



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS**  
**PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**CULTURA E SOCIEDADE**

**ADOLIRAN RODRIGO SANTOS MEDRADO SILVA**

*O profeta digital e o rebanho dos novos tempos.*  
*A análise da relação entre uma celebridade religiosa pentecostal e o seu público.*

**SALVADOR**  
**2024**

**ADOLIRAN RODRIGO SANTOS MEDRADO SILVA**

*O profeta digital e o rebanho dos novos tempos.  
A análise da relação entre uma celebridade religiosa pentecostal e o seu público.*

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências da Universidade Federal da Bahia como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre.  
Orientador: Prof. Dr.: Leandro de Paula

SALVADOR  
**2024**

Dados internacionais de catalogação-na-publicação  
(SIBI/UFBA/Biblioteca Universitária Reitor Macedo Costa)

Silva, Adoliran Rodrigo Santos Medrado.

O profeta digital e o rebanho dos novos tempos: a análise da relação entre uma celebridade religiosa pentecostal e o seu público / Adoliran Rodrigo Santos Medrado Silva. - 2024.  
116 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Leandro de Paula Santos.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Salvador, 2024.

1. Comunicação de massa em religião. 2. Comunicação de massa - Aspectos religiosos - Igrejas batistas. 3. Internet - Aspectos religiosos. 4. Evangelização - Recursos de rede de computador. 5. Celebidades da internet. 6. Bispo Bruno Leonardo. 7. Igreja Batista Avivamento Mundial (Salvador, BA). I. Santos, Leandro de Paula. II. Universidade Federal da Bahia. Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos. III. Título.

CDD - 302.23098142

CDU - 316.77(813.8)



## PARECER DA BANCA EXAMINADORA DE MESTRADO

Exame de qualificação

Defesa de dissertação

Linha de pesquisa:  Artes

Desenvolvimento

Identidade

Nome completo: Adoliran Rodrigo dos Santos Medrado da Silva

Título do projeto: “O profeta digital e o rebanho dos novos tempos: a análise da relação entre uma celebridade religiosa pentecostal e o seu público”

Data da banca: 31/07/2024

Horário: 14h

Local: online

### BANCA EXAMINADORA

### ASSINATURAS

Orientador(a): Leandro de Paula Santos

Examinador(a) externo(a): Karla Regina Macena Patriota

Examinador(a) interno(a): Renata Pitombo Cidreira

### RESULTADO

A Banca Examinadora, após o Exame e Arguição do(a) Mestrando(a), decidiu pela:

Aprovação com Distinção

Aprovação

Reprovação

Reformulação, indicando o prazo de 60 (sessenta) dias para apresentar a nova versão

### CONSIDERAÇÕES:

A banca ressalta o senso de atualidade da pesquisa ao investigar um fenômeno religioso e midiático de grande impacto no cenário baiano e brasileiro dos últimos anos. Destaca também a natureza interdisciplinar do estudo e o diálogo com diferentes áreas do conhecimento, fazendo algumas recomendações quanto à versão final do trabalho.

AUTENTICAÇÃO DO(A) PRESIDENTE DA BANCA:

31/07/2024

AUTENTICAÇÃO DO(A) DISCENTE:

### PREENCHER SOMENTE EM CASO DE REFORMULAÇÃO

O(a) Mestrando(a) apresentou a reformulação e o Projeto de Dissertação foi:

Aprovado pela Banca

Reprovado pela Banca

AUTENTICAÇÃO DO(A) PRESIDENTE DA BANCA:

\_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

AUTENTICAÇÃO DO(A) DISCENTE:

Dedico este trabalho a todas as formas de Deus;  
presentes no outro e em mim.

## AGRADECIMENTOS

Ao longo dessa pesquisa, mantive comigo uma energia repleta de curiosidade, força e transformação. A conclusão deste trabalho é para mim o reflexo do meu amadurecimento como pesquisador, profissional e ser humano. Agradecer é também reconhecer o quanto não estive só e o quanto cresci.

Pela vida, por me deixar respirar, por me deixar existir, nada seria se não fosse o amor dos meus pais Dilson e Eliete, se hoje sou é porque vocês são. A vocês todos os agradecimentos seriam insuficientes para o tanto que fizeram e fazem pela minha vida. A meu irmão Alessandro, o homem de fé mais inteligente que conheço, obrigado por nunca ter largado minha mão no caminho da escola. A meu guia e saudades de tantas horas, meu tio Antônio, sinto seu abraço vivo em mim.

Ao meu orientador Leandro de Paula, obrigado por acolher a mim e as minhas ideias e pela partilha ao longo de toda essa jornada. Com a sua valiosa escuta e orientação tudo aqui que um dia foi só uma dúvida e inquietação, ganhou forma, fez sentido e se transformou nessa dissertação. Você me inspira.

A minha irmã de vida Clarissa Peralva. Primeira grande incentivadora para que essas ideias saíssem do papel. Obrigado minha irmã, por em todos esses momentos sempre ter sido escuta, muito mais do que fala, e por sempre me dar o seu coração como morada.

Ao meu irmão de vida Leonardo Dourado, ao olhar para o lado eu sempre te vejo, iluminando minha vida. Você existe em todos os meus sonhos. Obrigado por ser meu ombro, meu colo, meu sorriso, força e alegria em tudo que me proponha a fazer.

A minha Bethânia, Alessandra Dórea, obrigado pela lealdade e por me mostrar sempre que quem olha para dentro desperta. Ao meu amigo Rafael Cerqueira, de todas as leis mais importantes, agradeço a nossa amizade.

A meu amigo Hiago Carvalho, daquele primeiro dia de aula na Unifacs até o sempre, é só balançar que a corda me leva de volta pra você. Obrigado por ser meu confidente de fé cega e faca sempre amolada e por participar dessa vida comigo sendo um mistério do planeta, a gente sabe da elegância sutil de Bobó e quem não é recôncavo e nem pode ser reconvexo.

A minha terapeuta Gabriela Gonsalves, obrigado por manter meus sonhos vivos em mim e me ensinar a acolher minha emoção e razão, sendo exatamente assim como sou.

A Mariana Guimarães, obrigado por me guiar a todos os palcos da vida, por nunca tirar os seus olhos de qualquer movimento meu e por me ensinar que o melhor existe e só depende de mim.

A Agnes Bezerra, você me deu régua e compasso. Minha pró e mãe do saber. Obrigado por abrir caminho e colocar minha mente no horizonte. A Catharina Barbosa, você sempre esteve ao meu lado. Obrigado por acreditar e me dar forças até aqui e sempre.

A Talula Mel, que tem o mar como templo, obrigado pela partilha nesse processo e nas ondas da vida.

A Isadora Flores, obrigado por fortalecer esse processo com tanta alegria, foco e aconchego tornando todos os dias de estudos e escritas um prazer.

A Wiliam Vieira, pelos mergulhos, por do sol, pelas alegrias, pelas festas, pelo descanso, obrigado por nossa amizade e seu dom de tornar tudo em alegria. Ao meu grupo do Tibiriça Val Benvindo, Augusto Melgaço, Tamires Carvalho, Suelen Rocha o amor de vocês me cura e fortalece.

A Jam Santi, obrigado por iluminar meus dias, nessa cidade cinza e em qualquer direção. A Hian Carvalho, obrigado pela alegria de nossa amizade.

A Marcela Benvegnu, e a todos os amigos da Associação Pró Dança, obrigado por darem sentido à minha vida profissional e preencherem o meu ser todos os dias.

Renata Faila, do primeiro ato até fechar as cortinas, muito obrigado por sua escuta, carinho e por viver a rotina ao meu lado.

Obrigado a todos os colegas do meu grupo de pesquisa Login, pelas excelentes trocas e cervejas valiosas durante o processo dessa pesquisas. Ao Programa Multidisciplinar de Pós Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia e a todos aqueles que estão referenciados nesta pesquisa e ampliaram minhas ideias ao longo dessa dissertação.

*“Nunca amar o que não vibra,  
nunca crer no que não dança.”  
Orides Fontela.*

## RESUMO

Por meio de pesquisa etnográfica e monitoramento de mídias digitais, essa pesquisa pretendeu examinar o conceito de *celebridade religiosa* por meio da atuação de uma ascendente liderança evangélica, o Bispo Bruno Leonardo. O processo de coleta e análise de dados dos canais digitais - perfil do Instagram e canal do Youtube do Bispo Bruno Leonardo - ocorreu durante 27 meses, de agosto de 2021 a novembro de 2023. A abordagem etnográfica descreve as visitas de campo realizadas na Igreja Avivamento Mundial, liderada pelo Bispo, e a participação em três edições do evento que promove, chamado de "Visita do Profeta". Esta dissertação buscou observar a forma com a qual o Bispo interage com seus seguidores, identificando como se processa a correlação entre religião e mídia em sua atuação. A hipótese da pesquisa é a de que o Bispo Bruno Leonardo elucida diferentes dimensões do conceito de celebridade religiosa e apresenta uma nova forma de relacionamento entre uma liderança e seus seguidores, favorecendo o entendimento de religião e mídias como áreas correlatas.

