envolvendo o manuseio indevido de dados pessoais de usuários de todo o mundo pela empresa Cambridge Analytica em 2016, as soluções propostas pela Meta para mitigar a ausência de uma API plenamente funcional e colaborar com a comunidade científica ainda são vistas por muitos pesquisadores como insuficientes (BRUNS, 2019). Além disso, o CrowdTangle, embora gratuito, tem o acesso

⁸ Disponível em: <<https://www.crowdtangle.com/>>. Acesso em: 06 jun. 2022.

⁹ Originalmente chamada de Facebook, a Meta, que tem em suas subsidiárias plataformas de mídias sociais como o Instagram e o WhatsApp, foi rebatizado desta maneira em 2021, dada a mudança de foco da empresa para o chamado “metaverso” (COHEN, 2021).

¹⁰ Uma Interface de Programação de Aplicações, do original “*Application Programming Interface*”, é um mecanismo próprio de plataformas digitais que permite a troca de dados e informações entre dois sistemas de naturezas distintas. Bruns (2019) defende a importância de APIs abertas e acessíveis para pesquisas guiadas por métodos computacionais como um modo de identificar ações orquestradas que visam à viralização da desinformação e de discursos de ódio para que estas sejam expostas ao público e aproveitadas como instrumentos de pressão sobre legisladores.

restrito a um grupo de pesquisadores e jornalistas parceiros, cujo tamanho não é discriminado (BLEAKLEY, n.d.).

A base para a coleta de dados foi composta por seis listas de páginas elaboradas pelo autor do trabalho, levando em consideração diferentes esferas de influência e relevância social, cultural e política no meio evangélico: pastores e lideranças ministeriais conservadoras (87 páginas e perfis); parlamentares que formam a bancada evangélica (105 páginas e perfis); artistas evangélicos (39 páginas e perfis); artistas gospel (59 páginas e perfis)¹¹; igrejas e denominações evangélicas a nível nacional (49 páginas e perfis); igrejas e denominações evangélicas a nível regional (583 páginas e perfis), o que nos garantiu um universo de 922 páginas e perfis para análise.

A despeito de sua propriedade, o CrowdTangle levanta suspeitas quanto à sua confiabilidade. Publicamente, o suporte da ferramenta reconhece algumas de suas limitações de uso: dados relativos ao alcance, impressões e cliques em um determinado link, por exemplo, não são tornados públicos (FRASER, n.d.), o que, por si só, impede o aprofundamento desta monografia e trabalhos similares. Aliás, o fato de a mesma não tornar públicos dados sobre o alcance que uma postagem teve, é motivo de embate entre a Meta e veículos da imprensa internacional. No último ano, executivos da empresa entraram em conflito direto com o jornalista estadunidense Kevin Roose, colunista do New York Times, graças a um perfil mantido pelo mesmo no Twitter em que, com base em dados do CrowdTangle, mostrava que os conteúdos mais virais do Facebook no país eram permeados por radicalismo político e discursos de ódio (ROOSE, 2021). Eles se defenderam com base no fato de que a ferramenta retorna apenas o que conquista interações e não aquilo que, supostamente, chega ao usuário médio da plataforma.

No caso do Facebook, o CrowdTangle retorna ao usuário final uma lista com os hyperlinks encontrados nas postagens coletadas, não tendo sido necessário o emprego de nenhuma ferramenta específica para a identificação e separação dos mesmos. Contudo, utilizamos duas soluções desenvolvidas pela Digital Methods Initiative, associada à Universidade de Amsterdã, para o tratamento dos links extraídos: (i) a *Expand Tiny Urls*¹²,

¹¹ Vale ressaltar e demarcar as diferenças entre as listas formadas por artistas evangélicos e artistas gospel. Ambas são compostas por páginas de personalidades relevantes da indústria cultural e fonográfica, mas a diferença é que as que compõem a lista de artistas gospel são aqueles que fazem do exercício e da manifestação da fé elementos constituintes e insubstituíveis de sua produção, com relações íntimas com ministérios, templos e denominações religiosas. Os que formam a de artistas evangélicos, por outro lado, são personalidades relevantes ao atual cenário musical brasileiro que professam a fé publicamente sem transformá-la em um elemento inabdicável de sua arte. As bases de nossa pesquisa foram a lista ‘Brazilian Music Artists’, disponibilizada oficialmente pelo próprio CrowdTangle, e buscas online por artistas abertamente evangélicos.

¹² Disponível em: <<https://tools.digitalmethods.net/beta/expandTinyUrls/>>. Acesso em: 27 abr. 2022.

para retornar o direcionamento final de URLs previamente encurtadas; (ii) e, em seguida, a *Domain Name Extractor*¹³, para a extração do domínio de cada uma delas.

Ao final dessa primeira etapa, cada domínio extraído foi classificado segundo sua natureza, de acordo com categorias adaptadas do trabalho de Bradshaw *et al.* (2020). Paralelamente a essa classificação, identificamos quais domínios e fontes faziam parte do universo político, social, eclesial e cultural evangélico, a fim de que elas pudessem passar pela análise aprofundada que constitui o cerne de nossa tipologia. Entendemos, desde o princípio, que seria muito improvável que todos os *hyperlinks* encontrados conduzissem a fontes estritamente religiosas, mesmo lidando com instituições e personalidades intimamente ligadas a estas.

Realizada a identificação de fontes evangélicas a partir da extração de dados históricos destes conjuntos de páginas, uma exploração foi realizada no CrowdTangle à procura de outros domínios e fontes relevantes que pudessem ter ficado de fora do nosso escopo primário. Assim, buscamos páginas descritas como sendo veículos de imprensa e organizações noticiosas ou de entretenimento que carregassem termos de interesse em seus nomes ou descrições, como “cristão”, “evangélico”, “evangélica” ou “gospel”, o que aumentou substancialmente o conjunto final de dados. Também foram incluídos outros veículos previamente conhecidos e encontrados em buscadores digitais.

Estas buscas e inserções manuais são sugeridas por Napoli *et al.* (2017) como uma maneira de ampliar as bases de dados de estudos de ecossistemas jornalísticos e midiáticos. Outrossim, optamos por isso por entendermos que o ecossistema de interesse é composto por ramificações nem sempre representadas ou apontadas por suas figuras de destaque — nossa intenção aqui não é, de alguma maneira, esgotá-lo, mas propor caminhos para que ele seja melhor compreendido.

Seguindo essa identificação, todos os veículos e domínios evangélicos foram, por fim, isolados e analisados mais criteriosamente. Nesse momento, embora já as tivéssemos classificado no panorama geral de nossa coleta em etapas anteriores, agrupamos as diferentes fontes segundo a função desempenhada por cada uma estritamente no ecossistema religioso conforme um processo de indução e dedução. Como não há um glossário sistemático da mídia evangélica capaz de lidar com as fontes que a compõem, as categorias destas foram elaboradas e reelaboradas à medida que nosso material empírico era explorado.

¹³ Disponível em:

<<https://colab.research.google.com/drive/1NE35PpE05U2TngM5P1wdNI3i-TCqm89-?usp=sharing>>. Acesso em 27 abr. 2022.

Em seguida, avaliamos se os sites se engajavam na produção de conteúdo político ou não. Adotamos um entendimento abrangente de “política” que dá conta de questões político-partidárias e culturais inseridas em disputas sociais e de poder. As respostas foram divididas em quatro níveis: (i) “não”, para sites que nunca abordam questões político-sociais; (ii) “sim, frequentemente”, para aqueles que fazem da cobertura política um de seus elementos constituintes; (iii) “sim, regularmente”, para aqueles em que há uma cobertura política, mas não em uma frequência notadamente diária ou semanal; (iv) “sim, raramente”, para aqueles que abordam pautas político-sociais com um maior espaçamento entre as publicações, como alguns meses, ou, até mesmo, anos. Se a fonte abordasse essas questões, independentemente da frequência, logo se tornava objeto de nossa análise narrativa.

Com o foco bem definido sobre a manifestação política de grupos religiosos, preocupamo-nos em desenvolver categorias temáticas que refletissem, de algum modo, seu imaginário social e moral, a partir das discussões estabelecidas nos dois capítulos anteriores. Mais do que entender a posição de cada domínio no amplo ecossistema, voltamos nossa atenção à produção e à reprodução de narrativas sociais sensíveis. Também em nossa análise exploratória, formulamos quatro categorias finais, a serem discutidas em profundidade na próxima seção: (i) guerra político-cultural; (ii) cristãos sob perseguição; (iii) conservadorismo cristão; e (iv) covid-19 e negacionismo científico.

Uma vez compreendido o foco narrativo das fontes evangélicas, interessava-nos desvendar os personagens citados na cobertura política das mesmas. A presença diminuída ou exacerbada de atores e entidades específicas é reveladora da visão de mundo sustentada e levada a cabo por aquilo que estamos chamando de “mídia digital evangélica”. Localizar esses personagens dentro das categorias narrativas nos permite identificar se há uma visão única direcionada a atores específicos ou se esta flui e se molda de acordo os interesses sociais e denominacionais de cada uma das fontes. Ainda que tenhamos reconhecido de antemão que a cobertura dos sites de interesse fosse recair sobre personagens nacionais, também buscamos por atores internacionais em nossa análise após percebermos que, em muitas fontes, são regularmente traçados paralelos entre as situações doméstica e internacional, como uma espécie de alerta.

Enfim, ainda que o foco do trabalho não seja o aprofundamento das discussões referentes à Economia Política da Comunicação no âmbito religioso, finalizamos o trabalho de análise das fontes com a inquirição da propriedade e da filiação das mesmas no universo político, social e/ou religioso, pudesse ela ser encontrada por meio de mecanismos de busca ou estivesse ela disponível no próprio site analisado. O mapeamento da propriedade não

ambiciona ser, de forma alguma, exaustivo, e compreendemos que há uma forte interseção entre as categorias propostas, também formuladas segundo o andamento da exploração dos domínios.

Vale destacar que todo o trabalho de anotação e codificação das fontes foi empreendido unicamente pelo autor da monografia entre novembro de 2021 e fevereiro de 2022. Aqui, estamos diante de uma das limitações de nossa investigação. Geralmente, nas Ciências Humanas e Sociais, a anotação de um conteúdo é feita por mais de um pesquisador ou assistente de pesquisa, seguindo sessões iniciais de treinamento para, por meio da comparação entre pares, verificar possíveis divergências dentro da equipe, causadas por fatores como vieses, diferentes níveis de familiaridade com o conteúdo e erros gerais de codificação, causadas por fatores como a repetição ou, até mesmo, pelo cansaço do anotador (CARDOSO SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 84–85). Logo, compreendemos a importância de etapas de refinamento da codificação e assumimos a possibilidade da existência de categorizações prejudicadas por fatores como os expostos acima.

4.2 Resultados e Discussão

4.2.1 Posições no ecossistema de mídia digital evangélico

Nossa primeira etapa de descoberta sistemática de domínios nos retornou 3.733 *hyperlinks* para fontes externas, espalhados por 432 domínios únicos, desconsiderando encurtadores de endereços. Ao todo, foram compartilhados por 298 páginas e perfis do Facebook no período de nossa coleta, algo em torno de 32% da amostra final. Como vemos na tabela 1, os parlamentares da bancada evangélica foram responsáveis não só pelo compartilhamento mais intenso de fontes externas ao Facebook, como também por uma maior variedade de fontes externas únicas.

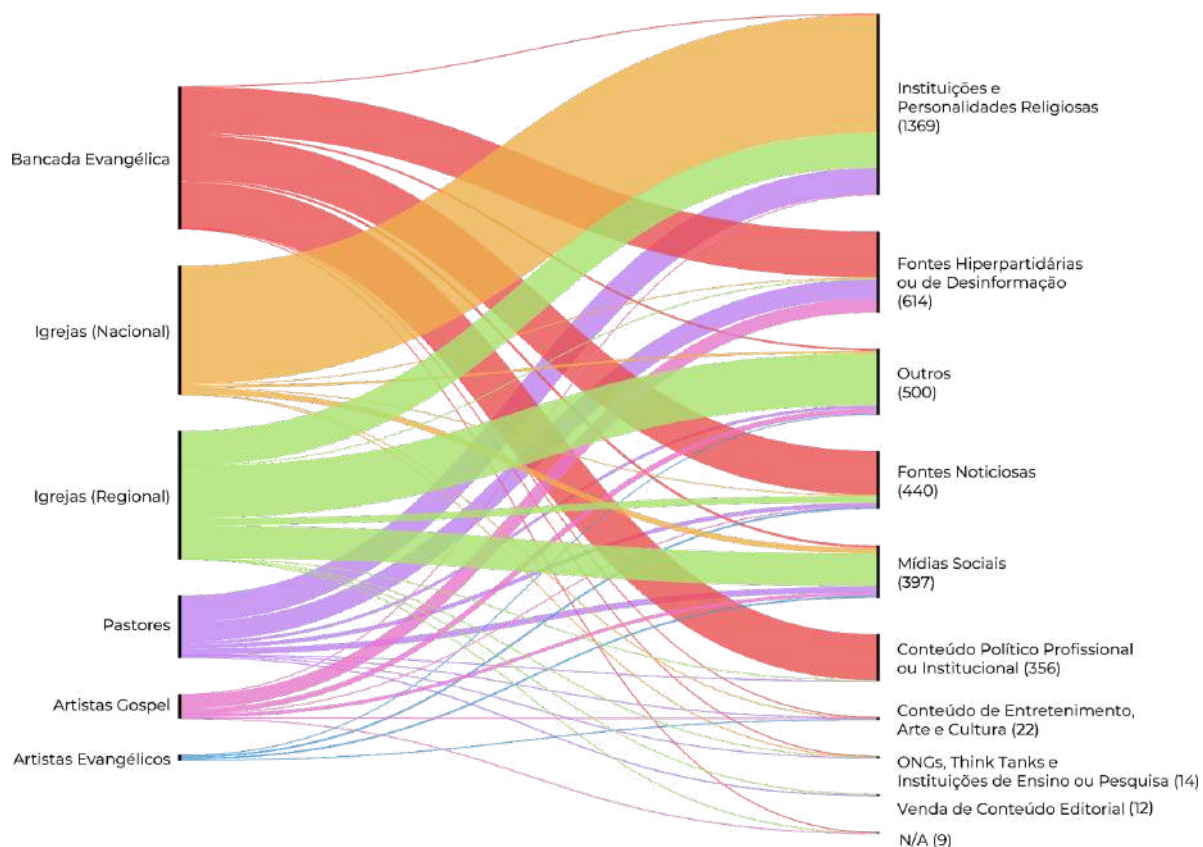
Já no gráfico 3, vemos os resultados da análise da natureza geral de cada uma destas 432 fontes únicas compartilhadas pelas lideranças e figuras públicas evangélicas no Facebook. Nessa etapa, descobrimos 125 domínios de sites ligados ao universo cultural, social e político evangélico.

Tabela 1 – Padrões de compartilhamentos de *hyperlinks* externos por listas de páginas

Lista	Hyperlinks compartilhados	Domínios únicos compartilhados	Domínios evangélicos compartilhados
Parlamentares da bancada evangélica	1.082	242	37
Igrejas e denominações (regional)	1.023	99	43
Igrejas e denominações (nacional)	924	38	26
Pastores e lideranças ministeriais conservadores	472	82	39
Artistas gospel	185	34	6
Artistas evangélicos	47	25	0

Fonte: Elaboração do autor, 2022.