Palavras-chave: Religião. Mídia. Celebridade Religiosa. Mídias Digitais.

## **ABSTRACT**

This study employs ethnographic research and digital media monitoring to explore the concept of religious celebrity through the activities of an emerging evangelical leader, Bishop Bruno Leonardo. The online fieldwork and the analysis from digital channels — the Bishop's Instagram profile and YouTube channel — spanned 27 months, from August 2021 to November 2023. The ethnographic approach includes in-person fieldwork at the Avivamento Mundial Church, led by the Bishop, and participation in three editions of an event he promotes called "The Prophet's Visit." This dissertation sought to observe how the Bishop interacts with his followers, identifying the correlation between religion and media in his activities. The research hypothesis posits that Bishop Bruno Leonardo exemplifies different dimensions of the concept of religious celebrity and introduces a new form of relationship between a leader and his followers, enhancing the understanding of religion and media as interconnected areas.

Keywords: Religion. Media. Religious Celebrity. Digital Media.

## LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Quadro representativo da transformação de um fiel religioso tradicional em um fiel-fã. ....	35
Imagem 2 - Publicação do perfil do Bispo Bruno Leonardo em seu perfil no Instagram. ....	44
Imagem 3 - Imagem da oração via canal do Youtube do Bispo Bruno Leonardo antes de iniciada. ....	48
Imagem 4 - Imagem da oração via canal do Youtube do Bispo Bruno Leonardo já iniciada.....	49
Imagem 5 - Imagem do vídeo com tema "11 milhões de inscritos. eu quero te contar um pouco da minha história!". ....	53
Imagem 6 - Palco da Visita do Profeta em Salvador. ....	72
Imagem 7 - Chegada a Visita do Profeta em Feira de Santana. ....	81
Imagem 8 - Trânsito congestionado na Avenida Antônio Carlos Magalhães em Salvador para culto do Bispo Bruno na Avivamento Mundial em 20 de janeiro de 2023. ....	86
Imagem 9 - Chegada à fila para culto do Bispo Bruno na Avivamento Mundial em 20 de janeiro de 2023. ....	87
Imagem 10 - Imagem da área externa da nova sede da Avivamento Mundial em Salvador.....	88
Imagem 11 - Área interna da Avivamento Mundial em Salvador.....	88
Imagem 12 - Totem do Bispo Bruno Leonardo na Avivamento Mundial.....	89
Imagem 13 - Tvs na Avivamento Mundial em Salvador.....	90
Imagem 14 - Imprensa de Salvador pauta a segunda edição da Visita do Profeta.....	92
Imagem 15 - Público presente na segunda edição da Visita do Profeta em Salvador.....	94
Imagem 16 - Invasão do público na segunda edição da Visita do Profeta em Salvador.....	99
Imagem 17 - Divulgação pelos veículos de comunicação local do alcance da segunda edição Visita do Profeta em Salvador.....	100

## SUMÁRIO

<b>1. Introdução.....</b>	<b>11</b>
<b>2. Tempos de fé online e a celebridade religiosa.....</b>	<b>20</b>
2.1 A religião e seus líderes em rede.....	20
2.2 Celebridade Religiosa.....	23
2.3 O segmento evangélico brasileiro e a geração das celebridades religiosas.....	25
2.4 A celebridade religiosa e o fã fiel.....	31
<b>3. Bispo Bruno Leonardo.....</b>	<b>38</b>
3.1 O Líder.....	40
3.2 O Bispo online.....	42
3.3 O Bispo no púlpito.....	55
<b>4. O profeta e suas ovelhas.....</b>	<b>61</b>
4.1 De Bispo a Profeta.....	61
4.2 A Visita do Profeta. O Bispo diante de suas ovelhas.....	65
4.2.1 <i>Visita do Profeta em Salvador</i> .....	67
4.2.2 <i>Visita do Profeta em Feira de Santana</i> .....	78
4.2.3 <i>Uma nova Avivamento Mundial em Salvador</i> .....	86
4.2.4 <i>O retorno do profeta a fonte nova. A segunda edição da Visita do Profeta em Salvador</i> .....	91
<b>5. Considerações Finais: “Não é sobre Religião, é sobre Deus”.....</b>	<b>102</b>
<b>6. Referências.....</b>	<b>109</b>

## 1. Introdução.

Diversos pensadores das Ciências Sociais partem do entendimento da religião como um elemento de representação social, que atua como um sistema de ideias e práticas. Bourdieu (2005), por exemplo, aborda a religião como um sistema simbólico de função estruturante das práticas e contextos sociais de determinados grupos, com ações mobilizadoras por meio de discursos e práticas que, de certo modo, produzem sentidos e conduzem experiências representativas que são revestidas ao simbolismo do sagrado.

De acordo com Giumbelli (2008), para entender no Brasil a presença legitimada da religião na esfera pública é preciso compreender também que "a presença do religioso na sociedade está sempre relacionada com os dispositivos estatais, apesar ou por causa da laicidade" (Giumbelli, 2008, p. 81). Ainda assim, nota-se como a presença da religião no espaço público não foi construída em oposição aos processos de laicização do Estado e secularização da sociedade, mas em seu interior.

À vista disso, em um período de hiperconectividade no qual as tecnologias digitais atravessam as relações sociais readequando hábitos, comportamentos e o consumo de bens simbólicos, a midiaticização do campo religioso acontece conseqüentemente em sintonia com o contexto de midiaticização da sociedade. Práticas religiosas midiaticizadas caracterizam novas práticas de sentido, apresentando um novo modo de se vivenciar a fé na contemporaneidade (Souza, 2021). Segundo Cunha (2008), a religiosidade midiática, que emerge em associação à cultura atual, pode ser observada através de várias ações, tais como: no uso de aparelhos tecnológicos nos templos, na cobertura dos meios de comunicação de massa a determinadas ações litúrgicas, a partir da criação de canais institucionais próprios de comunicação, na promoção de bens de consumo da indústria cultural - como filmes e músicas -, na atuação de alguns sacerdotes que transitam entre o religioso e o entretenimento, e, conseqüentemente, na presença das igrejas e/ou seus líderes nas mídias digitais.

Cunha descreve como toda religião tem um componente de espetáculo, de teatralidade, de performance, estando os ritos e os rituais relacionados ao encanto e ao mistério. Evidencia-se assim como o mercado de bens religiosos e a midiaticização – através da somatória desses elementos junto a estratégias e princípios – têm produzido no campo religioso o que vem sendo denominado por alguns estudiosos como “a espetacularização da fé”.

De acordo com a pesquisadora Patrícia Birman, “a presença dessa religiosidade espetacularizada na mídia cresce continuamente e tem resultado numa percepção nova e generalizada sobre 'quem somos nós', 'os brasileiros', historicamente considerados em narrativas que privilegiam a nossa catolicidade essencial” (Birman, 2003, p. 236). Por conseguinte, as ideias postas esclarecem como a mediação do segmento religioso não diz respeito simplesmente à presença da mídia na religião, nem tampouco a uma mera transmissão de um ofício litúrgico pelo rádio, pela televisão ou pelas redes sociais. O viés das reflexões postas objetiva compreender como “a religião pode ser mais bem analisada como uma prática de mediação, para a qual as mídias, como tecnologias de representação empregadas pelos seres humanos, são intrínsecas” (Meyer, 2019, p. 60).

Como a internet apresenta novas formas de interação social, para Aguiar (2019) são inegáveis as evidências de que a religião, como instituição e a partir de seus líderes, provoca no digital um tipo de experiência que vai muito além da simples disponibilização de conteúdos por novos instrumentos. Esses fatores caracterizam diversas transformações sobre a vivência e a prática da fé, como feita historicamente nos templos territorializados ou no cotidiano pré-internet dos fiéis. Considera-se que foi sobreposta a ideia de tempo e local para o contato com o sagrado, não mais sendo necessária a presença de um fiel em um templo quando conteúdos de sua religiosidade são encontrados em redes sociais digitais (Sbardelotto, 2012).

Para também elucidar as correlações entre mídia e religião, é possível destacar a atuação de alguns líderes religiosos brasileiros no cenário digital, como o Padre Fábio de Melo e o Pastor Henrique Vieira. Essas figuras alcançaram enorme repercussão e propagação em redes sociais, devido a posicionamentos expostos em seus perfis sobre temas da *agenda setting* e assuntos de influência social ligados a política, relacionamentos e direitos das minorias. Anteriormente ao advento da mídia digital, um exemplo da contribuição midiática no desenvolvimento e exposição de um líder religioso está associado ao caso da participação do médium Chico Xavier no programa "Pinga Fogo", em 1970. Segundo a historiadora Karina Verlingue (2017 p. 37), “a repercussão do programa foi fundamental para o reconhecimento da doutrina espírita, bem como para a popularidade de Chico Xavier”.

Nesse sentido, as motivações norteadoras para o desenvolvimento desta pesquisa surgem do meu encontro como pesquisador dos temas da mídia e da religião com a atuação do Bispo Bruno Leonardo nas mídias digitais. Bruno Leonardo é o líder e fundador da Igreja Batista Avivamento Mundial. Em seu canal do Youtube, com data de início em 10 de abril de 2016, o alcance do Bispo ultrapassa, em junho de 2022, a marca de 10 milhões de pessoas inscritas. O

Bispo mantém uma audiência significativa em seus canais e atualmente promove o evento "Visita do Profeta" em diversas cidades do Brasil, em estádios ou centros de convenções, sempre com um expressivo público.

Para analisar a atuação do Bispo Bruno Leonardo, tenho o pressuposto de que ele elucida o conceito de celebridade religiosa, e apresenta uma nova forma de relacionamento com uma comunidade de fiéis, favorecendo o entendimento de religião e mídia como áreas correlatas. Deste modo, esta pesquisa pretende identificar o conceito de celebridade religiosa por meio da atuação do Bispo Bruno Leonardo, observando a forma com a qual interage com seus seguidores, identificando como se processa a correlação entre religião e mídia por meio de sua atuação.

Refletindo por esse contexto, ao analisar um público evangélico, destaco “não apenas a insurgência de um novo grupo religioso, mas uma reformulação estrutural da relação entre religião, sociedade civil e Estado nacional” (Reinhardt, 2020 p. 107) no Brasil. A análise de fenômenos relacionados a esse universo religioso pode também cooperar para uma compreensão de como “o poder secular opera através de uma pragmática da subjetivação que oscila entre porosidade e insularidade de maneira seletiva e situada” (Reinhardt, 2020 p. 110).

Através das análises que serão apresentadas ao longo desta pesquisa, busco acrescentar ao campo novas perspectivas, pois, ao olhar para o público do Bispo Bruno, percebo como o público evangélico que faz parte da explosão gospel indica “o fenômeno de massas mais importante das últimas décadas, que é tratado como se ele não estivesse ali” (Spyer, 2020 p. 21). Atento para o fato de que, segundo Spyer (2020), “a cada ano 14 mil igrejas evangélicas são abertas no Brasil e até 2032 o número de evangélicos no país será superior ao de católicos”.

O cristianismo evangélico está deixando de ser apenas uma categoria religiosa. Ele se tornou um meio para constituir uma nova classe média brasileira — no sentido sociológico do termo, que resulta de investimentos na educação, e não apenas em termos de aumento de renda. Por esses motivos, 2020 será a década dos evangélicos, e quem não entender o cristianismo evangélico não terá condições de pensar o Brasil atual. (Spyer, 2020, p.22).

Além disso, destaco que essa pesquisa aponta algumas considerações sobre seu lugar de origem, partindo da cidade de Salvador, “uma cidade etnologicamente esmiuçada, já que tem sido um laboratório sociológico muito particular para a observação do fenômeno religioso” (Tavares; Pereira; Caroso, 2011, p. 486). Com base no Censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cidade conta com uma população de cerca de 524 mil evangélicos, o que confere à capital baiana o quarto lugar na lista das cidades com mais adeptos deste segmento

religioso. Contudo, ainda conta com um pequeno acervo de trabalhos que analisam o público evangélico na cidade e/ou no estado da Bahia. Pois,

Embora em menor número, se comparada aos estudos sobre o candomblé, a abordagem da diversidade religiosa em Salvador também merece ser destacada, evidenciando-se em trabalhos sobre religiões protestantes e pentecostais, bem como sobre as diferentes “faces” do catolicismo contemporâneo. Uma observação, no entanto, deve ser feita: a totalidade das pesquisas sobre os protestantes e pentecostais está disponibilizada sob a forma de dissertações e teses, ou seja, trata-se de uma área de pesquisa que ainda possui pouca visibilidade social, se comparada com outras capitais brasileiras, especialmente o Rio de Janeiro, que já oferecem publicações sobre o assunto. (Tavares, Pereira e Caroso, 2011, p. 496).

De acordo com a definição do objetivo, buscando perceber o que leva o Bispo ser hoje um líder para uma vasta comunidade, essa pesquisa reúne a aplicação de duas técnicas metodológicas em torno de um objetivo. Inicialmente a pesquisa apresenta uma análise netnográfica de duas redes digitais - Instagram e Youtube, do Bispo Bruno Leonardo, e em seguida, a pesquisa parte para uma abordagem etnográfica, descrevendo as visitas de campo realizadas na Igreja Avivamento Mundial - liderada pelo Bispo, e os eventos do qual promove, chamados de "Visita do Profeta."

A escolha do uso de duas técnicas para aplicação metodológica se deu através de uma evidência que envolve o próprio objeto, pois a atuação do Bispo Bruno Leonardo é convergente com seus canais digitais, e não oposta. Bruno Leonardo não resume sua atuação apenas ao ambiente digital, e pressuponho que o que apresenta em seus canais é uma extensão e complementação de seu trabalho, pois a sua atuação no campo offline é anterior à sua presença nos canais digitais.

A pesquisa se inicia através da netnografia devido a meu encontro com o objeto ter acontecido no espaço online e parte para etnografia, quando noto que, para o alcance dos objetivos desse estudo, seria necessário reunir as duas técnicas e envolvê-las em uma única análise. A aplicação netnográfica dessa pesquisa reforça a técnica como uma adaptação aos “procedimentos etnográficos comuns de observação participante às contingências peculiares da interação social mediada por computador, utilizando essas interações como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural” (Soares; Stengel, 2021 p.3).

A netnografia é caracterizada por cinco grandes etapas, que compreendem: definição das questões de pesquisa; identificação e seleção da parcela da internet que será estudada; a entrada no campo, que é marcada pela observação participante ou não, além da coleta de dados; análise e interpretação dos dados produzidos e, por fim, a redação e o relato dos resultados de pesquisa,

articulando-os à teoria. [...] A netnografia mantém os procedimentos básicos da tradição etnográfica que são: a postura inicial de estranhamento do pesquisador em relação ao objeto; a consideração da subjetividade como elemento fundante; os dados resultantes da observação são construções do pesquisador sobre interpretações feitas por outras pessoas e, enfim, que o relato etnográfico é fruto de textualidades múltiplas. (Soares; Stengel, 2021, p.10).

O processo de coleta e análise de dados netnográficos dos canais digitais - perfil do Instagram e canal do Youtube - do Bispo Bruno Leonardo ocorreu durante 27 meses - considerando o recorte com início em agosto de 2021 e finalização em novembro de 2023. Esse período, conseqüentemente aconteceu simultaneamente à jornada acadêmica enquanto mestrando, com o processo sendo aprimorado, ao longo das disciplinas, orientações, participação ao grupo de pesquisa, congressos e qualificação.

Ao longo das análises netnográficas, o perfil adotado foi o *lurker*. Segundo Facioli e Padilha (2019, p. 246), a postura *lurker* não estabelece contato com “usuários e responsáveis pelas páginas, perfis, grupos da internet. O termo *lurker* se refere a alguém que, na dinâmica de relações mediadas, não participa ativamente do debate, posicionando-se enquanto observador daquilo que é compartilhado e exposto na socialidade online.”

Os 4 meses iniciais de observação - de agosto 2021 a dezembro de 2021 - foram de observações e reflexões teóricas. Nas observações no Instagram deste período, busquei perceber como eram publicados os conteúdos, qual a periodicidade, e visualizei as interações do público pelos comentários. Já no Youtube, buscava perceber a frequência dos conteúdos, estabilidades das transmissões ao vivo, apresentação do Bispo, recursos utilizados, tempo de duração, histórico dos conteúdos, número de visualizações e alcance. Todas as considerações e endereços eletrônicos dos conteúdos acessados durante esses meses foram registrados em um documento online. As informações registradas eram compartilhadas durante os encontros de orientação, com o objetivo de explorar diferentes caminhos analíticos que contribuíssem para as reflexões analíticas ao longo da pesquisa.

Com algumas abordagens predefinidas e escopo da pesquisa delimitado, e almejando o exame de qualificação, a partir de janeiro de 2022 alguns métodos foram adotados no processo de acompanhamento dos canais digitais do Bispo, principalmente no Youtube. Para acompanhar as transmissões ao vivo do Bispo no Youtube - que serão descritas ao longo dos próximos capítulos e que acontecem diariamente em horários alternados -, adotei como ferramenta de acompanhamento uma tabela. Nessa tabela com 16 questões, registrava as informações de: data e horário, tempo de duração, número inicial de participantes, número final de participantes, número de inscritos no canal, número de comentários ao vivo, apresentação, cenário, mensagem e

direcionamento, tema central, abordagem de algum tema secular, interação, número de curtidas positivas, número de curtidas negativas, número de compartilhamentos, impressões.