Gráfico 3 – Natureza das fontes repercutidas por lideranças e figuras públicas evangélicas analisadas no Facebook



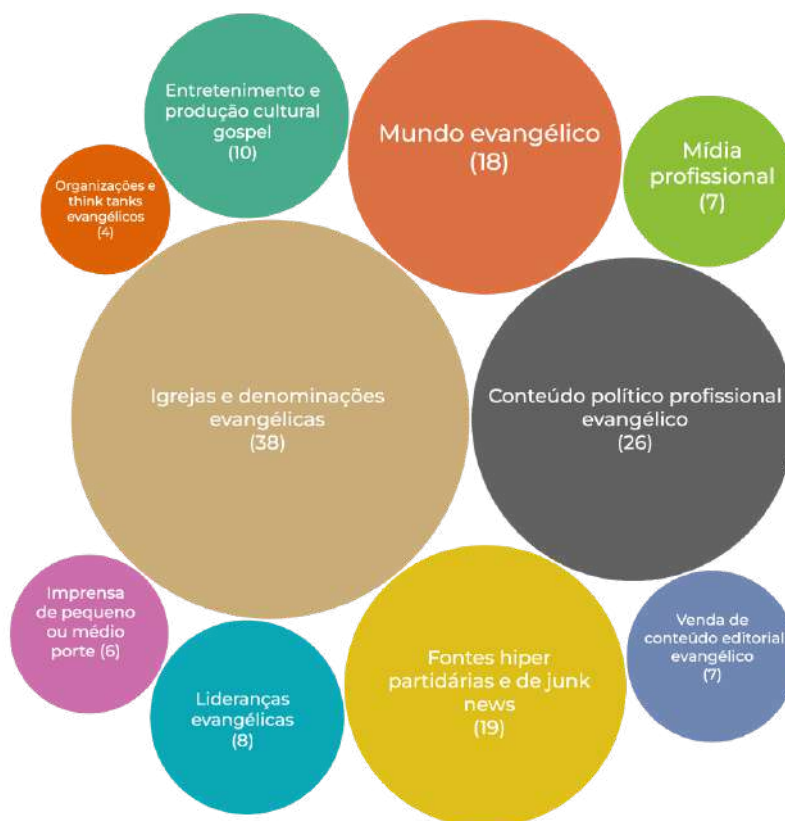
Fonte: Elaboração do autor, 2022.

O que percebemos é que parlamentares da bancada evangélica no Congresso Nacional foram os maiores promotores das fontes hiper partidárias e de desinformação, seguidos pelos pastores conservadores. Ao mesmo tempo, deputados e senadores evangélicos compartilharam fontes noticiosas intensamente, muitas de natureza local e regional, o que pode representar um indicativo de esforços para se manterem próximos de suas bases eleitorais. Igrejas e lideranças religiosas, por outro lado, têm um comportamento sobretudo autorreferencial, em que predomina o compartilhamento de *hyperlinks* para seus próprios sites.

Notamos que os artistas evangélicos do “mundo secular” não estão preocupados com a reivindicação da fé ou da identidade cristã como aqueles inseridos no universo cultural gospel, que respondem a instituições religiosas propriamente ditas — gravadoras e produtoras culturais específicas e igrejas e denominações, por exemplo. Além de ter sido a lista de páginas que menos compartilhou *hyperlinks* para fontes externas, nenhuma delas se autoproclamava religiosa, evangélica ou cristã. No geral, compartilharam links para perfis e canais em outras plataformas, fontes noticiosas tradicionais e profissionais e fontes voltadas à cobertura do universo de mídia e entretenimento.

A segunda etapa da metodologia, focada na busca e inserção manual de domínios na base de dados da tipologia, retornou outros 21 domínios evangélicos que não haviam sido compartilhados por nenhuma das páginas monitoradas. Com estes, chegamos a um conjunto de 146 fontes do universo evangélico. Destas, apenas três não puderam passar por nosso crivo de análise: (i) o site da emissora ABBA RTV, com operações no Rio Grande do Sul, por não ter nenhum tipo de conteúdo textual que nos permitisse identificar narrativas e personagens regularmente levantados; (ii) o site do deputado federal Gelson Azevedo (PL-RJ), integrante da bancada evangélica, cujo domínio ficou fora do ar entre o momento de sua extração e identificação e o da análise em si; (iii) e o site pessoal do pastor e cantor gospel sertanejo Jonas Vilar, pelo mesmo motivo do parlamentar. Isto nos deixou com uma base final de 143 domínios. No gráfico 4, vemos quantos deles ocupam cada uma das posições em nosso mapeamento. Os domínios únicos e suas posições em nosso mapeamento podem ser conferidos no Anexo 1 desta monografia. Em nossa análise, descobrimos que 93 destes domínios (65%) abordavam, com frequências variadas, questões político-sociais.

Gráfico 4 – Posições dos domínios na mídia digital evangélica



Fonte: Elaboração do autor, 2022.

Como vemos, a maior parte dos domínios corresponde a sites de *igrejas e denominações evangélicas* (38 sites), em sua maioria descobertos em nossa primeira etapa metodológica, dado o comportamento que as igrejas que compunham nossas listas de páginas têm de se autorreferenciar. Por padrão, estas são páginas de conteúdo majoritariamente institucional e atuam na veiculação da agenda pública e divulgação de eventos das denominações que as mantêm. Quando apresentam seções noticiosas, também podem difundir as visões das mesmas acerca de questões sociais sensíveis.

Esses sites são seguidos, em quantidade, pelos de *conteúdo político profissional evangélico* (26 sites), categoria na qual incluímos os domínios próprios de parlamentares com atuação na bancada evangélica no Congresso, partidos intimamente ligados a denominações evangélicas ou que abertamente defendem valores ditos morais e religiosos e postulantes a cargos públicos eletivos que reivindicam a religiosidade cristã nessa missão. Como monitoramos as páginas de parlamentares evangélicos, esperávamos que estes sites fossem

aparecer como uma maneira de estes políticos divulgarem as ações institucionais de seus mandatos.

Aludindo às já debatidas definições de *junk news* propostas por Bradshaw *et al.* (2020) e Neudert *et al.* (2019) e as de fontes hiperpartidárias de Rae (2021), identificamos diversas fontes de conteúdo desinformativo e malicioso (19 sites) com roupagem evangélica que se passam — ou tentam se passar — por produtores críveis de informação. Mirando no público cristão ou com afiliações explícitas com o universo religioso, insistem comumente em pautas políticas e morais para a identificação de inimigos e discursos a serem combatidos, atuando na construção de narrativas essencialmente conspiratórias e divisivas.

A categoria de *mundo evangélico* (18 sites) é composta por domínios de sites e aplicativos voltados à difusão de valores, práticas e ensinamentos religiosos e bíblicos, de modo que estes podem se inserir no mundo político ao promoverem comentários e pautas comportamentais, morais e científicas. Já as fontes de entretenimento e produção cultural gospel (10 sites) são aquelas que se inserem mais profundamente no universo cultural evangélico, o que engloba os próprios sites de *soft news*¹⁴, que se engajam com maior força na discussão acerca de celebridades e figuras influentes no mundo cristão, e os sites de gravadoras e produtoras culturais.

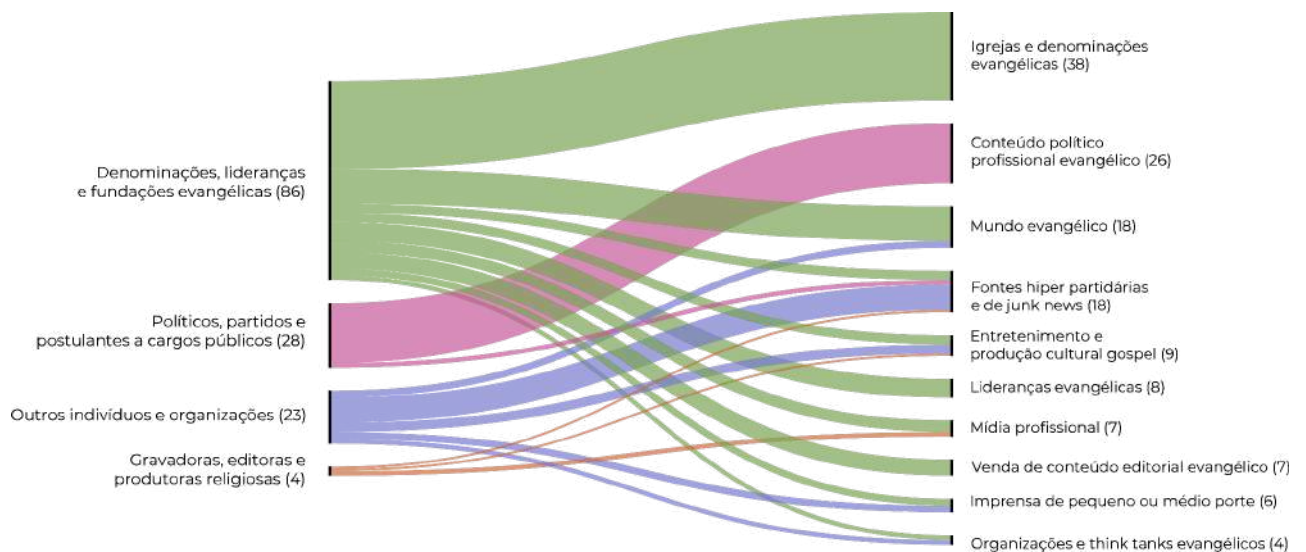
Os sites e blogs de lideranças evangélicas (8 sites) compreendem os domínios mantidos por líderes ministeriais e figuras relevantes no universo cristão para a profissão de ensinamentos religiosos, como aqueles vistos na categoria de mundo evangélico, ou para a abordagem de questões político-sociais, regularmente em consonância com uma ótica politicamente conservadora. As fontes de venda de conteúdo editorial evangélico (7 sites) abrangem livrarias e sites de editoras voltadas à publicação de material teológico e espiritual. Embora nenhum dos veículos analisados dentro da categoria engaje em discussões político-sociais, ocasionalmente possuem seções noticiosas e informativas, compostas majoritariamente por press releases sobre lançamentos e autores parceiros.

Logo depois, vêm o eixo das fontes noticiosas tradicionais e profissionais, divididos entre a mídia profissional (7 sites), formada por grandes veículos de imprensa filiados a entes evangélicos e que apresentam uma cobertura que não necessariamente se esgota neste vínculo religioso, apesar de ele exercer alguma influência sobre decisões editoriais, e a imprensa de pequeno porte e mídia local (6 sites), formada por veículos que comumente concentram

¹⁴ Conforme a definição de Ban (BAN, 2008), por *soft news*, nos referimos à produção noticiosa que não só se baseia na cobertura do entretenimento e de celebridades, mas que por si só opta por entreter e aconselhar o seu leitor ou espectador, sendo menos urgente e ainda mais sensacionalista do que a produção de *hard news*.

menos recursos e apresentam cobertura voltada a um território específico que vai além do caráter religioso, mesmo que tenham seções dedicadas à fé e à cultura cristã, além de divulgarem ações sociais de igrejas regionais. Por fim, há as *organizações e think tanks evangélicos* (4 sites), formadas por iniciativas de *advocacy* e grupos de pressão que reivindicam a identidade e os interesses de representação de denominações e de grupos de fiéis evangélicos, promovendo debates político-sociais de cunho predominantemente conservador.

Gráfico 5 – Relação entre a posição assumida pelo veículo no ecossistema geral e sua relação de propriedade ou filiação para com o universo evangélico



Fonte: Elaboração do autor, 2022.

No gráfico 5, vemos a relação entre a posição dos domínios no ecossistema geral e sua propriedade ou filiação dentro daquilo a que nos referimos como o universo evangélico. Nessa etapa, levamos em conta apenas o posicionamento de 141 dos domínios de nossa base de análise, uma vez que não conseguimos identificar as relações de propriedade e filiação dos portais Notícias Gospel, identificado como uma fonte de *junk news*, e Notas Gospel, classificado como um portal voltado ao entretenimento evangélico e suas celebridades. Quando a propriedade ou afiliação não eram fácil ou imediatamente identificáveis nos domínios analisados, a ferramenta Who.Is¹⁵ era consultada à procura de informações sobre a organização ou o indivíduo mantenedor do site e, em seguida, buscava-se pelo seu histórico de atuação na Comunicação ou na religião organizada.

No geral, estamos diante de um ecossistema formado por sites com um alto grau de

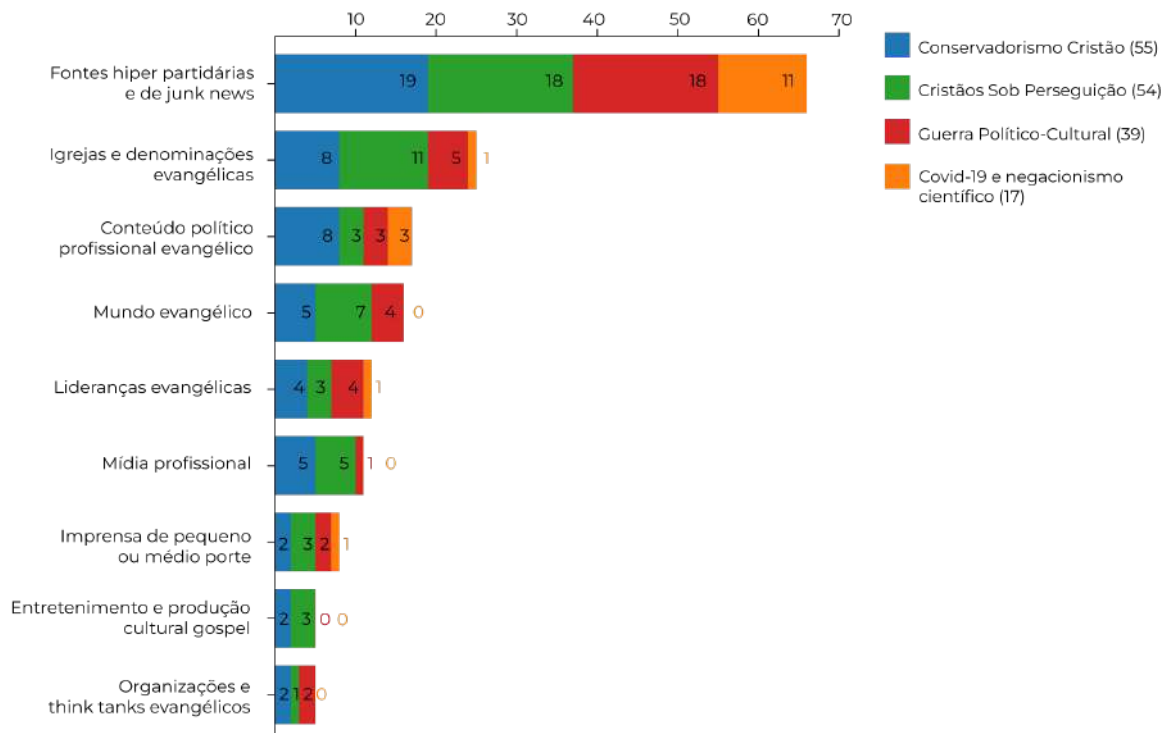
¹⁵ Disponível em: <<https://who.is/>>. Acesso em: 01 jun. 2022.

institucionalização, de modo que as igrejas e suas lideranças ministeriais formais têm uma capilaridade que vai além de seus próprios sites e chega à produção noticiosa profissional, à produção cultural gospel, a sites paralelos de ensinamentos e pregação religiosa e, em menor escala, a fontes de desinformação e conteúdo hiper partidário. Compondo uma parte considerável do escopo de nossa análise, estas são, contudo, mantidas em sua maioria por indivíduos e organizações que não necessariamente reivindicam para si o papel de porta-vozes de correntes específicas, normalmente preferindo falar de e para uma identidade cristã, evangélica ou gospel mais vaga. Partidos políticos, políticos com mandato e postulantes a cargos públicos, no geral, comandam apenas suas próprias páginas pessoais e institucionais, com as únicas exceções pertencendo, mais uma vez, ao universo das *junk news*.

4.2.2 Narrativas políticas e personagens difundidas no ecossistema

Uma vez determinadas as posições de cada fonte em nosso ecossistema, apresentamos os resultados da análise das narrativas sensíveis empreendidas e regularmente presentes na cobertura dos sites analisados. No gráfico 6, vemos como os quatro eixos formulados em nossa análise exploratória pelos domínios se distribuem no ecossistema analisado.

Gráfico 6 – Distribuição de narrativas político-sociais sensíveis ao longo do ecossistema de mídia digital evangélica



Fonte: Elaboração do autor, 2022.

De antemão, devemos notar que os sites hiper partidários e de *junk news* concentram o maior volume das narrativas de nosso enquadramento, mesmo que não formem a categoria mais volumosa do trabalho, em termos de domínios analisados, o que evidencia a centralidade das mesmas na produção e reprodução de narrativas religiosas sensíveis. Os sites de igrejas e denominações evangélicas ajudam a circular publicações que retratam cristãos evangélicos como uma minoria que corre forte perigo de existência, focando majoritariamente nestas. Narrativas conservadoras comportamentais e sociais têm um alcance considerável por todo o ecossistema, enquanto as que apregoam o negacionismo científico em torno da Covid-19 são mais restritas, concentrando-se, sobretudo, nas fontes de *junk news*. No extremo, os sites de venda de conteúdo editorial não produzem nenhum tipo de conteúdo de interesse para nossa análise.

O primeiro enquadramento narrativo a ser analisado nas fontes digitais evangélicas é o que chamamos de conservadorismo cristão. Fontes aqui enquadradas reafirmam valores morais e moralistas de um cristianismo dito tradicional, com foco em questões familiares, de gênero e dos direitos sexuais e reprodutivos. Regularmente colocam as minorias sociais no papel de algozes daqueles que professam a fé cristã, posto que tentariam silenciar a liberdade de expressão e de opinião daqueles que meramente pensam de outra maneira e doutrinar a juventude. Também é comum notar uma forte presença do discurso de ódio em alguns sites, que busca invalidar a mera identidade daqueles que seguem vidas descritas como “pouco bíblicas”, “seculares” ou “demoníacas”.

Em atividade desde 2007, o portal Gospel Mais¹⁶, grafado ocasionalmente como Gospel+, é um dos mais antigos e tradicionais sites do ecossistema midiático digital evangélico, contando com uma média de aproximadamente 700 mil visitas mensais¹⁷ e sendo, abertamente, um site interdenominacional. Freire Sousa *et al.* (2021) identificaram a sede do portal como sendo em Curitiba, no Paraná, em nome dos irmãos Denise e Danilo Cortázio — ela seria ligada à Igreja Cruz Verde de Curitiba, enquanto ele não teria nenhum vínculo explícito com quaisquer denominações evangélicas. Hoje, a maior parte dos textos do site são assinados apenas por dois autores, Thiago Chagas e Wilzenmurgo Romão Filho, identificado como Will R. Filho. Além de ambos, a única colunista de opinião do site é a psicóloga e teóloga Marisa Lobo, que compunha a nossa lista de lideranças ministeriais conservadoras, membro da Igreja Batista do Bacacheri, no Paraná, suplente de deputada federal pelo Partido

¹⁶ Disponível em: <<https://gospelmais.com.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

¹⁷ Dados resgatados da ferramenta Similarweb. Disponível em:

<<https://www.similarweb.com/pt/website/gospelmais.com.br/#overview>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

Trabalhista Brasileiro (PTB) e também colunista do já mencionado Pleno News.

Figura 1 – Captura de tela de publicação de 31/03/2022 do site Gospel Mais



Disponível em:

<https://colunas.gospelmais.com.br/pais-cristaos-saber-ativismo-lgbt-desenhos-infantis_35910.html>. Acesso em: 10 jun. 2022.

Em seus artigos, Marisa Lobo, acusada de promover terapias de reorientação sexual, motivo para a cassação de sua licença profissional de psicóloga (GIRARDI, 2017), se coloca como defensora dos ditos “valores familiares tradicionais”, além de ser referida em outros artigos do próprio site como “uma das principais lideranças evangélicas do Brasil”. Os malefícios do “ativismo LGBT” e da chamada “ideologia de gênero” são temas recorrentes naquilo que escreve, retratados como parte de uma trama maior para corromper o “futuro das crianças”, discutido, assim, em abstrato. Como Junqueira (2018) põe, a “ideologia de gênero” é uma ideia muito difundida em meios conservadores seculares e religiosos de que grupos radicais estariam empenhados na disseminação de ensinamentos que tentam superar as “diferenças sexuais naturais” entre homens e mulheres e homossexuais e heterossexuais. No fim, o discurso serve como uma forma de restringir o acesso de adolescentes a informações sobre saúde e educação sexual, rechaçar arranjos familiares diversos e patologizar sexualidades que fogem à heteronormatividade (JUNQUEIRA, 2018).

Em um deles, Lobo argumenta que todo ser humano nasce com uma orientação sexual predeterminada conforme a separação entre macho e fêmea, de forma que o “macho” seria biologicamente atraído pela “fêmea” e vice-versa e todas as outras expressões “desviantes” de sexualidade seriam frutos de desvios psicossociais e “ideológicos” e, logo, não poderiam ser

representados de maneira positiva pela indústria cultural, principalmente a que mira o público infantil¹⁸. Em outro, publicado em novembro de 2021, denuncia um suposto “ativismo pedófilo”, atuante nas tentativas de naturalização da atração sexual de adultos por menores de idade¹⁹. O que, à primeira vista, pode aparentar ser uma denúncia relativamente válida é, na realidade, um bode expiatório habitual entre grupos conservadores para associar a militância LGBTQIA+ e estudiosos no campo do gênero à pedofilia (XAVIER FILHA, 2016) — estratégia, até mesmo, já adotada pela própria Marisa Lobo em outras ocasiões²⁰.

Wilzenmurgo e Lobo podem ser encontrados em outros portais desinformativos mapeados em nossa base de dados, sendo o Gospel Mais e o Profeta Cristão, também identificado como uma fonte de *junk news* e com atualizações muito menos frequentes, os únicos abertamente religiosos e, portanto, os únicos a terem integrado o mapeamento de fontes declaradamente evangélicas. Ainda assim, consideramos fundamental falar sobre as outras fontes, com o objetivo de localizar os portais de desinformação religiosa em um ecossistema muito maior.

A teóloga compartilhou em sua página do Facebook os sites Tribuna de Brasília, cadastrado no nome do próprio Wilzenmurgo Filho, e Opinião Crítica, todos de cunho declaradamente bolsonarista. Nesse pequeno ecossistema triádico, é como se a Tribuna de Brasília atuasse como o componente político-institucional, focando primordialmente na cobertura do bolsonarismo no Congresso Nacional e em sua relação com os outros poderes, o Opinião Crítica, como o veículo de comentários sociais mirando o público conservador e o Gospel Mais e o Profeta Cristão, como portais de agitação moral-religiosa.

Também na categoria de *junk news* que enfatizam valores conservadores, há o portal O Fuxico Gospel²¹, cujas atividades se iniciaram em 2011 e que reúne em torno de 900 mil visitas mensais²². No mundo evangélico, o Fuxico tem conexões menos profundas e surge como uma iniciativa familiar, a partir da união dos esforços de Israel Nascimento e seu

¹⁸ Disponível em:

<https://colunas.gospelmais.com.br/pais-cristaos-saber-ativismo-lgbt-desenhos-infantis_35910.html>. Acesso em: 10 jun. 2022.

¹⁹ Disponível em:

<https://colunas.gospelmais.com.br/ativismo-pedofilo-tatica-atracao-menores-natural-35828_35828.html>.

Acesso em: 5 jun. 2022.

²⁰ Em texto datado de março de 2018 e publicado no portal hiper partidário bolsonarista Conexão Política, Davy Albuquerque, seu chefe de redação, defende Marisa Lobo e “cristãos” por supostamente terem sido prejudicados em sua luta contra a “imposição da agenda LGBT”. A psicóloga havia sido processada por dizer que ativistas LGBT favoreciam a “aceitação social da pedofilia”, tendo perdido o caso. Disponível em: <<https://www.conexaopolitica.com.br/ultimas/nossa-columnista-marisa-lobo-foi-processada-por-se-opor-a-ideologia-de-genero/>>. Acesso em: 09 jun. 2022.

²¹ Disponível em: <<http://fuxicogospel.com.br/>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

²² Dados resgatados da ferramenta Similarweb. Disponível em:

<<https://www.similarweb.com/pt/website/fuxicogospel.com.br/#overview>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

sobrinho Micael Nascimento. Apesar da produção em massa de conteúdo hiper partidário — há uma seção no site dedicada à cobertura do governo Bolsonaro, onde seus feitos são cobertos de maneira positiva e as reivindicações da “comunidade evangélica” são reportadas e há espaço reservado aos ataques a seus desafetos²³ —, o portal surge para fundar uma onda de portais religiosos de “fofoca”, emulando blogs e revistas de entretenimento focados em celebridades e em suas vidas particulares (BERTOLOTTI, 2022; GODOY, 2021).

Figura 2 – Captura de tela de publicação de 22/02/2022 do site O Fuxico Gospel



Disponível em:

<<https://www.fuxicogospel.com.br/2022/02/manuela-davila-comemora-legalizacao-do-aborto-e-cristaos-rebatem.html>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

Há um forte apelo ao pânico moral nas publicações d'O Fuxico Gospel. Por exemplo, a luta pelos direitos sexuais e reprodutivos e aqueles que a apoiam são retratados como inimigos dos valores tradicionais cristãos, como foram os casos da ex-deputada federal Manuela D'Ávila (PCdoB/RS)²⁴ e da Organização Mundial da Saúde²⁵. A luta do conservadorismo cristão se transforma em um combate às lideranças evangélicas ditas progressistas, travada contra nomes como Ed René Kivitz, da Igreja Batista Água Branca, em São Paulo, que propõe uma liberalização dos valores defendidos por lideranças

²³ Disponível em: <<https://www.fuxicogospel.com.br/tag/jair-bolsonaro>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

²⁴ Disponível em: <<https://www.fuxicogospel.com.br/2022/02/manuela-davila-comemora-legalizacao-do-aborto-e-cristaos-rebatem.html>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

²⁵ Disponível em: <<https://www.fuxicogospel.com.br/2020/04/damare-questiona-oms-sobre-sujestao-de-aborto-organizacao-mundial-da-morte.html>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

denominacionais e seus fiéis²⁶, e Henrique Vieira, da Igreja Batista do Caminho, no Rio de Janeiro, filiado ao Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e alvo comum por suas visões relativas a questões como os direitos LGBTQIA+²⁷, o que levou o site a classificá-lo como um mero “militante de esquerda”²⁸ e “suposto pastor”²⁹, ao invés de uma liderança religiosa séria³⁰.

A segunda narrativa é a de cristãos sob perseguição. Esta apresenta ao leitor uma visão de mundo em que evangélicos — e “cristãos” no geral, como normalmente são evocados, como discutiremos com maior aprofundamento na seção de resultados — são uma minoria perseguida, vigiada, silenciada e violentada única e exclusivamente graças ao exercício de sua fé. Não raramente, a narrativa serviu para a veiculação de propaganda orientalista, radicalizada e estereotipada de países enxergados como não-ocidentais e suas organizações religiosas. Os casos expostos nesse eixo, em grande parte verdadeiros passíveis de serem checados, corroboram a formação e o fortalecimento de uma das facetas do que podemos chamar de “identidade evangélica”: a de um povo resiliente, que consegue resistir e continuamente afirmar sua existência apesar dos esforços de seus inimigos.

Também classificado como um portal de *junk news*, o portal Guiame³¹, com mais de 400 mil visitas mensais³², é um claro exemplo de como se dá a reprodução dessa narrativa. Países da Ásia Central, do Médio Oriente e da África, como China³³, Cazaquistão³⁴ e

²⁶ Disponível em:

<<https://www.fuxicogospel.com.br/2020/11/pastor-que-propos-atualizar-a-biblia-e-a-favor-da-maconha-e-descriminalizacao-do-aborto.html>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

²⁷ Disponível em:

<<https://www.fuxicogospel.com.br/2022/05/pastor-lulista-publica-foto-celebrando-casamento-homoafetivo.html>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

²⁸ Disponível em:

<<https://www.fuxicogospel.com.br/2021/04/militante-da-esquerda-que-se-diz-pastor-diz-que-deus-nao-esta-acima-de-tudo.html>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

²⁹ Disponível em:

<<https://www.fuxicogospel.com.br/2020/02/lideres-evangelicos-emitem-nota-contra-suposto-pastor-da-mangueira.html>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

³⁰ Disponível em:

<<https://www.fuxicogospel.com.br/2021/04/militante-da-esquerda-que-se-diz-pastor-diz-que-deus-nao-esta-acima-de-tudo.html>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

³¹ Disponível em: <<http://guiame.com.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

³² Dados resgatados da ferramenta Similarweb. Disponível em:

<<https://www.similarweb.com/pt/website/guiame.com.br/#overview>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

³³ Disponível em:

<<https://guiame.com.br/gospel/missoes-acao-social/china-exige-que-cristaos-perseguidos-se-comportem-durante-jogos-de-inverno.html>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

³⁴ Disponível em:

<<https://guiame.com.br/gospel/mundo-cristao/como-os-cristaos-perseguidos-sao-afetados-pela-atual-criese-no-cazquistao.html>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

Nigéria³⁵, são retratados como sendo sistematicamente impiedosos a qualquer um que professe a fé cristã. Embora sejam regularmente menos retratados sob essa perspectiva, nações ocidentais não necessariamente escapam dela: no portal, há relatos de intolerância e perseguição religiosa contra cristãos evangélicos em países como o Reino Unido³⁶ e na Finlândia³⁷, onde a perseguição seria mais velada e baseada no desrespeito à “liberdade de expressão e opinião” de cristãos.

Figura 3 – Captura de tela de publicação de 01/02/2022 do site Guiame



Disponível em:

<<https://guiame.com.br/gospel/missoes-acao-social/china-exige-que-cristaos-perseguidos-se-comportem-durante-jogos-de-inverno.html>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

Uma fonte comum para as matérias que a reforçam é o da organização Portas Abertas³⁸, descoberta em nossa primeira etapa metodológica por ter sido compartilhada pelas páginas e perfis de pastores e igrejas locais. Com atuação em mais de 60 países, incluindo o Brasil, Portas Abertas foi fundada em 1955, pelo missionário cristão Anne van der Bijl, conhecido como Irmão André, que, ao longo da Guerra Fria, atuou no contrabando de bíblias em países além da Cortina de Ferro, que ditavam o ateísmo de Estado. A perseguição à

³⁵ Disponível em:

<<https://guiame.com.br/gospel/missoes-acao-social/cruzada-na-nigeria-reune-mais-de-1-milhao-de-pessoas-com-centenas-de-milagres-e-conversoes.html>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

³⁶ Disponível em:

<<https://guiame.com.br/gospel/noticias/pregadores-de-rua-que-foram-presos-na-inglaterra-lutam-por-liberdade-no-tribunal.html>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

³⁷ Disponível em:

<<https://guiame.com.br/gospel/noticias/congressistas-dos-eua-denunciam-perseguiçao-finlandesa-por-defender-casamento-biblico.html>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

³⁸ Disponível em: <<https://portasabertas.org.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

crisandade seria usualmente apresentada, portanto, como um resquício do comunismo autoritário e serviria de alerta a como um verdadeiro cristão deveria se posicionar politicamente — sendo assim, há uma clara interseção de estratégias discursivas entre este eixo e o da Guerra Político-Cultural. O material da Portas Abertas também serve de fonte para outros sites do ecossistema, como o Gospel Prime³⁹, a Revista Comunhão⁴⁰ e o portal nacional da Igreja Metodista⁴¹.