De janeiro a novembro de 2023 foram acompanhadas 186 transmissões ao vivo em horários variados - uma média de 17 transmissões acessadas por mês. As observações descritas na tabela subsidiaram as análises que serão apresentadas. Além disso, foram imensuráveis as vezes que nesse período retornei ao canal do Youtube do Bispo para rever algum vídeo e verificar os números de acesso.

Já no Instagram, durante todo esse período - agosto de 2021 até novembro de 2023, era notificado<sup>1</sup>sobre todas as publicações lançadas pelo Bispo, sendo elas: *stories*, fotos, transmissões ao vivo. Diariamente acessava o perfil do Bispo Bruno. Utilizava o recurso de captura de tela e mantinha uma pasta em meu próprio celular de armazenamento das capturas, com backup automático a uma pasta no meu e-mail. Todos esses dados registrados foram ao longo da pesquisa filtrados, para que os mais relevantes pudessem ser destacados e analisados.

Entretanto, mesmo com o avanço metodológico da netnografia e “reconhecendo que a mediação da tecnologia tem, cada vez mais, renovado as ferramentas e os desenhos das pesquisas nas áreas das humanidades, bem como considerando que o espaço em rede rearranja as dimensões entre público e privado” (Facioli; Padilha, 2019, p.229), algumas questões do universo online precisaram ser metodologicamente avaliadas. Por exemplo: um recurso muito utilizado pelo Bispo Bruno Leonardo para apresentação de sua rotina e interação com sua comunidade de seguidores são os *stories*, funcionalidade que permite aos usuários o compartilhamento de fotos e vídeos curtos, que desaparecem após 24 horas. Além disso, alguns conteúdos publicados pelo Bispo em seu Instagram eram deletados ou arquivados após certo tempo de publicação.

Conteúdos online do tipo efêmero são disponibilizados frequentemente no Instagram do Bispo Bruno Leonardo e configuram parte importante da atuação online desta liderança religiosa. Todavia, o uso desse tipo de material em pesquisas impõe reflexões que ainda se encontram em desenvolvimento no debate acadêmico. As “Orientações Sobre Ética em Pesquisa em Ambientes Virtuais”, desenvolvidas pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca (ENSP/ Fiocruz), por exemplo, defendem que é preciso que dados online apresentados em pesquisas sejam de “acesso público e irrestrito” ou seja, “páginas públicas na Internet que não requerem inscrição ou autorização do administrador para se ter acesso ao conteúdo” (ENSP Fiocruz, p.11,2020, p.11). Essa diretriz reforça como “um dos desafios a serem enfrentados na pesquisa com mídias digitais e internet é estabelecer um equilíbrio entre os

---

<sup>1</sup> O Instagram permite que usuários ativem uma opção para que recebam notificações automáticas sobre as publicações de todos os tipos de outros usuários.

direitos dos sujeitos da pesquisa e aquele dos pesquisadores em conduzir suas investigações.” (Facioli; Padilha, 2019, p. 253).

Com isso, mesmo ciente dos eventuais prejuízos para o detalhamento do fenômeno, a decisão que pautou a coleta e a análise de dados apresentados nessa pesquisa privilegiou os conteúdos de acesso público. Noutras palavras, são considerados os dados que se encontravam disponíveis para qualquer usuário da internet com posse do link indicado como referência, independente de inscrição nas redes sociais analisadas ou da associação ao perfil/página do líder religioso nelas, ao menos até a data em que foi acessado por mim, sempre também sinalizada. Dados online de tipo efêmero ou de acesso restrito, como os *stories* do Instagram, serão descritos apenas quando necessário. Com essas medidas, procuro respeitar direitos de privacidade e, ao mesmo tempo, oferecer uma leitura de aspectos públicos do fenômeno.

Considerando que a atuação do Bispo Bruno Leonardo não acontece somente no ambiente online, a metodologia dessa pesquisa aborda também a técnica etnográfica, pois visa compreender por meio da observação participante em visitas de campo, a atuação do líder e a interação com seus seguidores em espaços fora das mídias digitais.

A interação direta com os interlocutores desta pesquisa, aconteceu nas participações em eventos promovidos pelo Bispo Bruno, considerando o proposto por Carly Machado (2020) sobre a antropologia em eventos religiosos, destacando como esses eventos são arenas dinâmicas que práticas midiáticas, rituais religiosos e atividades políticas se entrelaçam. De acordo com Machado, esses eventos não são apenas encontros sociais, mas momentos de articulação de identidades e discursos, oferecendo uma compreensão das complexas relações de poder e resistência nas margens urbanas. A análise desses eventos revela uma estética política própria, onde a religiosidade, a mídia e a política se fundem, criando novas formas de expressão e organização social.

Deste modo, com base nesse contexto, e em razão da fugacidade das interações, não foi possível nem cabível solicitar a assinatura de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido por cada pessoa que teve contato na participação desses eventos; a privacidade dos interlocutores será preservada no trabalho por meio do uso de pseudônimos.

A metodologia dessa pesquisa também se aproxima da sociologia das associações, desenvolvida por Latour para análise do social. Na sociologia das associações, é preciso “seguir os atores em seu curso de associações, e não explicar o social como um conjunto de conceitos interligados” (Gonzales e Baum, 2013, p. 150).

Latour apresenta o uso do social no sentido daquele que se associa, que segue alguém. Desta forma, descrever procedimentos, sejam eles quais forem, na perspectiva de uma sociologia de associações, implica em considerar que houve

ali não uma causalidade previsível, mas sim uma conexão que induz ou mobiliza uma mediação (no sentido da tradução, ou da ação assumida e transformada pelo agente) entre duas entidades. (Gonzales e Baum, 2013 p. 153).

Levando em conta o percurso metodológico adotado nesta pesquisa, de acordo com Machado (2017, p. 20) “as proposições conceituais da antropologia para a cultura digital investem no vínculo entre as relações socioculturais e os usos de plataformas, dispositivos midiáticos e aplicativos digitais contemporâneos.” A partir disso, “a base dos estudos é a de compreender as sociabilidades digitais como fenômenos tão autênticos como os demais campos de mediação anteriores, a exemplo da comunicação face a face” (Ibid.).

Nesse sentido, destaco que a metodologia aplicada na pesquisa aponta como a convergência entre etnografia e netnografia reflete a evolução das técnicas de pesquisa em um cenário social cada vez mais hiperconectado. Enquanto a etnografia tradicional se concentra na imersão em contextos físicos, a netnografia estende essa abordagem para o ambiente online, explorando comunidades virtuais e interações digitais. Autores como Kozinets (2010) destacam que a netnografia não substitui, mas complementa a etnografia, oferecendo uma perspectiva mais abrangente das experiências sociais contemporâneas.

A validação de dados netnográficos é fundamental para garantir a confiabilidade das conclusões de pesquisa. Com base nas contribuições de Hine (2015), a qualidade dos dados provenientes de interações online requer uma abordagem rigorosa, considerando as dinâmicas específicas da cultura digital. Assim, como o objeto de análise dessa pesquisa atua tanto no ambiente digital como fora dele, a complementaridade entre dados netnográficos e etnográficos enriquece e sustenta os resultados da pesquisa, fornecendo uma visão aprofundada das suas práticas e da interação com sua comunidade. A aplicação conjunta dessas abordagens ampliou as considerações que serão apresentadas ao longo dessa dissertação, permitindo uma análise das interações sociais em ambientes físicos e virtuais pelos quais o Bispo Bruno Leonardo se apresenta.

Isso posto, esse estudo fundamenta-se no trabalho de alguns pensadores dos quais me aproximei ao longo do desenvolvimento da pesquisa. Reflito, na construção desse estudo, sobre como “o problema das fronteiras entre a religião e a ordem secular tornou-se um dos temas mais candentes no debate político do século XXI” (Reinhardt, 2020 p. 97), e na importância de direcionar um “estudo comparativo dos secularismos realmente existentes e o estudo simétrico de fricções e controvérsias entre o conceito secular de religião e as tradições por ele englobadas.” (Ibid.).

No próximo capítulo desta pesquisa, apresento um panorama que descrevo como “Tempos de fé online e a celebridade religiosa”, contextualizando a religião e seus líderes em rede, e o termo celebridade religiosa - tema no qual parte da pesquisa se fundamenta. Em seguida, apresento a correlação entre o segmento evangélico brasileiro e a geração das celebridades religiosas, buscando compreender os fatores que contribuem para interação entre a celebridade religiosa e os seus fãs fiéis.