Em seguida, temos o eixo da guerra político-cultural. Aqui, os evangélicos são representados e descritos tanto como protagonistas quanto como alvos de uma batalha em curso, em defesa de seus valores morais, ameaçados por inimigos internos e externos nos campos artístico-cultural, midiático e político, comumente localizados à esquerda no espectro político e descritos genericamente como “esquerdistas”, “socialistas” e “comunistas”. Basicamente, trata-se de uma adaptação dos elementos da comunicação populista de acordo com o modelo proposto por Rae (2021) ao meio evangélico.

O blog do televangelista Leandro Quadros⁴², apresentador de programas na rede de televisão portuguesa Novo Tempo e integrante da lista de pastores conservadores do CrowdTangle a mais compartilhar *hyperlinks* externos, é um dos que aposta na identificação e no combate àqueles que considera serem os inimigos do dito “bom cristão”. O texto mais acessado do site, intitulado “Cristianismo e Socialismo”⁴³, exemplifica bem o papel desempenhado por essa guerra na arena religiosa conservadora. A publicação é assinada por Davi Caldas, que se identifica como membro do projeto Reação Adventista, iniciativa de reação a “posturas secularistas contrárias aos princípios bíblicos”, tais quais o “abortismo” e o feminismo, como exposto em seu próprio site⁴⁴.

O autor argumenta que a filosofia comunista, supostamente propagandeada a esmo nos ambientes escolares e universitários, seria incompatível com o estilo de vida cristão, que pregaria as benesses da propriedade privada e as doações a terceiros como “fruto do amor” e não como algo a ser imposto por um Estado dito totalitário e “antirreligioso”.

³⁹ Disponível em:

<<https://www.gospelprime.com.br/portas-abertas-doa-100-000-biblias-para-crentes-perseguidos-ao-redor-do-mundo/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁴⁰ Disponível em: <<https://comunhao.com.br/portas-abertas-65-anos/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁴¹ Disponível em: <<https://www.metodista.org.br/paquistao-e-alvo-de-ataque-terrorista-na-pascoa>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁴² Disponível em: <<https://leandroquadros.com.br/>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

⁴³ Disponível em: <<https://leandroquadros.com.br/cristianismo-e-socialismo/>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

⁴⁴ Disponível em: <<https://reacaoadventista.com/about/>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

Figura 4 – Captura de tela de publicação de 27/09/2018 do blog de Leandro Quadros



Disponível em: <<https://leandroquadros.com.br/cristianismo-e-socialismo/>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

Fora do socialismo real, segue o texto, teria se desenvolvido o chamado “marxismo cultural”, central ao ideário conservador-reacionário sustentado por Olavo de Carvalho, que popularizou a expressão no Brasil, um fundamentalista católico com passagens por religiões islâmicas e esotéricas (TEITELBAUM, 2020, p. 159–160), apontado como guru ideológico do governo Bolsonaro (ZANINI, 2022), ao menos desde o início dos anos 2000⁴⁵.

Ao perceberem que a luta proletária não teria grande espaço no pensamento ocidental, filósofos marxistas, argumenta o autor, teriam se engajado no combate a valores culturais como “a moral judaico-cristã, as igrejas tradicionais, o cristianismo e o conservadorismo” por meio da disseminação de pautas como “aborto, divórcio, sexo livre, (...) homossexualidade, poliamor, bigamia, uso de drogas, vida desregrada, desobediência aos pais e a desvalorização da família”. Para o cristianismo reacionário, seja este católico ou evangélico, há o temor de que a liberalização da cultura possa substituir o que seria a única religião e o único Deus verdadeiros — ou, ao menos, há uma maneira de se beneficiar com a propagação de narrativas como estas.

Já o portal Pleno News⁴⁶, que acumula mais de 2 milhões de visitas mensais⁴⁷,

⁴⁵ Em 2002, Olavo de Carvalho republicou em seu site pessoal um texto que escrevera ao Jornal O Globo, do qual fora colaborador, intitulado “Do marxismo cultural”, no qual destrincha as ideias que formaram a base de seu pensamento pautado pela paranoia anticomunista. As ideias eram a semente do que foi publicado no blog de Leandro Quadros e é debatido ao longo do parágrafo. Disponível em: <<https://olavodecarvalho.org/do-marxismo-cultural/>>. Acesso em: 09 jun. 2022.

⁴⁶ Disponível em: <<http://pleno.news/>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

⁴⁷ Dados resgatados da ferramenta Similarweb. Disponível em:

<<https://www.similarweb.com/pt/website/pleno.news/#overview>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

enquadrado como uma fonte evangélica de *junk news*, é um dos exemplos mais proeminentes do lado cultural desse embate, apostando em ataques contínuos à imprensa tradicional para se firmar enquanto um domínio crível. As atividades do site tiveram início em 2017 pelo Grupo MK de Comunicação, um dos maiores grupos empresariais religiosos do Brasil, que engloba a gravadora MK Music, a principal do segmento gospel do país, a rádio fluminense 93 FM, também dedicada à música gospel, e a MK Editora. O conglomerado foi fundado pelo senador fluminense Arolde de Oliveira, morto em 2020 em decorrência do contágio pela covid-19, e ainda é mantido por sua família.

Devido a essa estrutura por trás de sua atuação, o Pleno News se diferencia de outras fontes religiosas pela frequência elevada de publicações, que abarcam uma miríade de temas ditos “seculares”, sem a menor tentativa de estabelecer uma relação entre eles e o universo religioso — o site conta com seções de economia, esportes e cultura, além da cobertura política, por exemplo. Desse modo, o vínculo religioso pode não ficar tão explícito ao leitor. O seu time de comentaristas conta com uma gama de personalidades e influenciadores que orbitam o universo bolsonarista, incluindo deputados federais como Bia Kicis (PL-DF), Carlos Jordy (PL-RJ) e Marco Feliciano (PL-SP), a pastora Elizete Malafaia, esposa de Silas Malafaia, e o pastor Renato Vargens, da Igreja Cristã da Aliança em Niterói, no Rio de Janeiro.

Em declaração à Agência Pública, Magali Cunha, pesquisadora em Religião, Comunicação e Política, descreveu o Pleno News como um “dos portais religiosos que mais publica material desinformativo”, ressaltando as estratégias de desinformação como uma questão de enquadramento, para além da simples mentira ou inverdade (RUDNITZKI; SCOFIELD, 2020). A reportagem também argumenta que a radicalização do Pleno News, cada vez mais inserido nos círculos digitais bolsonaristas, teria se dado com a aproximação de Oliveira ao clã Bolsonaro durante as eleições de 2018, ponto em que a cobertura do site teria passado a se diversificar para além da fé cristã.

Em sua missão de se consolidar enquanto uma fonte crível de informação religiosa, o Pleno News parte para o combate aberto a organizações midiáticas de legado, como a Rede Globo de Televisão. Em diversos textos, a Globo, alvo preferencial do presidente Jair Bolsonaro e de seus apoiadores (FELTRIN, 2020; PEREIRA, 2021; ROSSI, 2022), é descrita como uma emissora em estado de crise financeira e de pessoal permanente. Assim sendo, matérias que enfatizam as saídas e as demissões de jornalistas e artistas globais da organização são frequentes e servem como prova de que o maior conglomerado de comunicação do Brasil estaria perdendo e cedendo espaço a uma nova mídia digital

conservadora.

O suposto mau desempenho da mídia de legado também é ressaltado em publicações que levantam os índices de audiência de programas e atrações globais. Entre março e abril de 2022, foi noticiado no Pleno News que a Record haveria “goleado”⁴⁸ e “atropelado”⁴⁹ a Globo em suas transmissões de futebol segundo os dados de audiência da Kantar Ibope, por exemplo. O site terminou o ano de 2021 com publicações que davam conta de que algumas das principais atrações jornalísticas da emissora estariam encerrando o pior ano de sua audiência histórica⁵⁰, em virtude de uma suposta crise que vem se prolongando desde 2015⁵¹. Além disso, declarações de figuras públicas que atacam a emissora e seus quadros constantemente são transformadas em manchetes, como foram os casos do próprio Jair Bolsonaro⁵² e seus filhos⁵³, de seus ex-jornalistas⁵⁴, parlamentares⁵⁵ e lideranças religiosas⁵⁶.

Levando isso em consideração, é possível dizer que a cobertura negativa permanente integra uma possível ambição de o Grupo MK se tornar uma das principais referências na comunicação evangélica e conservadora brasileira, posto historicamente reivindicado pela Rede Record e pelo império midiático da IURD (AIRES; SANTOS, 2017, p. 125), ao menos no âmbito digital, com uma rápida expansão que dispensou os trâmites burocráticos de concessões midiáticas tradicionais.

⁴⁸ Disponível em:

<<https://pleno.news/entretenimento/tv/exibindo-a-final-do-campeonato-paulista-record-goleia-a-globo.html>>.

Acesso em: 1 jun. 2022.

⁴⁹ Disponível em:

<<https://pleno.news/entretenimento/tv/com-flamengo-x-vasco-record-atropela-a-globo-em-audiencia.html>>.

Acesso em: 1 jun. 2022.

⁵⁰ Disponível em:

<<https://pleno.news/entretenimento/tv/como-o-jn-jornal-da-globo-tera-pior-ibope-da-historia-em-2021.html>>.

Acesso em: 1 jun. 2022.

⁵¹ Disponível em:

<<https://pleno.news/entretenimento/tv/2021-sera-o-pior-ano-da-historia-do-jornal-nacional-em-audiencia.html>>.

Acesso em: 1 jun. 2022.

⁵² Disponível em:

<<https://pleno.news/brasil/bolsonaro-alfineta-quem-nao-quiser-a-verdade-vai-la-na-globo.html>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

⁵³ Disponível em:

<<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/carlos-bolsonaro-ironiza-a-globo-apos-casos-de-covid-no-bbb22.html>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

⁵⁴ Disponível em:

<<https://pleno.news/entretenimento/tv/quando-nao-tem-direitos-globo-trata-noticia-como-lixo-diz-sergio-mauricio.html>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

⁵⁵ Disponível em:

<<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/apos-ataque-de-bonner-otoni-rebate-com-vagabundo-e-lixo.html>>.

Acesso em: 30 mai. 2022.

⁵⁶ Disponível em:

<<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/malafaia-a-globo-lixo-se-ferra-quando-o-povo-mostra-o-que-o-governo-esta-fazendo.html>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

Figura 5 – Captura de tela de publicação de 01/10/2021 do site Pleno News



Disponível em:

<<https://pleno.news/brasil/bolsonaro-alfineta-quem-nao-quiser-a-verdade-vai-la-na-globo.html>>. Acesso em: 30 mai. 2022.

Por último, também identificamos domínios que disseminaram, intencionalmente ou não, conteúdos que negassem ou minimizassem a gravidade da Covid-19, que fossem contra as medidas de isolamento e distanciamento social ou descredibilizassem as vacinas desenvolvidas contra a doença. Como o período de nossa análise coincidiu com o período da CPI da Pandemia no Congresso Nacional, consideramos fundamental conferir se os veículos religiosos de interesse abordavam a Covid-19 os ditames bolsonaristas levantados por Guerreiro e Almeida (2021).

Figura 6 – Captura de tela de publicação de 06/02/2022 da edição online da Folha Universal



Disponível em:

<<https://www.universal.org/noticias/post/hidroxiclороquina-por-que-tamanho-censura-em-torno-de-uma-medicacao/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

Já discutida em nosso capítulo de contextualização, a edição digital da Folha Universal⁵⁷ foi uma das fontes mais insistentes na ampliação da descredibilização em torno das medidas de combate e prevenção à Covid-19. Edir Macedo, inclusive, declarou no início da pandemia que o coronavírus não existiria (MENDONÇA, 2020) e, assim que teve a chance, foi se vacinar fora do país, na cidade de Miami, nos Estados Unidos, onde mantém residência (EDIR..., 2021). Ao longo de 2020 e 2021, a publicação serviu à promoção do chamado “tratamento precoce”⁵⁸, coquetel de remédios — posteriormente, reconhecido como ineficaz pelo Ministério da Saúde (OLIVEIRA, 2021) — no combate à covid-19 propagandeado pelo governo federal durante a pandemia⁵⁹. Para denominações como a IURD, havia um interesse claro em forçar uma volta à normalidade social: a manutenção do funcionamento presencial de templos e cultos, questão muito judicializada e que fomentou um embate entre o Supremo Tribunal Federal (STF) e igrejas evangélicas (SCHREIBER, 2021), com interferência do próprio governo federal (RICHTER, 2021).

Mesmo depois de as vacinas terem sido disponibilizadas e campanhas de vacinação terem sido incentivadas e promovidas por outras denominações evangélicas, como a Igreja Metodista do Brasil⁶⁰ e a Igreja Adventista do Sétimo Dia⁶¹, a Folha Universal abriu espaço para a defesa da “livre escolha” de se imunizar contra a doença, argumentando que nem o Estado nem o setor privado poderiam se intrometer nas decisões individuais de cidadãos e trabalhadores⁶². Em outro texto, aqueles que optaram por não se vacinar foram descritos como “símbolo de resistência” e os que defendem a obrigatoriedade da vacinação, de

⁵⁷ Disponível em: <<https://www.universal.org/folha-universal/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁵⁸ Disponível em:

<<https://www.universal.org/noticias/post/hidroxiclороquina-por-que-tamanho-censura-em-torno-de-uma-medicacao/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁵⁹ Disponível em:

<<https://www.universal.org/post/covid-19-o-que-justifica-mais-de-8-milhoes-de-curados-no-brasil/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁶⁰ Disponível em: <<https://www.metodista.org.br/metodistas-pela-vacina-metodistaspelavacina>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁶¹ Disponível em:

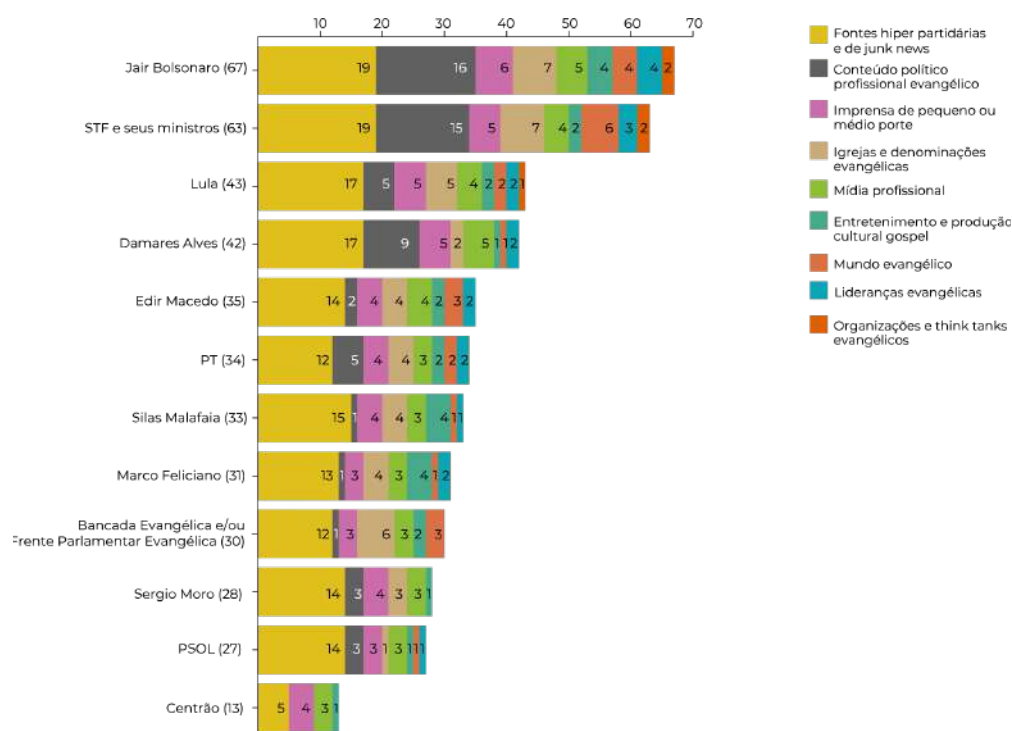
<<https://noticias.adventistas.org/pt/noticia/ciencia/igreja-adventista-divulga-declaracao-oficial-sobre-vacinacao/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁶² Disponível em:

<<https://www.universal.org/noticias/post/eles-tem-o-direito-de-nao-querer-a-vacina-contra-a-covid-19/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

“incoerentes”⁶³. Se, por um lado, houve a promoção do anticientificismo, a Folha Universal também publicou outros textos que advogavam pela manutenção das medidas sanitárias para o impedimento do contágio pelo coronavírus⁶⁴ e que celebravam o avanço das ações de imunização no Brasil⁶⁵, uma posição ambígua, porém estratégica, que faria com que a IURD não perdesse a simpatia de fiéis, em um país em que a grande maioria da população havia expressado o desejo de se imunizar contra a covid-19 (NÚMERO..., 2021).