A partir do terceiro capítulo a pesquisa concentra a análises do seu objeto, tendo como objetivo geral identificar como o conceito de celebridade religiosa pode descrever a atuação do Bispo Bruno Leonardo, percebendo a forma com a qual essa liderança interage com seus seguidores por meio de uma correlação entre religião e mídia. Como objetivos específicos, a pesquisa visou contextualizar o fenômeno de midiatização da religião, descrever aplicações do conceito de celebridade religiosa e analisar uma liderança religiosa que integra a mídia digital com sua atuação sacerdotal.

## 2. Tempos de fé online e a celebridade religiosa.

### 2.1 A religião e seus líderes em rede

Compreender temáticas que estão associadas a contextos religiosos relaciona-se essencialmente a uma interpretação de significados simbólicos, na maioria das vezes expressos através de ritos e/ou doutrinas, discursos e apresentações no espaço público, com dadas funções e características específicas. Para Asad (2010), se torna inviável uma definição universal do fenômeno religioso, “não apenas porque seus elementos constituintes e suas relações são historicamente específicos, mas porque esta definição é ela mesma o produto histórico de processos discursivos” (Asad, 2010, p. 264) Para a interpretação e análise de qualquer questão que se associe a religião, há de se considerar como os padrões religiosos de disposições e motivações, bem como a interação da religião com a vida individual e social, passaram por diversas transformações ao longo dos anos (Asad, 2010).

Na atualidade, torna-se evidente a midiaticização da sociedade. O processo de midiaticização é entendido como a articulação entre o ambiente midiático e as práticas sociais dentro de um contexto histórico, social e político. De acordo com Martino (2019, 15), “a mídia que ocupava, institucionalmente, um lugar à parte na sociedade, passa a ocupar um espaço dentro das práticas sociais. A 'mídia' deixa de ser localizável em termos de espaço e tempo – a televisão, o “horário da novela”, o “programa no rádio” – e passa a entremear as atividades cotidianas” (Martino, 2019, p. 21).

De certa maneira, o nome “midiaticização” sugere, pelo sufixo “ação”, a ideia de um processo de mudança ou atribuição, a um elemento, de características do outro, mas podendo conservar algumas de suas propriedades. Falar de “midiaticização” significa pensar em termos de uma relação estabelecida com a mídia que ultrapassa a simples ligação, como em “mídia e sociedade”, para trabalhar um processo de entrelaçamento e transformação, a “midiaticização da sociedade”. (Martino, 2019, p. 22)

Assim, a midiaticização da sociedade aponta para como as mídias se misturam com todos os aspectos significativos do contexto social e, conseqüentemente, com a religião. Para Sbardelotto (2014), "as religiões, para fazerem sentido na sociedade contemporânea, marcada por processos comunicacionais midiáticos, dependeriam da mídia para a sua existência" (Sbardelotto, 2014 p. 75). Segundo o autor, existe uma especificidade característica a ambas, pois mídia e religião são instâncias de mediação social e partem de um processo comunicacional.

A midiaticização da religião está enraizada na articulação de uma gama de sensibilidades, contextos e audiências que compõem o panorama cultural “global” de hoje. Isso significa que uma grande variedade de fronteiras que pensávamos

existir entre “o religioso” e “o secular” romperam-se há muito tempo e são crescentes essas problemáticas. (Hoover, 2014, p. 135)

Hoover (2014) destaca como as mídias atuam como uma fonte de informação sobre as ações das religiões, sobre as tendências religiosas e sobre suas ideias por meio de seus líderes e fiéis. Já Meyer (2019) aponta que uma das razões pelas quais a religião continua a ser uma força vital da sociedade reside exatamente em sua propensão para se transformar, incorporando novas mídias e abordando as pessoas de novas maneiras. À vista disso, ambos os autores afirmam que na atualidade tudo que se relacione à religião não poderá ser compreendido sem atenção aos meios midiáticos.

Para Patriota (2009), a presença de conteúdos religiosos nos mais diversos meios midiáticos, reforça a formação de um religioso autônomo, com possibilidades inúmeras de consumo a conteúdos religiosos. A autora aponta como a aliança formada entre a religião e a mídia apresenta um “significado nos termos das relações sociais que a originam, nas quais ela se integra, e sobre as quais ela pode influenciar. Por este motivo, os meios de comunicação, tanto impressos quanto eletrônicos, têm sido veículos de grande importância na difusão e sustentação de várias religiões no Brasil e no mundo.” (Patriota, 2009, p.2).

Entretanto, descrever a correlação atual entre mídia e religião não se trata apenas da descrição de um deslocamento formal da atividade religiosa, da esfera espacial do templo para o âmbito tecno-discursivo das mídias. A análise desse fenômeno centra-se na busca pela compreensão de como processos de apropriação da própria “cultura midiática” modificaram a produção de sentido para a relação da sociedade com as religiões hoje (Neto, 2002).

As práticas de novas religiosidades se fazem hoje por meio de várias competências discursivas, tomando várias operações de produção relativas a vários tipos de discursos, mediante o cruzamento e a articulação de várias matérias significantes, com ênfase em operações de sentidos que se fundam, principalmente, na esfera da cultura midiática. (Neto, 2002, p. 160)

Com base nesse contexto, as mídias digitais propiciam à religião a possibilidade de reencantamento de alguns fiéis, como também uma transformação na autoridade das instituições: ao longo do processo de midiaticização, a pluralização dos canais pelos quais a experiência religiosa se conforma leva tais organizações a perderem o status de únicas detentoras do saber religioso (Lambert, 2017). Jungblut (2002) aponta para como indivíduos e grupos ligados a determinadas modalidades religiosas estão utilizando novas tecnologias em seus exercícios de negociação e expressividade identitárias. Para ele, torna-se possível perceber como a visibilidade pública obtida por alguns agentes do campo religioso foi ampliada por meio da relação com os meios digitais.

Patriota (2009) descreve como a mensagem religiosa convergente com os meios midiáticos apresentou o maior vetor de ajustamento “sócio-religioso” de todos os tempos. A autora aponta que a religião midiaticizada encontra-se em igualdade com qualquer programação midiática secular, pois os conteúdos religiosos apresentados no espaço midiático são orientados “esteticamente pela cultura de massa, provendo conteúdo capaz de disputar em “pé de igualdade” com a audiência de qualquer programa secular.” (Patriota, 2009, p. 4)

Esse fato pode ser evidenciado hoje ao navegar por algumas mídias digitais, a exemplo do Instagram, sendo possível identificar a presença expressiva de alguns líderes religiosos - como, por exemplo, o Padre Fábio de Melo, o Pastor Silas Malafaia, a Pastora Thalita Pereira, o Missionário R. R. Soares, o Pastor Henrique Vieira e o Padre Júlio Lancelotti - que lá estão apresentando seus conteúdos baseados em suas práticas e ações religiosas.

Para Lambert (2017), exemplos como os citados apontam como, no ambiente online, as instituições são encarnadas de certo modo pelo carisma de seus líderes para legitimar seus discursos. A autora ainda aponta que, em alguns desses casos, existe um processo de influência social com vasta expansão. Em suas palavras, pode-se ver "uma tentativa de tutela clerical, em que o líder religioso se coloca como autoridade do discurso com a intenção de influenciar seus seguidores e expandir seu discurso, que vai de pregações bíblicas e regulação de condutas a influências políticas e culturais.” (Lambert, 2017, p. 181).

Observar a expressividade do fenômeno da presença de líderes religiosos no espaço online relaciona-se também à observação de sua comunidade de fiéis, pois, “na busca pelo sagrado em meio ao ambiente profano da internet, os fiéis encontram seus líderes religiosos nas diversas redes sociais digitais e com formatos variáveis de presença digital.” (Freire, 2018, p. 534). Evidentemente, as pesquisas que concentram a atenção sobre a atuação de líderes religiosos por meio do online analisam não os líderes religiosos de uma paróquia local, celebrantes de rituais locais e sem projeção, mas os líderes que conquistaram um espaço destacado nos meios midiáticos e que conseguem ampliar essa visibilidade e promovê-la no ambiente digital. (Freire, 2018, p. 534).

Deste modo, apresentado o cenário que identifiquei como tempo de fé online, na próxima seção deste capítulo parto para apresentação do conceito de *Celebridade Religiosa*. Após a descrição desse conceito, aprofundo na seção seguinte como o segmento religioso evangélico tem promovido as suas celebridades religiosas por meio da cultura gospel.

## 2.2 Celebridade Religiosa

À vista do que foi exposto anteriormente, a observação da presença de determinados líderes no espaço midiático aponta para linhas de pesquisa que propiciam, para o campo das ciências sociais, variadas considerações. Algumas dessas linhas já elucidam o conceito de *celebridade religiosa*, com o qual essa pesquisa terá total aproximação.