Gráfico 7 – Menções por domínio a personalidades sociais, políticas e religiosas nacionais no ecossistema de mídia digital evangélica



Fonte: Elaboração do autor, 2022.

Ao investigarmos os personagens mais mencionados na cobertura político-social de cada um dos domínios mapeados, cujos resultados estão descritos no gráfico 7, vemos que as fontes de *junk news* citam todos que são de interesse a essa pesquisa, o que, mais uma vez, denota o lugar privilegiado destas na produção de narrativas políticas para o público cristão. Em todo o ecossistema, o grande personagem privilegiado nas publicações é o presidente Jair

⁶³ Disponível em:

<<https://www.universal.org/noticias/post/simbolo-de-resistencia-a-decisao-de-nao-se-vacinar/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁶⁴ Disponível em:

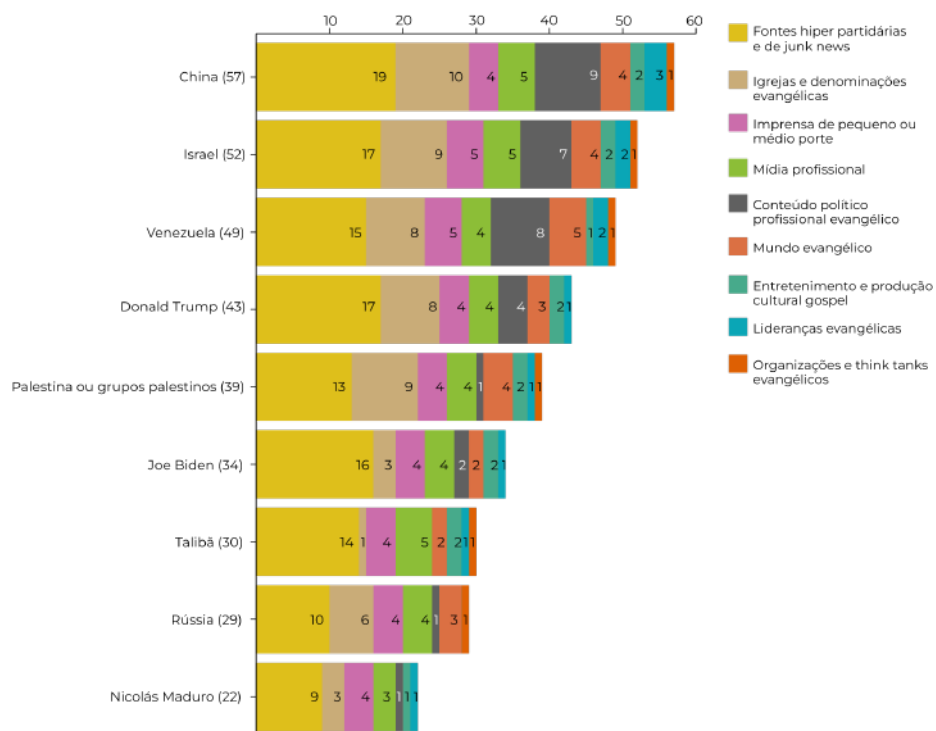
<<https://www.universal.org/noticias/post/protocolos-de-seguranca-da-covid-19-por-que-eles-devem-ser-mantidos/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁶⁵ Disponível em: <<https://www.universal.org/noticias/post/brasil-segue-firme-na-vacinacao/>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

Bolsonaro, muito mais do que o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, seu principal adversário nas eleições presidenciais de 2022. O STF tem lugar privilegiado no ranking, tendo sido muito citado por lideranças e fontes de informação e desinformação que reivindicavam pautas conservadoras como o *homeschooling* e a já citada abertura de igrejas durante a pandemia de covid-19, dando contornos religiosos próprios às disputas de poder em que o tribunal se envolveu com Bolsonaro nos últimos anos.

Lideranças públicas evangélicas como Damares Alves, na quarta posição de nosso ranking, Edir Macedo e Silas Malafaia também são muito retratadas, endossando as visões de Cunha (2019) sobre o papel de “porta-voz dos evangélicos” que personalidades midiáticas conservadoras normalmente assumem para si. A regularidade das menções à bancada evangélica e à frente parlamentar evangélica, comumente citadas como uma coisa só, inclusive na mídia secular, e em especial ao deputado federal Marco Feliciano (PL-SP), que conquistou maior projeção nacional após chegar à presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados (CUNHA, 2019) em um pleito polêmico, em virtude de suas visões conservadoras e os embates travados com setores progressistas do Congresso e da sociedade civil, pode ser um indicativo da confiança depositada nestes parlamentares por parte das fontes que formam o ecossistema digital em debate.

Gráfico 8 – Menções por domínio a personalidades sociais e políticas internacionais no ecossistema de mídia digital evangélica



Fonte: Elaboração do autor, 2022.

Já ao analisarmos os personagens recorrentes da cobertura sociopolítica internacional, como exposto no gráfico 8, vemos como agentes geopolíticos servem aos interesses de narrativas maniqueístas de grupos evangélicos reacionários, que enxergam o mundo a partir de uma ótica do bem contra o mal. Muito enquadrada nos eixos da guerra político-cultural e de cristãos sob perseguição como um caso de país socialista com práticas sistemáticas de intolerância religiosa enquanto política de Estado, a China é o grande personagem internacional da cobertura política deste ecossistema. Em menor escala, mas ainda muito relevante a esta, a Venezuela, em tom de alerta, também é muito citada por essas fontes como um exemplo geográfica e socialmente mais próximo da forma pela qual os cristãos seriam tratados em um país socialista.

Tanto a China é muito citada que supera as menções a Israel, país que já foi classificado por Merritt (2017) como alvo de uma “obsessão evangélica”, por acreditarem que sua fundação teria se dado conforme ditado por profecias bíblicas, e que foi central à formulação das estratégias para aproximação a segmentos evangélicos de líderes populistas de direita em todo o mundo, como Donald Trump (MARGALIT, 2021), nos Estados Unidos, além do próprio Jair Bolsonaro (BOLSONARO..., 2019), que fica em segundo lugar no nosso ranking. Aliás, Trump tinha uma posição muito mais privilegiada nesse ecossistema do que Joe Biden, rival e sucessor. Encarado enquanto um país aliado do cristianismo internacional, Israel também integra narrativas maniqueístas e, apesar de seu status geográfico, é mencionado enquanto parte de um Ocidente, constantemente atacado por forças retratadas como terroristas, ou, pelo menos, como inimigas em algum nível, a exemplo da Palestina, que conta com presença bem demarcada no ranking.

Neste capítulo, expomos as técnicas de pesquisa e as etapas metodológicas que empregamos no mapeamento do que chamamos de ecossistema de mídia digital evangélica, bem como discutimos os principais resultados e achados daquilo que encontramos e consideramos de mais relevante neste. O primeiro passo consistiu em monitorar páginas e perfis de lideranças ministeriais, políticas e culturais do universo evangélico no Facebook, com o emprego da ferramenta CrowdTangle, de propriedade da Meta, companhia que cuida da própria mídia social. Das publicações destas páginas extraídas entre abril e outubro de 2021, extraímos todos os hyperlinks compartilhados e isolamos seus domínios, para que estes fossem categorizados e aqueles que reivindicavam ou se associavam, de alguma forma, à identidade evangélica, isolados. A esta base de domínios evangélicos, acrescentamos outros encontrados em buscas manuais segundo termos-chave também no CrowdTangle e outros previamente conhecidos.

Todos os domínios reconhecidamente evangélicos, em seguida, passaram por uma categorização relativa ao nível do conteúdo veiculado por estas, às narrativas comumente apregoadas, aos personagens dos contextos sociais brasileiro e internacional regularmente representados nestas narrativas e à sua propriedade e afiliação no universo político e evangélico. O que descobrimos foi um ecossistema formado primariamente por sites de igrejas e denominações, lideranças políticas e fontes de desinformação e conteúdo hiperpartidário com viés evangélico. Vimos que estas superam, em quantidade e relevância, as fontes noticiosas profissionais com alguma associação ao universo evangélico, com enorme centralidade na produção e reprodução de narrativas políticas sociais sensíveis. Entre estes enquadramentos narrativos, se destacam o conservadorismo cristão, focado em uma contraposição do arquétipo do “cristão de bem” contra os males do mundo secular, e a de cristãos sob perseguição, que buscam construir e fortalecer uma identidade do cristão evangélico enquanto parte de uma comunidade vítima de uma intolerância sistemática, que assume dimensões materiais e simbólicas. Na sustentação destas narrativas, são evocados, com um mesmo propósito, personagens dos cenários políticos, sociais e religiosos nacional e internacional, quase de forma equânime, colaborando com a construção de uma visão de mundo fundada sobre o maniqueísmo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa monografia buscou fazer um mapeamento das fontes digitais de informação e desinformação do ecossistema de mídia digital evangélica, levando em conta aquelas que reivindicam para si esta identidade cristã ou que possuem laços institucionais com este universo. Para tanto, avaliamos cada um dos sites encontrados segundo sua natureza, conforme metodologias e categorias propostas por pesquisadores do campo da Comunicação Computacional e das Ciências Sociais Computacionais, seus aspectos organizacionais, uma influência direta do campo da Economia Política da Comunicação, e as narrativas por eles difundidas, a fim de que pudéssemos entender a convergência entre as visões de mundo sustentadas por este ecossistema enquanto um todo — evidentemente, como frisamos em outras etapas, sem a intenção de esgotá-lo.

Os resultados do nosso trabalho, bem como toda a discussão que os antecederam, apresentam um foco evidente na aproximação de grupos evangélicos com a direita conservadora bolsonarista. Nos estudos sobre a religião organizada, é comum que se diga que parlamentares e pastores evangélicos são muito mais conservadores do que os próprios fiéis. Mesmo que possamos tomar isso como uma verdade, no fim das contas, são eles, ao lado de pastores conservadores, que ditam as narrativas preponderantes nas discussões na interseção entre política e religião — nesse caso, o cristianismo evangélico — e têm um espaço privilegiado na cobertura midiática, tanto na mídia religiosa nichada quanto na tradicional dita secular.

No entanto, entendemos que as mídias sociais ampliaram a exposição de lideranças evangélicas ditas progressistas e de esquerda e se converteram em verdadeiros espaços de resistência dessas personalidades, nos quais conseguem se dirigir a um público que não se define segundo a reivindicação de uma identidade religiosa, embora tenham uma influência limitada na esfera pública. A análise de suas estratégias, incluindo uma avaliação de seus impactos e das maneiras pelas quais elas se contrapõem ao conservadorismo aparentemente dominante do cristianismo evangélico das mídias sociais e digitais, pode ser apontado como um primeiro desdobramento do estudo apresentado nesta monografia.

Identificamos uma miríade de narrativas desinformativas voltadas ao público evangélico que não se restringem aos limites das fontes de desinformação e de conteúdo hiperpartidário, incluindo sites de igrejas, denominações e lideranças públicas, que as instrumentalizam como um meio de respaldar combustível conservador. As fontes hiperpartidárias e de desinformação, por sua vez, fazem parte das estratégias de renovação

midiática de antigos atores do mercado de comunicação propriamente evangélico, mais livres das obrigações, inclusive de conteúdo, que tinham e ainda têm de cumprir para que sejam concedidos concessões de radiodifusão.

Fontes de desinformação, entendidas em seu sentido amplo, são, ainda, o espaço cativo de novos atores, que muitas vezes não têm um passado definido no mercado de comunicação. Estas não só são muito numerosas na base analisadas, como também se engajam muito mais na produção e na reprodução de narrativas sociais sensíveis, um indicativo de sua potencial influência na disseminação de conteúdo nocivo por boa parte da extensão deste ecossistema.

A análise dos personagens representados nessas histórias permite que percebamos ecos de um conspiracionismo maniqueísta de ramificações globais, em que agentes internacionais são muitas vezes tão representados quanto nacionais. No geral, a aposta nestas narrativas têm como objetivo final a formulação de uma identidade evangélica como um povo incumbido de uma forte missão social civilizatória, devendo lutar contra os atores, retratados como “seculares”, “diabólicos” e “progressista”, que ameaçam seus valores e põem em risco sua sobrevivência. Mesmo que tenhamos realizado nossas análises majoritariamente no final de 2021, ainda longe do clima da campanha eleitoral em 2022, análises meramente exploratórias sobre os domínios de *junk news* e conteúdo hiper partidário em nossa base realizadas posteriormente permitiram que constatássemos uma infraestrutura de agitação bolsonarista, adaptando suas táticas de desinformação digital para o público cristão, que por si só mereceria uma análise à parte.

A partir do que foi apresentado, julgamos a investigação do financiamento e da receita dessas fontes como um dos caminhos possíveis para a ampliação do entendimento acerca deste ecossistema. Nessa linha, por exemplo, despontam trabalhos que investigam o papel da mídia programática — modelo de publicidade em que uma página online disponibiliza seu espaço para peças publicitárias que são exibidas ao usuário final segundo uma curadoria algorítmica, muitas vezes sem a anuência ou conhecimento do anunciante — para a sustentabilidade financeira de fontes digitais de desinformação, que se tornam negócios integrantes de uma indústria extremamente lucrativa.

Como frisamos anteriormente em diversas etapas do trabalho, não esperamos que o desenho de pesquisa aqui apresentado represente o esgotamento da investigação em torno do ecossistema de mídia digital evangélico, devendo servir como o primeiro passo para uma investigação que chegue a outros espaços. A abordagem ecossistêmica, como discutido no segundo capítulo, é útil não só para a investigação de veículos de mídia e entretenimento e

fontes de informação e desinformação, de forma mais geral, mas também para as comunidades formadas nas próprias mídias sociais.

Evangélicos têm se firmado como uma força crescente, ainda, em espaços como o YouTube e o TikTok. Mesmo que haja ferramentas oficiais e extraoficiais disponíveis ao público e a pesquisadores que permitem a coleta e a extração sistemática de metadados de suas publicações, ambas as plataformas são sub-representadas na literatura acadêmica de maneira de geral, não só quando estamos tratando do ativismo religioso, organizado ou não. O TikTok, apesar de ter se tornado uma verdadeira febre durante a pandemia, em especial entre o público mais jovem, e a plataforma de mídia social mais baixada em aparelhos móveis no mundo, ainda carece de metodologias de análise específicas e adequadas. No aplicativo, influenciadores evangélicos acumulam milhões de seguidores e as hashtags por eles levantadas muitas vezes mobilizam bilhões de visualizações. É necessário entender como cada uma dessas plataformas se articula no amplo contexto da propaganda política hiper partidária voltada ao público evangélico.

Outro caminho possível é a investigação e a avaliação direta dos conteúdos que circulam em grupos e canais voltados ao público evangélico em aplicativos de mensageria como o WhatsApp, um dos mais baixados por usuários brasileiros, e o Telegram. Embora sejam plataformas mais difíceis de serem sistematicamente analisadas, como a literatura atual indica, esta não é uma tarefa completamente impossível. Estudos anteriores, baseados em questionários e entrevistas realizadas com seus participantes, apontam para uma preponderância de conteúdos de desinformação nestes espaços, carecendo de metodologias quantitativas e computacionais, capazes de avaliar com maior precisão fatores como a frequência do compartilhamento de conteúdo malicioso ao longo de um espaço de tempo delimitado, e de inferir como estes grupos e canais se conectam entre si.

Nossas recomendações para futuras pesquisas partem do princípio de que consideramos nosso objeto de análise como o ponto de partida para a análise de uma infraestrutura de propaganda e agitação política muito maior, com ramificações online e offline, que dificilmente poderia ser tratada em sua totalidade em uma monografia de conclusão de curso de graduação. Acima de tudo, os estudos em torno das manifestações culturais e políticas de grupos evangélicos precisam se atualizar conforme os novos vocabulários e arsenais metodológicos das plataformas midiáticas digitais.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 50% DOS BRASILEIROS SÃO CATÓLICOS, 31%, EVANGÉLICOS E 10% NÃO TÊM RELIGIÃO, DIZ DATAFOLHA. **G1**, Política, 13 jan. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-e-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml>>. Acesso em: 2 mai. 2022.
- A ORIGEM DO SLOGAN DE BOLSONARO: BRASIL ACIMA DE TUDO. **Gazeta do Povo**, Eleições 2018, 24 out. 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/eleicoes-2018/brasil-acima-de-tudo-conheca-a-origem-do-slogan-de-bolsonaro-7r6utek3uk1axzyruk1ff9nas/>>. Acesso em: 19 mai. 2022.
- AIRES, J.; SANTOS, S. dos. **Sempre foi pela família**: mídias e políticas no Brasil. 1ª edição. Rio de Janeiro, RJ: Mauad X, 2017.
- ALBERTO RODRIGUES, G.; FUKS, M. Grupos sociais e preferência política: o voto evangélico no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 30, n. 87, p. 115, 2 fev. 2015. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/LZS7D6cbZ39g4cwSFpFM9M/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 13 jun. 2022.
- ALMEIDA, R. de. A onda quebrada: evangélicos e conservadorismo. **Cadernos Pagu**, n. 50, 16 mai. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332017000200302&lng=pt&tlng=pt>. Acesso em: 27 abr. 2022.
- ANDERSON, C. News Ecosystems. In: WITSCHGE, T.; ANDERSON, C.; DOMINGO, D.; HERMIDA, A. (orgs.). **The SAGE Handbook of Digital Journalism**. Sage reference. London: Sage, 2016. p. 410–423.
- ARAÚJO, B. S. R. de. A transferência de outorgas de radiodifusão e a comercialização de tempo de programação. **Revista de Direito Administrativo**, v. 268, p. 249, 18 mai. 2015. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/50741>>. Acesso em: 11 jun. 2022.
- ARRENDAMENTO JÁ É IRREGULAR E DEVE SER COIBIDO. 4 jun. 2012. **Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social**. Disponível em: <<https://intervozes.org.br/arrendamento-ja-e-irregular-e-deve-ser-coibido/>>. Acesso em: 6 mai. 2022.
- BAN, H. Soft News. In: DONSBACH, W. (org.). **The International Encyclopedia of Communication**. Chichester, UK: John Wiley & Sons, Ltd, 2008. p. 4736–4737. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405186407.wbiecs074>>. Acesso em: 11 jun. 2022.
- BEDINELLI, T. “Os parlamentares religiosos tendem a ser mais conservadores do que a população evangélica”. 4 dez. 2017. **El País Brasil**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/02/politica/1512221378_127760.html>. Acesso em: 18 mai. 2022.
- BERTOLOTTI, R. “É o fiel que dedura”: site de fuxico gospel bomba com pecados dos pastores. **TAB Uol**, São Paulo, Comportamento, 13 mai. 2022. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2022/05/13/e-o-fiel-que-dedura-site-de-fofoca-gospel-bomba-com-pecados-dos-pastores.htm>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

BILHALVA, A. O. **Os desigrejados**: estudo sobre o fenômeno da desinstitucionalização contemporânea nas igrejas evangélicas. 2020. 116 f. Dissertação de Mestrado – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <<https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/9167#preview-link0>>. Acesso em: 18 mai. 2022.

‘BISPO’ EDIR MACEDO CADA VEZ MAIS RICO: PATRIMÔNIO DE R\$ 2 BILHÕES. **Agência Congresso**, Brasília, Economia, 2 jul. 2020. Disponível em: <<https://www.agenciacongresso.com.br/bispo-edir-macedo-cada-vez-mais-rico-patrimonio-de-r-2-bilhoes/>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

BLEAKLEY, W. About Us. n.d. **CrowdTangle Help Center**. Disponível em: <<http://help.crowdtangle.com/en/articles/4201940-about-us>>. Acesso em: 19 abr. 2022.

BOLSONARO EM 25 FRASES POLÊMICAS. **Carta Capital**, Política, 29 out. 2018. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-em-25-frases-polemicas/>>. Acesso em: 19 mai. 2022.

BOLSONARO EM ISRAEL: O QUE ACONTECEU DE MAIS IMPORTANTE NA VISITA DO PRESIDENTE ATÉ AGORA? **BBC News Brasil**, Internacional, 2 abr. 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-47740929>>. Acesso em: 14 jun. 2022.

BOLSONARO, J. João 8:32 - “ E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará”. 3 mai. 2016. @jairbolsonaro. [Twitter]. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/727618002737348608>>. Acesso em: 15 mai. 2022.

BRADSHAW, S.; HOWARD, P. N.; KOLLANYI, B.; NEUDERT, L.-M. Sourcing and Automation of Political News and Information over Social Media in the United States, 2016-2018. **Political Communication**, v. 37, n. 2, p. 173–193, 3 mar. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1663322>>. Acesso em: 10 mai. 2022.

BRAGA, I. Bolsonaro se filia ao PSC e é lançado como pré-candidato à Presidência. **Jornal O Globo**, Brasília, Política, 2 mar. 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/politica/bolsonaro-se-filia-ao-psc-e-lancado-como-pre-candidato-presidencia-18792086>>. Acesso em: 25 abr. 2022.

BRASIL. Presidência da República. **Título IV - Da Organização dos Poderes, seç. V - Dos Deputados e dos Senadores**, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 8 jun. 2022.

BRUNS, A. After the ‘APicalypse’: social media platforms and their fight against critical scholarly research. **Information, Communication & Society**, v. 22, n. 11, p. 1544–1566, 19 set. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1637447>>. Acesso em: 9 jun. 2022.

CAMURÇA, M. A. Religião, política e espaço público no Brasil: perspectiva histórico/sociológica e a conjuntura das eleições presidenciais de 2018. **Estudos de Sociologia**, v. 2, n. 25, p. 125–159, 19 dez. 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/revsocio/article/view/243765>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

CARDOSO SAMPAIO, R.; LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. Brasília: Escola Nacional de Administração Pública (Enap), 2021.

- CASTRO, J. C. L. de. A economia da desinformação em plataformas algorítmicas. *In: 43o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, dez. 2020. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação [...]. [S. l.: s. n.], dez. 2020. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1157-1.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2022.
- CGADB. CGADB declara apoio à Jair Bolsonaro Presidente das Assembleias de Deus esteve na tarde desta quinta (18) na residência do presidente O pastor José Wellington Costa Júnior, presidente da Convenção Geral... <https://facebook.com/895274413833722/posts/2326420717385744/>. 19 out. 2018. Twitter. [[@cgadboficial](https://twitter.com/cgadboficial)]. Disponível em: <<https://twitter.com/cgadboficial/status/1053100804641570817>>. Acesso em: 19 mai. 2022.
- CHAPOLA, R.; VENTURINI, L.; CHARLEAUX, J. P. A parceria de Edir Macedo e Bolsonaro na eleição. *Nexo Jornal*, Expresso, 6 out. 2018. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/10/06/A-parceria-de-Edir-Macedo-e-Bolsonaro-na-eleico%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 18 mai. 2022.
- COHEN, D. Por que o Facebook virou Meta? Quatro razões para entender o rebatismo. 7 dez. 2021. *Inspêr: Ensino Superior em Negócios, Direito e Engenharia*. Disponível em: <<https://www.insper.edu.br/noticias/por-que-o-facebook-virou-meta-quatro-razoes-para-entender-a-mudanca-de-nome/>>. Acesso em: 20 abr. 2022.
- COM A PRESENÇA DE DILMA, TEMPLO DE SALOMÃO É INAUGURADO EM SÃO PAULO. *R7*, Brasil, 31 jul. 2014. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/brasil/com-a-presenca-de-dilma-templo-de-salomao-e-inaugurado-em-sao-paulo-13102016>>. Acesso em: 10 mai. 2022.
- CORRÊA, D. IBGE cancela contrato com empresa organizadora do Censo Demográfico. *Agência Brasil*, Rio de Janeiro, Economia, 18 out. 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-10/ibge-cancela-contrato-com-empresa-organizadora-do-censo-demografico>>. Acesso em: 22 abr. 2022.
- CUNHA, C. V. da. “Televisão para salvar”: religião, mídia e democracia no Brasil Contemporâneo. *Antropolítica - Revista Contemporânea De Antropologia*, v. 1, n. 42, p. 199–235, 11 mai. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/41895>>. Acesso em: 10 mai. 2022.
- CUNHA, M. D. N. Os processos de midiaticização das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico. *Revista FAMECOS*, v. 26, n. 1, 19 ago. 2019. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/30691>>. Acesso em: 19 mai. 2022.
- DE MAEYER, J. Towards a hyperlinked society: A critical review of link studies. *New Media & Society*, v. 15, n. 5, p. 737–751, 4 dez. 2012. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1461444812462851>>. Acesso em: 01 jun. 2022.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. 2ª edição. São Paulo: Editora 34, 2011.
- DIGITAL 2022: GLOBAL OVERVIEW REPORT. [S. l.]: Hootsuite, 26 jan. 2022. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>>. Acesso em: 27 mai. 2022.

DINIZ ALVES, J. E. O voto evangélico garantiu a eleição de Jair Bolsonaro. 1 nov. 2018. **Instituto Humanitas Unisino**. Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/584304-o-voto-evangelico-garantiu-a-eleicao-de-jair-bolsonaro>>. Acesso em: 4 mai. 2022.

DINIZ ALVES, J. E. Uma projeção linear da transição religiosa no Brasil: 1991-2040. 15 jan. 2017. **Laboratório de Demografia e Estudos Populacionais da Universidade Federal de Juiz de Fora**. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/ladem/2017/01/15/uma-projecao-linear-da-transicao-religiosa-no-brasil-1991-2040-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>>. Acesso em: 2 mai. 2022.

DONOVAN, J.; LEWIS, B.; FRIEDBERG, B. Parallel Ports: Sociotechnical Change from the Alt-Right to Alt-Tech. In: FIELITZ, M.; THURSTON, N. (orgs.). **Edition Politik**. 1. ed. Bielefeld, Germany: transcript Verlag, 2019. v. 71, p. 49–66. Disponível em: <<https://www.transcript-open.de/doi/10.14361/9783839446706-004>>. Acesso em: 20 jun. 2022.

É #FAKE QUE HADDAD CRIOU “KIT GAY” PARA CRIANÇAS DE SEIS ANOS. **G1**, Fato ou Fake, 16 out. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/16/e-fake-que-haddad-criou-kit-gay-para-criancas-de-seis-anos.ghtml>>. Acesso em: 15 mai. 2022.

EDIR MACEDO E MULHER RECEBEM VACINA CONTRA COVID-19 EM MIAMI. **Correio Braziliense**, Mundo, 18 mar. 2021. Disponível em: <<https://www.correio braziliense.com.br/mundo/2021/03/4912724-edir-macedo-e-mulher-recebem-vacina-contracovid-19-em-miami.html>>. Acesso em: 11 jun. 2022.

ENQUANTO VOTAÇÃO DO IMPEACHMENT ACONTECIA, BOLSONARO ERA BATIZADO EM ISRAEL. **Extra**, Brasil, 12 mai. 2016. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/brasil/enquanto-votacao-do-impeachment-acontecia-bolsonaro-era-batizado-em-israel-19287802.html>>. Acesso em: 25 abr. 2022.

FARIAS, D. Sem máscara e com as garras de fora. **Igreja Universal**, Folha Universal, 6 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.universal.org/noticias/post/sem-mascara-e-com-as-garras-de-fora/>>. Acesso em: 3 mai. 2022.

FELTRIN, R. Análise: Entenda por que Bolsonaro odeia tanto a Globo. **UOL**, Splash, 20 jul. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2020/07/20/analise-entenda-porque-bolsonaro-tem-tanto-odio-da-globo.htm>>. Acesso em: 1 jun. 2022.

FERRARA, E.; VAROL, O.; DAVIS, C.; MENCZER, F.; FLAMMINI, A. The rise of social bots. **Communications of the ACM**, v. 59, n. 7, p. 96–104, 24 jun. 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.1145/2818717>>. Acesso em: 12 jun. 2022.

FRASER, L. What data is CrowdTangle tracking? n.d. **CrowdTangle Help Center**. Disponível em: <<http://help.crowdtangle.com/en/articles/1140930-what-data-is-crowdtangle-tracking>>. Acesso em: 19 abr. 2022.

FREIRE SOUSA, A. H.; VETTORASSI, A.; ANDRADE, P. A Doxa Conservadora no Brasil: mídia evangélica e eleições presidenciais em 2018. **Ponta de Lança: Revista Eletrônica de História**,

Memória & Cultura, v. 15, n. 28, p. 115–139, 21 jul. 2021. Disponível em:

<<https://seer.ufs.br/index.php/pontadelanca/article/view/16044>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

FRESTON, P. Presente e futuro da igreja evangélica no Brasil (parte 2). **Ultimato**, n. 316, fev. 2009. Disponível em:

<<https://www.ultimato.com.br/revista/artigos/316/presente-e-futuro-da-igreja-evangelica-no-brasil-part-e-2>>. Acesso em: 2 mai. 2022.

GIGLIETTO, F.; RIGHETTI, N.; ROSSI, L.; MARINO, G. It takes a village to manipulate the media: coordinated link sharing behavior during 2018 and 2019 Italian elections. *Information, Communication & Society*, v. 23, n. 6, p. 867–891, 11 mai. 2020. Disponível em:

<<https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1739732>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

GIRARDI, G. “Psicóloga cristã” diz que nunca promoveu reorientação sexual. **Estadão**, Brasil, 19 set. 2017. Disponível em:

<<https://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,psicologa-crista-diz-que-nunca-promoveu-reorientacao-sexual,70002008139>>. Acesso em: 5 jun. 2022.