Antes da descrição do que será conceituado como celebridade religiosa ao longo deste trabalho, destaco que o termo *celebridade* aqui é entendido por meio da perspectiva de alguns autores. Em linhas gerais, Marshall (1997) aponta que o termo celebridade é destinado para aqueles que possuem um poder discursivo, ou uma voz não ignorada perante um público massivo. Para Paula Simões (2020), celebridades são pessoas que – por razões diferenciadas – se tornam amplamente conhecidas e, para além disso, admiradas (ou detestadas), provocam sentimentos de adesão e/ou repulsa, são tomadas como modelos (ou contra-modelos), suscitam formas distintas de celebração. Driessens (2014) descreve como celebridades moldam as estruturas nas quais vivemos, ou os campos nos quais as pessoas são ativas, em termos de relações de poder, expectativas, formação de identidade e auto-apresentação. São constituídas através de três fundamentos: pelas qualidades que ostentam, pelo lugar institucional que ocupam ou por sua participação em algum acontecimento de destaque. O autor afirma que as celebridades podem surgir em praticamente todos os campos da vida social – da política à religião, das artes ao esporte, e lidam com o fator de exposição de sua vida e carreira nos mais variados meios midiáticos.

Com base nesse prisma, para definir celebridade religiosa parto do entendimento de uma equivalência com o processo de constituição de qualquer celebridade secular: celebridades são pessoas validadas por um determinado público para ocuparem tal status. No campo religioso, uma celebridade estará sempre direcionada a um público, considerando o segmento religioso o qual integra, pois “uma celebridade se reconhece em função de quem a vê, ou seja, ela seria promovida pela mídia para ser visível, projetada à fama e para atender às necessidades de identificação de seus públicos.” (Freire, 2018, p. 55).

Celebridades religiosas, em grande maioria, apresentam um *carisma* de extrema evidência. Para conceituação sobre carisma, evoco o pensamento de Max Weber (1999), pois para ele, o carisma atua como a base para determinadas relações sociais, sobretudo religiosas e políticas, projetando estruturas de dominação que servem à manutenção de tais relações (Silva, 2019). O pensamento de Weber sobre o carisma desenvolve-se por meio de sua obra "Sociologia

das Religiões" (1999), que se tornou indispensável para os que buscam compreender, sociologicamente, o fenômeno religioso em suas diversas expressões, ainda mais quando sua problemática contorna a questão do carisma.

Segundo Weber (1999), o carisma se apresenta através de uma relação que é, ela mesma, uma relação de dominação. O carismático, “manifesta seu poder”, diz Weber, “a partir de uma metanoia central do modo de pensar dos dominados” (WEBER, 1999, p. 328). Segundo Silva (2019 p.139), “exige-se, pois, um trabalho de conversão das mentalidades ao carisma do líder, uma vez que somente a conversão dessas mentalidades é que fundará os valores e as crenças do grupo, assim formatando os laços sociais de união entre o líder e os liderados”.

O líder ou celebridade carismática tende a ter notoriedade, já que “confere existência a uma coletividade – seus seguidores – a partir daquilo que mostra e que enuncia e anuncia [...] isso porque o líder carismático torna-se a objetivação do próprio carisma, o carisma incorporado, encarnado, personificado” (Silva, 2019, p. 140). Todavia, a celebridade religiosa multiplica sua potência carismática, em razão de que “além de possuírem o carisma como característica pessoal, lhes é conferido o carisma da posição de líder da igreja e adicionado a eles o atributo de autoridade religiosa.” (Freire, 2018 p. 526).

A internet é atualmente o grande palco das celebridades religiosas. Com uma rotina diária de apresentação em seus canais digitais, essas celebridades se mostram de variadas formas ao seu público, passando pela participação nos assuntos da agenda pública ao interesse de evangelização, com temas diversos em seus conteúdos que passam pela espiritualidade ao entretenimento (Freire, 2018). O público de uma celebridade religiosa louva, admira e acompanha seu líder por meio da audiência ao programa apresentado, com a participação em shows, adesão em campanhas lançadas para angariar recursos financeiros para manutenção da “missão”, a aquisição de seus produtos, etc. Como recompensa, a celebridade parece proporcionar aos seus fiéis a satisfação da busca pelo transcendente em promessas, orações, músicas, curas e demais ritos com enfoque midiático.

Podemos afirmar que, diante do grande desafio da perda de fiéis, nos últimos tempos, o espetáculo religioso midiático, por meio da sustentação das celebridades construídas para esse fim, mantém o devoto fidelizado e parte em busca de novos adeptos, que correspondam e aplaudam o que lhes é apresentado. (Senna, 2011, p. 84).

Devido às variadas formas de apresentação desses líderes religiosos, que assumem o posto de celebridades e ampliam a sua atuação no campo online, é preciso analisar a forma de comunicação com seu público para entender a produção de sentidos, que não estão apenas nas palavras, mas aquém e além delas (Lambert, 2017). Para tanto, a seção a seguir destina-se à

descrição de como o segmento evangélico promoveu a expansão do movimento gospel e com isso fez surgir expressivas celebridades religiosas.

### **2.3 O segmento evangélico brasileiro e a geração das celebridades religiosas**

Denomino "evangélicos" nesta seção os adeptos ao protestantismo dentre os mais variados tipos de doutrinas: do protestantismo histórico de missão - que inclui denominações como metodistas, presbiterianos e batistas - ao neopentecostalismo mais recente, na qual despontam igrejas como a Universal do Reino de Deus. Destaco o trabalho de Cunha (1997) que rememora em como, a partir dos anos 1980, esse universo religioso assistiu a um crescimento vertiginoso do movimento pentecostal. Segundo ela, a expansão do movimento revelou temáticas para diversas análises no campo social e teológico, tendo seu crescimento sido caracterizado pelo surgimento de igrejas autônomas, organizadas em torno de líderes em oposição ao pentecostalismo clássico.

A autora indica também que a presença pentecostal era sentida no país por meio de duas formas. Inicialmente, através do alto investimento em espaços na mídia (compra de rádios, jornais e canais e redes de TV, aumento do número de programas nos canais seculares); e posteriormente no poder público, destacando, por exemplo, a contribuição para o estabelecimento de uma “bancada evangélica” no Congresso Nacional, com forte aumento de deputados evangélicos no legislativo. (Cunha, 1997, p. 9).

Leonildo Silveira Campos (2004) reforça que a expansão dos evangélicos no Brasil ocorreu em paralelo com o desenvolvimento da própria imprensa e dos meios de comunicação, com grande influência norte-americana. Exponho aqui recortes da pesquisa de Campos (2004) que exemplificam alguns desses momentos:

- 1- No Brasil, em 1865, por meio do missionário presbiteriano Ashbel G. Simonton foi fundado o jornal semanal Imprensa Evangélica.
- 2- Em 1969, como foi registrado por Tarcis Prado, havia 64 programas radiofônicos evangélicos apenas na Grande São Paulo. Desses programas, 34,3% eram pentecostais; 9,3%, adventistas; 9,3%, presbiterianos; 12,5%, batistas e 34,3%, de outras denominações não especificadas. Segundo Campos (2004), o sucesso da programação radiofônica entre os pentecostais ocorreu devido à forte cultura da oralidade que se desenvolveu no Brasil. “Ora o rádio cria a possibilidade de o ouvinte gerar as suas próprias imagens mentais, tornando-se assim um cúmplice ou um agente ativo no processo de comunicação, enquanto preenche com as suas fantasias e desejos os claros do discurso e da linguagem falada.” (Campos, 2004, p. 156)

- 3- Em 1978, a mídia brasileira começou a comercializar espaço editorial para alguns televangelistas norte-americanos, sendo Rex Humbard o primeiro deles, que permaneceu no ar até 1984.
- 4- No Rio de Janeiro, também no início dos anos 1980, o pastor batista Nilson do Amaral Fanini apresentava um programa de TV, chamado "Reencontro", que chegou a ser transmitido por 88 emissoras. Fanini costumava encher estádios e, em 1982, conseguiu levar para o Maracanã mais de 120 mil pessoas, inclusive o último presidente do ciclo militar, general João Figueiredo.
- 5- Em 1989 a Igreja Universal do Reino de Deus compra a rede Record, primeira emissora de televisão no Brasil vinculada a uma religião, tendo Edir Macedo, R. R. Soares e Roberto Augusto Lopes como primeiros diretores.

Campos (2004) identificou que o processo de integração dos meios de comunicação pelos evangélicos teve como resultado “a criação de uma cultura peculiar, agressiva nas relações com quaisquer outros tipos de concorrência religiosa, portanto, mais dependente que as demais formas de religiosidade dos meios de comunicação” (Campos, 2004, p. 148).

Em consonância, Jungblut (2002), reflete como para os evangélicos existe uma "avidez para com o domínio e utilização de modernas tecnologias de comunicação para fins de evangelização” (Jungblut, 2002, p. 150). Ainda segundo ele, o segmento evangélico possui uma racionalização comunicativa, que consequentemente os preparará para participação nos meios de comunicação. Ou seja, mais do que qualquer outro segmento religioso, os protestantes, como precursores da utilização dos meios midiáticos, levaram a sério a obrigação bíblica de “levar a todos os povos as boas novas” (Jungblut, 2002, p. 165):

[...] Eles tomaram como missão fundamental de sua vivência religiosa exercitar uma das práticas fundantes do cristianismo: evangelizar, levar ao mundo as boas novas, noticiar sua fé. O uso dos meios de comunicação sempre mais eficientes para isso também é constitutivo da tradição protestante [...] (Jungblut, 2002, p. 165).