GODOY, D. A indústria da fofoca gospel. **GQ**, Lifestyle, 24 mai. 2021. Disponível em:

<<https://gq.globo.com/Lifestyle/noticia/2021/05/industria-da-fofoca-gospel.html>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

GONÇALVES, R. B.; PEDRA, G. O surgimento das denominações evangélicas no Brasil e a presença na política. **Diversidade Religiosa**, v. 7, n. 2, p. 69–100, 11 dez. 2017. Disponível em:

<<https://doi.org/10.22478/ufpb.2317-0476.2017v7n2.35858>>. Acesso em: 20 mai. 2022.

GRUPO RECORD. n.d. **Media Ownership Monitor**. Disponível em:

<<https://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company/company/show/grupo-record/>>. Acesso em: 19 mai. 2022.

GUERREIRO, C.; ALMEIDA, R. de. Negacionismo religioso: Bolsonaro e lideranças evangélicas na pandemia Covid-19. **Religião & Sociedade**, v. 41, n. 02, p. 49–74, 18 out. 2021. Disponível em:

<<https://doi.org/10.1590/0100-85872021v41n2cap02>>. Acesso em: 15 mai. 2022.

HALLIN, D. C. Typology of Media Systems. In: HALLIN, D. C. **Oxford Research Encyclopedia of Politics**. [S. l.]: Oxford University Press, 2016. Disponível em:

<<https://oxfordre.com/politics/view/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-205>>. Acesso em: 21 jun. 2022.

HEATH, A. Facebook just bought CrowdTangle, a tool that publishers use to dominate social media. **Business Insider**, New York, 16 nov. 2016. Disponível em:

<<https://www.businessinsider.com/facebook-buys-crowdtangle-social-media-tracking-tool-2016-11>>. Acesso em: 19 abr. 2022.

HEFT, A.; KNÜPFER, C.; REINHARDT, S.; MAYERHÖFFER, E. Toward a Transnational Information Ecology on the Right? Hyperlink Networking among Right-Wing Digital News Sites in Europe and the United States. **The International Journal of Press/Politics**, v. 26, n. 2, p. 484–504, abr. 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1940161220963670>>. Acesso em: 11 jun. 2022.

HOWARD, P. N.; KOLLANYI, B. Bots, #Strongerin, and #Brexit: Computational Propaganda During the UK-EU Referendum. **SSRN Electronic Journal**, 2016. Disponível em: <<https://www.ssrn.com/abstract=2798311>>. Acesso em: 22 jun. 2022.

IGREJA CONTROLA MAIOR PARTE DE TVS DO PAÍS. **Folha de São Paulo**, Rio de Janeiro, Brasil, 15 dez. 2007. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1512200731.htm>>. Acesso em: 3 mai. 2022.

JIMENEZ, K. Universal aluga duas redes de TV por R\$ 12 milhões. **Folha de São Paulo**, Ilustrada, 22 mai. 2014. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/167055-universal-aluga-duas-redes-de-tv-por-r-12-milhoes.shtml>>. Acesso em: 6 mai. 2022.

JUNQUEIRA, R. D. A invenção da "ideologia de gênero": a emergência de um cenário político-discursivo e a elaboração de uma retórica reacionária antigênero. **Revista Psicologia Política**, v. 18, n. 43, p. 449–502, dez. 2018. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2018000300004>. Acesso em: 15 jun. 2022.

LIMA, D.; WERNECK, V. A notícia política na mídia evangélica: o Mensageiro da Paz e a Folha Universal em perspectiva comparada. **Dados - Revista de Ciências Sociais**, v. 55, n. 1, p. 221–250, 2012. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0011-52582012000100006>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

LULA RECEBE APOIO DA ASSEMBLÉIA DE DEUS. **G1**, 8 set. 2006. Disponível em: <<https://g1.globo.com/Noticias/0,AA1265618-5597,00-LULA+RECEBE+APOIO+DA+ASSEMBLEIA+DE+DEUS.html>>. Acesso em: 9 mai. 2022.

LULA SANCIONA LEI QUE GARANTE PERSONALIDADE JURÍDICA ÀS ORGANIZAÇÕES RELIGIOSAS. **Agência Brasil**, Brasília, 22 dez. 2003. Disponível em: <<http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2003-12-22/lula-sanciona-lei-que-garante-personalidade-juridica-organizacoes-religiosas>>. Acesso em: 9 mai. 2022.

MACEDO, E.; OLIVEIRA, C. **Plano de poder**: Deus, os cristãos e a política. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2008.

MARGALIT, R. Trump's Legacy in Israel. **The New Yorker**, Dispatch, 12 jan. 2021. Disponível em: <<https://www.newyorker.com/news/dispatch/donald-trumps-legacy-in-israel>>. Acesso em: 14 jun. 2022.

MARIANO, R. Guerra espiritual: o protagonismo do diabo nos cultos neopentecostais. **Debates do NER**, v. 2, n. 4, 4 jun. 2003. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/debatesdoner/article/view/2718>>. Acesso em: 15 mai. 2022.

MARIANO, R. Laicidade à brasileira: católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, v. 11, n. 2, p. 238–258, 16 set. 2011. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1984-7289.2011.2.9647>>. Acesso em: 20 mai. 2022.

MARIANO, R. Pentecostais e política no Brasil: do apolitismo ao ativismo corporativista. In: SANTOS, H. (org.). **Debates pertinentes para entender a sociedade contemporânea**. [S. l.]: Editora da PUCRS, 2009. v. 1, p. 112–138.

MARIANO, R.; GERARDI, D. A. Eleições presidenciais na América Latina em 2018 e ativismo político de evangélicos conservadores. **Revista USP**, n. 120, p. 61–76, 11 mar. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i120p61-76>>. Acesso em: 02 jun. 2022.

MARTINS, R. M. A guinada à direita da Gazeta do Povo. **The Intercept Brasil**, 10 dez. 2018. Disponível em: <<https://theintercept.com/2018/12/09/gazeta-do-povo-guinada-direita-bolsonaro/>>. Acesso em: 15 mai. 2022.

MATOSO, C. Contra o PT, Confederação de Pastores do Brasil decide apoiar Bolsonaro. **Folha de São Paulo**, São Paulo, Painel, 20 set. 2018. Disponível em: <<https://painel.blogfolha.uol.com.br/2018/09/20/contra-o-pt-confederacao-de-pastores-do-brasil-decid-e-apoiar-bolsonaro/>>. Acesso em: 3 mai. 2022.

MENDONÇA, A. Após negar existência do vírus, Edir Macedo é internado com COVID-19. **Estado de Minas**, Coronavírus, 12 jun. 2020. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2020/06/12/interna_nacional.1156039/apos-negar-existencia-do-virus-edir-macedo-e-internado-com-covid-19.shtml>. Acesso em: 10 jun. 2022.

MERRITT, J. Compreender a obsessão evangélica com Israel. **Revista IHU On-Line**, 13 dez. 2017. Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/186-noticias/noticias-2017/574575-compreender-a-obsessao-evangelica-com-israel>>. Acesso em: 14 jun. 2022.

NAPOLI, P. M.; STONBELY, S.; MCCOLLOUGH, K.; RENNINGER, B. Local Journalism and the Information Needs of Local Communities: Toward a scalable assessment approach. **Journalism Practice**, v. 11, n. 4, p. 373–395, 21 abr. 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1146625>>. Acesso em: 20 jun. 2022.

NEUDERT, L.-M.; HOWARD, P.; KOLLANYI, B. Sourcing and Automation of Political News and Information During Three European Elections. **Social Media + Society**, v. 5, n. 3, p. 1–13, 16 jul. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/2056305119863147>>. Acesso em: 19 jun. 2022.

NÚMERO DE BRASILEIROS QUE PRETENDEM SE VACINAR ATINGE RECORDE E CHEGA A 94% DA POPULAÇÃO, APONTA DATAFOLHA. **G1**, Bem Estar, 13 jul. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/vacina/noticia/2021/07/13/numero-de-brasileiros-que-pretendem-se-vacinar-atinge-recorde-e-chega-a-94percent-da-populacao-aponta-datafolha.ghtml>>. Acesso em: 11 jun. 2022.

NYE, J. S. Soft Power. **Foreign Policy**, n. 80, p. 153–171, 1990. Disponível em: <<https://doi.org/10.2307/1148580>>. Acesso em: 20 jun. 2022.

OLIVEIRA, M. Saúde admite ineficácia de cloroquina e outros medicamentos do “kit covid”. **Congresso em Foco**, Brasília, Congresso, 14 jul. 2021. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/area/congresso-nacional/saude-admite-ineficacia-de-cloroquina-e-outros-medicamentos-do-kit-covid/>>. Acesso em: 11 jun. 2022.

PAK, C.; COTTER, K.; DECOOK, J. Intermedia Reliance and Sustainability of Emergent Media: A Large-Scale Analysis of American News Outlets’ External Linking Behaviors. **International Journal of Communication**, v. 14, p. 3546–3568, 2020. Disponível em: <<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13040>>. Acesso em: 25 jun. 2022.

PARTICIPAÇÃO RELIGIOSA NA MÍDIA BRASILEIRA. out. 2017. **Media Ownership Monitor**. Disponível em: <<https://brazil.mom-rsf.org/br/destaques/participacao-religiosa-na-midia/>>. Acesso em: 3 mai. 2022.

PEREIRA, K. Bolsonaro exhibe a apoiadores cartaz com a frase “Globo lixo”, no Paraná. **Poder360**, Governo, 4 fev. 2021. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-exibe-a-apoiadores-cartaz-com-a-frase-globo-lixo-no-parana/>>. Acesso em: 1 jun. 2022.

PIRES, B. Vale mais defenestrar o ‘kit gay’ ou proteger crianças do abuso sexual? **El País Brasil**, São Paulo, Eleições 2018, 19 out. 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/deportes/1539895132_663874.html>. Acesso em: 15 mai. 2022.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Platformisation. **Policy Review**, v. 8, 29 nov. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

POLÍTICOS DONOS DA MÍDIA: LEVANTAMENTO DO INTERVOZES EM 10 ESTADOS DENUNCIA PRÁTICA ILEGAL DE CANDIDATOS QUE SÃO PROPRIETÁRIOS DE CANAIS DE RÁDIO E TV. 3 out. 2018. **Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social**. Disponível em: <<https://intervozes.org.br/politicos-donos-da-midia-levantamento-do-intervozes-em-10-estados-denuncia-pratica-ilegal-de-candidatos-que-sao-proprietarios-de-canal-de-radio-e-tv/>>. Acesso em: 4 mai. 2022.

POSTMAN, N. **Amusing ourselves to death**: public discourse in the age of show business. 20ª edição. Nova York: Penguin Books, 2006.

RAE, M. Hyperpartisan news: Rethinking the media for populist politics. **New Media & Society**, v. 23, n. 5, p. 1117–1132, 1 mai. 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1461444820910416>>. Acesso em: 25 abr. 2022.

REIS, D. A. Notas para a compreensão do Bolsonarismo. **Estudos Ibero-Americanos**, v. 46, n. 1, p. 1–11, 28 abr. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1980-864X.2020.1.36709>>. Acesso em: 29 jun. 2022.

RESTRICTING DATA ACCESS AND PROTECTING PEOPLE’S INFORMATION ON FACEBOOK. 4 abr. 2018. **Meta for Business**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/news/restricting-data-access-and-protecting-peoples-information-on-facebook>>. Acesso em: 20 abr. 2022.

REZENDE, C. Bancada evangélica da Câmara oficializa apoio a Bolsonaro. **Estadão**, São Paulo, Política, 4 out. 2018. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes.bancada-evangelica-oficializa-apoio-a-bolsonaro.70002532347>>. Acesso em: 25 abr. 2022.

RICHTER, A. AGU defende no STF suspensão de decretos que proíbem cultos religiosos. **Agência Brasil**, Brasília, 1 abr. 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2021-04/agu-defende-no-stf-suspensao-de-decretos-que-proibem-cultos-religiosos>>. Acesso em: 11 jun. 2022.

- RODRIGUES, N. L. R. Evangélicos e a sociedade em rede. As eleições de 2018 e o impacto das redes sociais no Brasil. **REFLEXUS - Revista Semestral de Teologia e Ciências das Religiões**, v. 13, n. 21, p. 165–183, 19 jun. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.20890/reflexus.v13i21.962>> Acesso em: 29 mai. 2022.
- ROGERS, R. Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. **European Journal of Communication**, v. 35, n. 3, p. 213–229, 1 jun. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/0267323120922066>>. Acesso em: 20 jun. 2022.
- ROGERS, R. Digital Methods for Cross-platform Analysis. In: BURGESS, J.; MARWICK, A.; POELL, T. **The SAGE Handbook of Social Media**. Londres: SAGE Publications Ltd, 2018. p. 91–108. Disponível em: <<https://sk.sagepub.com/reference/the-sage-handbook-of-social-media/i851.xml>>. Acesso em: 24 mai. 2022.
- ROOSE, K. Inside Facebook’s Data Wars. **The New York Times**, New York, Technology, 14 jul. 2021. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2021/07/14/technology/facebook-data.html>>. Acesso em: 19 abr. 2022.
- ROSA, V. Após polêmica com bispo católico, Dilma recebe apoio de igrejas evangélicas. **Estadão**, Brasília, Política, 24 jul. 2010. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,apos-polemica-com-bispo-catolico-dilma-recebe-apoio-de-igrejas-evangelicas,585609>>. Acesso em: 9 mai. 2022.
- ROSSI, B. Bolsonaro fala em “dificuldades” para Globo renovar concessão. **Poder360**, Governo, 12 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-fala-em-dificuldades-para-globo-renovar-concessao/>>. Acesso em: 1 jun. 2022.
- RUDNITZKI, E.; SCOFIELD, L. Grupo de mídia evangélica é um dos que mais dissemina desinformação, dizem pesquisadores. **Agência Pública**, 31 ago. 2020. Disponível em: <<https://apublica.org/2020/08/grupo-de-midia-evangelica-que-pertence-a-senador-bolsonarista-e-um-dos-que-mais-dissemina-desinformacao-afirmam-pesquisadores/>>. Acesso em: 30 mai. 2022.
- RUSHER, W. Origins of Asymmetry. In: BENKLER, Y.; FARIS, R.; ROBERTS, H. (orgs.). **Network propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics**. New York, NY: Oxford University Press, 2018. p. 311–340.
- RUSSELL, A. Coming to terms with dysfunctional hybridity: A conversation with Andrew Chadwick on the challenges to liberal democracy in the second-wave networked era. **Studies in Communication Sciences**, v. 20, n. 2, p. 211–225, 16 mar. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.24434/j.scoms.2020.02.005>>. Acesso em: 14 jul. 2022.
- SANTINI, R. M.; AGOSTINI, L.; BARROS, C. E.; CARVALHO, D.; CENTENO DE REZENDE, R.; SALLES, D. G.; SETO, K.; TERRA, C.; TUCCI, G. Software Power as Soft Power. A Literature Review on Computational Propaganda Effects in Public Opinion and Political Process. **Partecipazione e Conflitto**. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: <<https://doi.org/DOI:10.1285/i20356609v11i2p332>>. Acesso em: 10 jun. 2022.
- SANTINI, R. M.; SALLES, D.; BARROS, C. E. We love to hate George Soros: A cross-platform analysis of the Globalism conspiracy theory campaign in Brazil. **Convergence: The International**

Journal of Research into New Media Technologies, 8 mai. 2022. Disponível em:
<<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13548565221085833>>. Acesso em: 16 jun. 2022.