Em síntese, a pesquisa de Jungblut (2002) sobre a colonização da internet pelos evangélicos aponta para como foram eles que certamente mais contribuíram para que atualmente seja possível falar sobre uma ação comunicativa a serviço da divulgação das mais variadas práticas religiosas. Todavia, a pesquisa descreve também como “não se pode dizer que os evangélicos estão maquiavelicamente tentando dominar o uso da Internet em prejuízo das outras crenças religiosas” (Jungblut, 2002, p.165). O que no campo da internet os evangélicos fazem é o mesmo de sempre a nível de expansão de seus princípios e evangelização, pelos mais diversos

meios sociais e comunicacionais.

Não obstante, a participação dos evangélicos nos meios midiáticos os aproximou de uma lógica de consumo, formatando assim o chamado “mercado gospel”. A revisão quanto à conceituação do termo *gospel* será referenciada no trabalho da Doutora em Ciências da Comunicação Magali do Nascimento Cunha, por meio de sua tese "Vinho novo em odres velhos: um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil". Em resumo, Cunha aponta como:

o gospel explodiu na última década do século XX entre os evangélicos e deu forma a um modo de vida configurado pela tríade música-consumo e entretenimento. Esse modo de vida se expressa, especialmente, em novas formas de culto religioso e na relativização da ética protestante restritiva de costumes. (Cunha, 2004, p. 7).

Para ela, essa tríade é caracterizada por meio das transformações oriundas da cultura midiática e da lógica de consumo construída pelos evangélicos, na busca da superação da crise entre protestantismo e sociedade, marcando a história deste segmento religioso no país. É defendido por Cunha (2004, p. 108) que “o gospel é uma cultura e é uma cultura híbrida”, uma ideia da qual esta pesquisa se aproxima. Pois, frente a essa afirmação, Cunha também descreve a conceituação de hibridismo por meio de algumas correntes teóricas, abordando o termo como "cruzamentos/inter-relações/mestiçagens/sincretismos resultantes do impacto do moderno sobre o tradicional, do culto sobre o popular, possibilitado principalmente pelo desenvolvimento tecnológico" (Cunha, 2004, p. 110). Para associar a noção de hibridismo cultural ao gospel, o trabalho de Cunha precisou aprofundar as diversas dinâmicas culturais dos elementos distintos que perpassam o gospel.

O gospel é resultado da mistura de elementos distintos e pode ser considerado, portanto, um híbrido. A perspectiva crítica em relação a ele, que embasa a análise presente neste trabalho, não permite constrangimentos na utilização do termo "hibridismo", já que o que se procura provar é que o hibridismo gospel é a geração de uma cultura de manutenção e não algo novo, transformador, desafiador, que responda às demandas sociopolítico-econômico-culturais do tempo presente (Cunha, 2004, p. 111).

A cultura gospel se manifesta por meio da aceitação da diversidade de gêneros musicais e na relativização de uma tradição de santidade/austeridade protestante - ou seja, de uma recusa das manifestações culturais -, por meio da abertura para a expressão corporal. Entre os protestantes, a cultura gospel se revela como estratégia de integração com as expressões hegemônicas de cultura, preservando os traços que deram forma ao jeito de ser protestante no Brasil: "a cultura gospel parece sugerir apenas uma alteração de superfície pois, na internalidade, reforça aspectos básicos da configuração da cultura evangélica" (Cunha, 2004, p. 112).

Por meio do gospel e suas manifestações plurais, novos significados culturais são implementados ao modo de vida evangélico, como, por exemplo, o surgimento dos movimentos de avivamento espiritual entre protestantes históricos, com ênfase na emoção que seria derivada da ação do Espírito Santo; também com o surgimento dos pentecostais independentes, com a relativização da ética restritiva dos costumes por meio da inserção do modo de vida urbano; e os pentecostais independentes de renovação, que já eram participantes da realidade urbana, e passaram a uma valorização da tecnologia e da dimensão performática da religião (Cunha, 2004).

O vigor formativo desses novos grupos protestantes associados à lógica cultural do movimento gospel trouxe consequências e transformações nas históricas igrejas pentecostais, mas foi a partir desses grupos que se tornou possível identificar uma influência evangélica na contemporaneidade, expressa por meio da presença pentecostal na política, na mídia e na formação religiosa brasileira (Cunha, 2004).

O protestantismo histórico, original no Brasil, negocia, portanto, a introdução da cultura urbana, da cultura do mercado, da cultura das mídias, relativizando pouco a pouco a dimensão da racionalidade e da restrição aos costumes e preservando traços marcantes da identidade protestante no Brasil: os dualismos igreja/mundo, sagrado/profano; o sectarismo, o antiecumenismo, o clericalismo e o antiintelectualismo. (Cunha, 2004, p. 113)

Para exemplificar a apresentação do gospel nas práticas dos cultos protestantes, Cunha (2004) relembra como o culto protestante era humilde em ritos e carente de emoção, tomando como centralidade a palavra bíblica no sermão. Porém, com a ascensão do gospel junto ao mercado fonográfico evangélico e o reforço da dimensão do espetáculo, o momento de louvor passou a ser o momento central, mais esperado e valorizado pelos fiéis, retirando assim o peso litúrgico: "tal momento, que em alguns cultos chega a durar de 40 a 60 minutos, transforma-se em espaço de prédica e de doutrinação por meio das palavras de animação dos líderes e do conteúdo das músicas" (Cunha, 2004, p. 113).

É preciso destacar que nos momentos anteriores à expansão do movimento gospel, a espontaneidade não era o elemento marcante dos cultos protestantes, baseados, como visto, em uma exposição racionalizada dos textos bíblicos. O valor da espontaneidade, no entanto, torna-se um elemento facilitador para as lideranças evangélicas negociarem sua inserção na modernidade, passando assim a modificar a apresentação de seus cultos, neles introduzindo a dimensão do espetáculo. Essa ação foi muito observada nos cultos pentecostais independentes, e passou a ser instituída como modelo bem-sucedido e praticado nas igrejas evangélicas em geral (Cunha 2004).

O tecnocentrismo das mídias e a espontaneidade carismática dos líderes passaram assim a determinar a condução das celebrações, em um movimento paradoxal que inclui posturas

ensaiadas para uso dos recursos tecnológicos. Segundo Cunha (2004), em celebrações desse tipo, quando o sistema de som é interrompido, todo culto é abalado; se os músicos estão ausentes, pouco ou quase nada será cantado pelo público. Espontaneidade e improvisado que eram dosados pelos evangélicos, com o avanço do gospel, viram características presentes e negociadas com o controle exigido pela lógica do espetáculo. Muito do que o gospel contribuiu para o avanço do segmento evangélico no Brasil serve de motivo de orgulho aos fiéis, devido à visibilidade obtida, a partir do crescimento numérico de adeptos com a efetivação de uma presença social demarcada; o movimento serviu ainda para o reforço da autoestima de seu público diante do universo secular (Cunha, 2004).

O processo de formação do movimento aguçou o ego dos evangélicos, "que a cada processo eleitoral no Brasil assistem a seus líderes sendo assediados por apoio às mais diversas candidaturas" (Cunha, 2004 p. 114). Essa ação "estimula o sentimento de pertença a um grupo social que não está mais escondido e sufocado, mas tem presença nítida com extenso número de templos, com os artigos que lhe são destinados sendo oferecidos em lojas do mercado secular" (Cunha, 2004, p. 114). Em suma, com todo o breve referencial oferecido pelo trabalho de Cunha (2004), é possível vislumbrar o que se entende por *cultura gospel*, *movimento gospel* ou até mesmo *mercado gospel*.

Essa expressão cultural religiosa revela-se, portanto, híbrida, como resultado do entrecruzamento de aspectos do modo de ser protestante construído no Brasil e das demandas de bens simbólicos religiosos que nascem da matriz religiosa brasileira com as manifestações da modernidade presentes nas propostas religiosas pentecostais, nos fenômenos urbanos brasileiro, no avanço da ideologia do mercado de consumo e na cultura das mídias. (Cunha, 2004, p. 113)

Não obstante, cabe destacar que o gospel apresenta consigo distintos elementos, que o tornam mais do que um gênero musical. O trabalho de Cunha (2004) identifica essa questão ao relatar como a ênfase da música gospel foi associada à mídia, ao consumo, ao entretenimento, "a fim de se indicar que, mais do que um movimento, ele tornou-se uma cultura, um modo de vida que transformou o cenário evangélico das últimas décadas, em especial no que diz respeito ao culto e ao estilo de vida cristão" (Cunha, 2004, p. 115).