SANTINI, R. M.; SALLES, D. G.; BARROS, C. E.; REGATTIERI, L. Computational Propaganda Effects. In: CERON, A. (org.). **Elgar Encyclopedia of Technology and Politics**. 1ª edição. Cheltenham, Reino Unido: Edward Elgar Publishing, 2022. No prelo.

SANTINI, R. M.; SALLES, D.; TUCCI, G. When Machine Behavior Targets Future Voters: The Use of Social Bots to Test Narratives for Political Campaigns in Brazil. **International Journal of Communication**, v. 15, p. 1220–1243, 2021. Disponível em:
<<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14803>>. Acesso em: 15 jun. 2022.

SCHREIBER, M. Cultos liberados ou não na pandemia? Entenda polêmica que envolve igrejas, governo e Judiciário. **BBC News Brasil**, Brasília, Brasil, 5 abr. 2021. Disponível em:
<<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56644637>>. Acesso em: 11 jun. 2022.

SILES, I.; GUEVARA, E.; TRISTÁN-JIMÉNEZ, L.; CARAZO, C. Populism, Religion, and Social Media in Central America. **The International Journal of Press/Politics**, 19 jul. 2021. Disponível em:
<<https://doi.org/10.1177/19401612211032884>>. Acesso em: 19 jun. 2022.

SPYER, J. **Povo de Deus**: quem são os evangélicos e por que eles importam. 1. ed. Rio de Janeiro: Geração, 2020.

STARBIRD, K. Examining the Alternative Media Ecosystem Through the Production of Alternative Narratives of Mass Shooting Events on Twitter. **Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media**, v. 11, n. 1, p. 230–239, 3 mai. 2017. Disponível em:
<<https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14878>>. Acesso em: 22 jun. 2022.

TEITELBAUM, B. **Guerra pela Eternidade**: o retorno do Tradicionalismo e a ascensão da direita populista. 1ª edição. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2020.

TUCKER, J.; GUESS, A.; BARBERÁ, P.; VACCARI, C.; SIEGEL, A.; SANOVICH, S.; STUKAL, D.; NYHAN, B. **Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation**: A Review of the Scientific Literature. [S. l.: s. n.], mar. 2018. Disponível em:
<https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3144139>. Acesso em: 20 jun. 2022.

VAN DER LINDEN, S.; PANAGOPOULOS, C.; ROOZENBEEK, J. You are fake news: political bias in perceptions of fake news. **Media, Culture & Society**, v. 42, n. 3, p. 460–470, 27 fev. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/0163443720906992>>. Acesso em: 25 mai. 2022.

VEIGA, E. Bolsonaro sabe jogar muito bem com a religião. **DW Brasil**, Religião, 29 jan. 2021. Disponível em:
<<https://www.dw.com/pt-br/bolsonaro-sabe-jogar-muito-bem-com-a-religi%C3%A3o/a-56388502>>. Acesso em: 25 abr. 2022.

VEJA QUAIS DEPUTADOS E SENADORES FAZEM PARTE DA BANCADA EVANGÉLICA. **Congresso em Foco, Brasília**, Congresso, 15 set. 2020. Disponível em:
<<https://congressoemfoco.uol.com.br/amp/area/congresso-nacional/veja-quais-deputados-e-senadores-fazem-parte-da-bancada-evangelica/>>. Acesso em: 3 mai. 2022.

VETTORAZZO, L. A caravana evangélica de Michelle Bolsonaro pelo Brasil. **VEJA**, Radar, 14 abr. 2022. Disponível em:

<<https://veja.abril.com.br/coluna/radar/a-caravana-evangelica-de-michelle-bolsonaro-pelo-brasil/>>. Acesso em: 20 mai. 2022.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information Disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. União Europeia: Council of Europe, out. 2017. Disponível em: <<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>>. Acesso em: 20 jun. 2022.

XAVIER FILHA, C. Gênero e Sexualidade na Infância: Circulação de Ideias na Internet. **Revista Ártemis**, v. 22, n. 1, p. 85–100, 26 dez. 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.15668/1807-8214/artemis.v22n1p85-100>>.

ZANINI, F. Guru do governo Bolsonaro, Olavo de Carvalho era ícone dos conservadores. **Folha de São Paulo**, São Paulo, Poder, 25 jan. 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/01/guru-do-governo-bolsonaro-olavo-de-carvalho-era-icone-dos-conservadores.shtml>>. Acesso em: 05 jun. 2022.

ZANNETTOU, S.; CAULFIELD, T.; DE CRISTOFARO, E.; KOURTELIRIS, N.; LEONTIADIS, I.; SIRIVIANOS, M.; STRINGHINI, G.; BLACKBURN, J. The web centipede: understanding how web communities influence each other through the lens of mainstream and alternative news sources. *In*: **IMC '17: Internet Measurement Conference**, nov. 2017. Proceedings of the 2017 Internet Measurement Conference [...]. Londres, Reino Unido: ACM, nov. 2017. p. 405–417. Disponível em: <<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3131365.3131390>>. Acesso em: 21 jun. 2022.

ZUCKERMAN, E. Why study media ecosystems? **Information, Communication & Society**, v. 24, n. 10, p. 1495–1513, 27 jul. 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1942513>>. Acesso em: 16 jun. 2022.

7 ANEXOS

Anexo 1. Domínios analisados e suas respectivas posições no ecossistema

Domínios	Nomes dos domínios	Posições no ecossistema
adlondrina.com.br	Assembleia de Deus em Londrina	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
adnavegantes.com.br	Assembleia de Deus em Navegantes	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
adriobranco.org	Assembleia de Deus em Rio Branco	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
adventistas.org	Adventistas	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
aipral.net	Aipral	Organizações e think tanks evangélicos
alesilvaoficial.com.br	Alê Silva	Conteúdo Político Profissional Evangélico
augustusnicodemus.com	Augustus Nicodemus	Sites e blogs de lideranças evangélicas
bible.com	Bible	Mundo Evangélico
bibliajfa.com.br	Bíblia JFA	Mundo Evangélico
blogdosilas.com.br	Blog do Silas	Imprensa de pequeno ou médio porte
cadadia.org	Cada Dia	Mundo Evangélico
cb.org.br	Catedral da Bênção	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
christianitytoday.com	Christianity Today	Mídia Profissional
cibi.org.br	Convenção das Igrejas Batistas Independentes	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
cincominutoscomjesus.com.br	Cinco Minutos com Jesus	Mundo Evangélico
coalizaopeloevangelho.org	Coalizão pelo Evangelho	Mundo Evangélico
comunhao.com.br	Comunhão	Junk News
conic.org.br	Conselho Nacional de Igrejas Cristãs no Brasil	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
cpadnews.com.br	CPAD News	Junk News
d24am.com	D24am	Imprensa de pequeno ou médio porte
deputadoaureo.com.br	Aureo Ribeiro	Conteúdo Político Profissional Evangélico
deputadotoninho.com.br	Toninho Wandscheer	Conteúdo Político Profissional Evangélico
deusconecta.org.br	Deus Conecta	Mundo Evangélico
diariopopulardf.com.br	Diário Popular do Distrito Federal	Junk News
direitoreligioso.com.br	Direito Religioso	Organizações e think tanks evangélicos
editoraconcordia.com.br	Editora Concórdia	Venda de conteúdo editorial evangélico
editoraculturacrista.com.br	Editora Cultura Cristã	Venda de conteúdo editorial evangélico
editorahebrom.com.br	Editora Hebrom	Venda de conteúdo editorial evangélico
estudobiblicocelula.blogspot.com	Estudos de Célula	Sites e blogs de lideranças evangélicas
exibirgospel.com.br	Exibir Gospel	Junk News
expositorcristao.com.br	Expositor Cristão	Mundo Evangélico

faustopinato.com.br	Fausto Pinato	Conteúdo Político Profissional Evangélico
folhaevangelica.com	Folha Evangélica	Junk News
folhagospel.com	Folha Gospel	Junk News
folhape.com.br	Folha de Pernambuco	Imprensa de pequeno ou médio porte
francianebayer.com.br	Franciane Bayer	Conteúdo Político Profissional Evangélico
fuxicogospel.com.br	O Fuxico Gospel	Junk News
gazetaevangelica.com	Gazeta Evangélica	Imprensa de pequeno ou médio porte
glorify-app.com	Glorify App	Mundo Evangélico
gospelchannel.com.br	Gospel Channel	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
gospelcontei.com.br	Gospel Contei	Junk News
gospelmais.com.br	Gospel Mais	Junk News
gospelminas.com	Gospel Minas	Junk News
gospelplay.com	Gospel Play	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
gospelprime.com.br	Gospel Prime	Junk News
gracamusic.com.br	Graça Music	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
guiame.com.br	GuiaMe	Junk News
iasdjundiai.org.br	Igreja Adventista do Sétimo Dia de Jundiá	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
iasdsantoandre.org.br	Igreja Adventista de Santo André	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
ibdr.org.br	Instituto Brasileiro de Direita e Religião	Organizações e think tanks evangélicos
ibmaranata.org.br	Igreja Batista Maranata	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
ibrn.com.br	Igreja Batista de Rancho Novo	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
icnvi.com.br	Igreja Cristã Nova Vida de Nova Iguaçu	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
iconexao.org.br	iConexão	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
icpbbaruja.com.br	Igreja Pentecostal da Bíblia	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
ielb.org.br	Igreja Evangélica Luterana do Brasil	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
ipib.org	Igreja Presbiteriana Independente do Brasil	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
ipu.org.br	Igreja Presbiteriana Unida do Brasil	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
jmnoticia.com.br	JM Notícia	Junk News
jornalitaquibacanga.com.br	Jornal Itaquibacanga	Imprensa de pequeno ou médio porte
jornalopcao.com.br	Jornal Opção	Imprensa de pequeno ou médio porte
juliofreitas.com	Julio Freitas	Sites e blogs de lideranças evangélicas
lagoinha.com	Igreja Batista da Lagoinha	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
leader.foursquare.org	Foursquare Church	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
leandroquadros.com.br	Leandro Quadros	Sites e blogs de lideranças evangélicas
livrariapno.com.br	Livraria Perguntar Não Ofende	Venda de conteúdo editorial evangélico

lizianebayer.com.br	Liziane Bayer	Conteúdo Político Profissional Evangélico
lpc.org.br	Luz para o Caminho	Mundo Evangélico
lucasredecker.com	Lucas Redecker	Conteúdo Político Profissional Evangélico
luterana3lagoas.com.br	Igreja Luterana de 3 Lagoas	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
luteranismobrasil.online	Luteranismo Brasil Online	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
luteranos.com.br	Luteranos	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
marcelvanhattem.com.br	Marcel van Hattem	Conteúdo Político Profissional Evangélico
marcospereira.com	Marcos Pereira	Conteúdo Político Profissional Evangélico
meciasdejesus.com.br	Mecias de Jesus	Conteúdo Político Profissional Evangélico
melodianews.com.br	Melodia News	Junk News
metodista.org.br	Igreja Metodista	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
metodistaecumenico.blogspot.com	Metodista Ecumênico	Sites e blogs de lideranças evangélicas
metodistatucuruvi.com.br	Igreja Metodista em Tucuruvi	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
missoesnacionais.org.br	Missões Nacionais	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
mkmusic.mk	MK Music	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
mulherespiedosas.com.br	Mulheres Piedosas	Mundo Evangélico
muvucapopular.com.br	Muvuca Popular	Junk News
nereucrispim.com.br	Nereu Crispim	Conteúdo Político Profissional Evangélico
newsgospel.com.br	News Gospel	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
niveasoares.org	Nívea Soares	Sites e blogs de lideranças evangélicas
nocenaculo.com.br	No Cenáculo	Mundo Evangélico
noticias.r7.com	R7	Mídia Profissional
noticiaspeloficial.com	Notícias Gospel	Junk News
oestandarteonline.com.br	O Estandarte	Mundo Evangélico
olhardoalto.blogspot.com	Olhar do Alto	Conteúdo Político Profissional Evangélico
ondadurastore.com.br	Onda Dura Store	Venda de conteúdo editorial evangélico
ongrace.com	On Grace	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
patriotanacamara.medium.com	Patriota na Câmara	Conteúdo Político Profissional Evangélico
paz.church	Paz Church	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
pibcuritiba.org.br	Primeira Igreja Batista de Curitiba	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
pleno.news	Pleno News	Junk News
portalbr4.com.br	Portal BR4	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
portaldotrono.com	Portal do Trono	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
portalnotasgospel.blogspot.com	Portal Notas Gospel	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
portalpadom.com.br	Portal PadoM	Junk News
portasabertas.org.br	Portas Abertas	Organizações e think tanks evangélicos
profeta cristao.com.br	Profeta Cristão	Junk News
progressistas.org.br	Progressistas	Conteúdo Político Profissional Evangélico
promessistas.org	Promessistas	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
pronobiseditora.com.br	Editores Pro Nobis	Venda de conteúdo editorial evangélico

prosnacamara.org.br	PROS na Câmara	Conteúdo Político Profissional Evangélico
pt.logos.com/	Logos - Software Bíblico	Mundo Evangélico
ptb.org.br	Partido Trabalhista Brasileiro	Conteúdo Político Profissional Evangélico
ptbnacamara.com.br	PTB na Câmara	Conteúdo Político Profissional Evangélico
quadrangular.com.br	Igreja do Evangelho Quadrangular	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
quadrangular.org	Portal Quadrangular	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
recordtv.r7.com	Record TV	Mídia Profissional
recordtvrs.com.br	Record TV no Rio Grande do Sul	Mídia Profissional
redegospel.tv.br	Rede Gospel	Mídia Profissional
redesuper.com.br/home	Rede Super	Mídia Profissional
renasceremcristo.com.br	Renascer em Cristo	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
renatovargens.blogspot.com	Renato Vargens	Sites e blogs de lideranças evangélicas
republicanos10.org.br	Republicanos	Conteúdo Político Profissional Evangélico
republicanos10sp.org.br	Republicanos de São Paulo	Conteúdo Político Profissional Evangélico
revistaadventista.com.br	Revista Adventista	Mundo Evangélico
robertoalvescomvoce.com.br	Roberto Alves	Conteúdo Político Profissional Evangélico
robertobmotta.com.br	Roberto B. Motta	Conteúdo Político Profissional Evangélico
robertodelucena.com.br	Roberto de Lucena	Conteúdo Político Profissional Evangélico
rosangelagomes.com	Rosangela Gomes	Conteúdo Político Profissional Evangélico
senadoramailzagomes.com.br	Mailza Gomes	Conteúdo Político Profissional Evangélico
senadorheinze.com.br	Luis Carlos Heinze	Conteúdo Político Profissional Evangélico
showgospel.com.br	Show Gospel	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
somosbiten.com	Somos Biten	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
supergospel.com.br	Super Gospel	Entretenimento e Produção Cultural Gospel
teologiabrasileira.com.br	Teologia Brasileira	Mundo Evangélico
transmundial.org.br	Rádio Trans Mundial	Mídia Profissional
ultimato.com.br	Ultimato	Mundo Evangélico
umnews.org	Universal Methodist News	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
universal.org	Igreja Universal do Reino de Deus	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
verbodavida.org.br	Verbo da Vida	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
vidanova.com.br	Edições Vida Nova	Venda de conteúdo editorial evangélico
vidanova.org.br	Igreja Apostólica Vida Nova	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
vivenciar.net	Vivenciar	Mundo Evangélico
voltemosaoevangelho.com	Voltemos ao Evangelho	Mundo Evangélico
voxscripturae.blogspot.com	Vox Scripturae	Sites e blogs de lideranças evangélicas
wels.net	Wisconsin Evangelical Lutheran Synod	Sites de Igrejas e Denominações Evangélicas
zequinhamarinho.com.br	Zequinha Marinho	Conteúdo Político Profissional Evangélico