Deste modo, é por meio do olhar para evidência da cultura gospel, que busco conceituar e trabalhar ao longo dessa pesquisa com a definição da *celebridade religiosa evangélica*, tomando como base a premissa de que a cultura gospel tornou possível a criação de artistas gospel, e conseqüentemente, celebridades. Esses artistas revelam lógicas de produção fonográfica semelhantes à lógica fonográfica de um artista secular, atravessando assim os muros das igrejas de onde surgiram. Uma celebridade evangélica, passa a ser conhecida nacionalmente, copiada,

celebrada e consumida por um público não somente evangélico, como o caso da cantora Aline Barros, com mais de vinte anos de carreira como cantora, com músicas em telenovela nacional e com seu trabalho já reconhecido pelo Grammy Latino<sup>2</sup>. Há ainda casos de celebridades gospel que iniciam sua carreira musical voltada ao segmento e, com o passar dos anos, transitam para outro gênero musical. Como o caso de Priscilla Alcântara, artista que iniciou seu trabalho musical voltado para o gospel e em 2020 assinou contrato com a Sony Music Brasil, revelando ao público seu afastamento das produções de perfil religioso para início de produções de música pop.

Existem também movimentos contrários, das celebridades seculares que, em um dado momento de sua carreira, mudam a rota e passam a assumir o gospel como direcionamento de suas produções. Na maioria dos casos, essa mudança revela a conversão do artista ao segmento evangélico, como, por exemplo, a cantora Mara Maravilha. Após convertida ao segmento protestante, a artista tornou-se uma cantora gospel e interpretou grandes sucessos, como “Deus do impossível”, canção nacionalmente conhecida entre o público evangélico.

Não somente cantores e cantoras recebem o título de *celebridade religiosa* e viram marco da cultura gospel; líderes de igrejas e/ou ministérios e pastores também ocupam esse posto, nomes como o de R. R. Soares, Edir Macedo, Flordelis, Estevam e Sônia Hernandez são já consagrados no posto de líderes evangélicos que podem ser associados ao termo de celebridades religiosas. Enquanto líderes carismáticos, ocupam na imaginação dos fiéis e de outros admiradores um posto de “exemplaridade de fé e virtuosismo acima de outros pastores e dos simples fiéis, desafiando a visão comum do papel do pastor protestante na mediação com Deus” (Campos, 2011, p. 104).

A pesquisadora Roberta Bivar Carneiro Campos (2011) reflete sobre a pregação e a forma de apresentação desses líderes carismáticos do segmento pentecostal. Para ela, eles substituem, em certa medida, a leitura rígida e estrutural dos textos bíblicos, e os atualizam de diferentes modos, reformulando suas pregações para uma oralidade mais expressiva e carismática. Esses conteúdos são distribuídos por meio de DVDs, CDs ou em canais digitais, e passam a ser consumidos em substituição à bíblia tradicional, sem implicar a exclusão da mesma como recurso, portando-se mais como um complemento.

O que de fato parece ocorrer é que os diferentes modos dos usos do texto bíblico, entre esses pastores e seus seguidores (fiéis comuns, pastores e admiradores leigos de diferentes denominações e até mesmo sem filiação definida), têm por efeito a transformação da Bíblia em algo vivido e compartilhado, o que se dá através de um fluxo emocional e corporal entre pastor, fiéis e demais seguidores. (Campos, 2011, p.1015)

---

<sup>2</sup> Premiação internacional organizada pela Academia Latina de la Grabación que celebra a excelência na música latina.

Contudo, a pesquisa de Campos (2011) aqui também é referenciada para descrição do que venha ser uma celebridade religiosa, pois a autora analisa o modo como essas lideranças evangélicas carismáticas se constituem por meio da transmissão desse carisma, fazendo assim uma circulação expansiva da própria atuação desses líderes. Considera-se assim como “o líder carismático é capaz de indexar, ele mesmo, a presença divina instaurando a autoridade através da performatividade da mensagem religiosa de forma independente da palavra escrita” (Campos, 2011, p. 1018)

Nesta seção, busquei apresentar um panorama de como o segmento evangélico, através da apropriação dos meios midiáticos de comunicação e do desenvolvimento da cultura gospel, tornou-se precursor na constituição de celebridades religiosas. Apesar desse debate aqui realizado, a pesquisa não pretende esgotar a definição do termo nesta seção, pois esse conceito será revisitado em diversos momentos.

#### **2.4 A celebridade religiosa e o fã fiel**

Na formação de uma celebridade o público exerce um papel de grande influência e expressividade, por isso, serão apresentadas algumas reflexões que descrevem alguns aspectos sobre essa relação. Alplion (2007, p.03) aponta como no "mundo saturado pela mídia, celebridades são um modelo de influência para seus grupos de fãs”, deste modo, o público associado a uma celebridade é aquele que na maioria das vezes apresenta para sociedade a relevância e excepcionalidade da atuação da mesma, sendo ela religiosa ou secular. Ao analisar a atuação de uma celebridade, não somente estão sendo evidenciados seus fatores individuais, e sim a comunidade de fãs que convoca e interage. A celebridade pode ser considerada como produto e resultado da sua comunidade.

Ao refletir sobre a relação de uma celebridade com um determinado público alguns fatores são evidentes, como por exemplo, a influência que essa celebridade exerce sobre hábitos e comportamentos de seu público. Apoiada pelo pensamento de Marshall (1997) Freire (2017) afirma que “celebridade é um lócus de formação do poder social no consumo capitalista.” (Marshall, 1997 *apud* Freire, 2017, p. 58).

Já Zovin (2010), em seus estudos sobre a influência das celebridades na sociedade brasileira, aponta para como elas são seletos indivíduos que compõem a "memória coletiva", e para além disso, promovem a formação de grupos sociais associados à imagem que apresentam e consequentemente sustentam. Nesse universo célebre, é preciso compreender que embora sejam

muito semelhantes em alcance e excepcionalidade na condução da vida pública e nas relações sociais, as celebridades não são repetições umas das outras. Cada uma traz consigo um tipo de trabalho, apresentação pública e performance.

Rojek (2008) distingue três tipos de celebridades. A primeira, a celebridade conferida, está relacionada com o parentesco como, por exemplo, a família real britânica. Em seguida, a celebridade adquirida se refere a realizações que o indivíduo conquista como um atleta, artista etc. Por último, a celebridade atribuída – à qual corresponde a maioria das celebridades midiáticas –, que, mesmo não possuindo nenhuma habilidade excepcional, ganha destaque devido às intervenções culturais.

Ao olhar para o universo das celebridades religiosas, suponho que elas são celebridades atribuídas, em grande parte fruto do processo de midiatização da religião, carregam em si um posto religioso e ampliam sua atuação por meio de variadas formas de interação com sua comunidade. Como já mencionado anteriormente, uma celebridade religiosa está para além do templo. Podemos relembrar nomes como o do Padre Fábio de Melo e do Padre Marcelo Rossi, esses que antes de uma presença pública expansiva eram apenas líderes religiosos, mas através de novas interações e aparições públicas e uso de ferramentas e ações do entretenimento, tornaram-se celebridades religiosas.

Com o desenvolvimento da carreira dessas celebridades religiosas, elas apontam conseqüentemente, para a formação de uma comunidade de seguidores, e com isso, é evidente que o campo religioso não é isento ao entrelaçamento e absorção do contexto de espetacularidade que atravessa o cotidiano de todos na contemporaneidade. (Freire; Patriota, 2017).

Percebemos este como mais um fenômeno cultural contemporâneo, no qual o conhecimento e as vivências religiosas passam a ser predominantemente estruturadas por meio do consumo de imagens e do estímulo às emoções – inescapáveis, portanto, às lentes espetaculares da mídia. Como bem afirmou Prandi (2000) em uma entrevista dada a Revista Isto é, a religião, que antes era um instrumento de formação de valores, está se tornando um produto de consumo imediato e passível de experimento, troca ou rejeição, e que amanhã, como já é hoje, o espetáculo será muito mais importante do que a doutrina religiosa. (Freire; Patriota, 2017, p. 216)

Meyer (2019) em seus estudos sobre a formação de comunidades e vínculos na esfera religiosa, salienta a importância em observar o papel desempenhado pelos corpos, sentidos, mídias e tecnologias. Dentre os pontos de atenção propostos por Meyer para leitura dessas comunidades, evoco o papel desempenhado por celebridades religiosas diante de uma comunidade, tendo a mídia como meio de interatividade. Dessa forma, “modos religiosos de

vínculo e de produção de comunidades são transformadores, e isso implica novas oportunidades, paradoxos e tensões” (Meyer, 2019, p.45).

Coelho (1999) ressalta que a imagem de um ídolo para os seus seguidores representa uma construção que, muitas vezes, não corresponde ao eu verdadeiro do ídolo. Segundo Ferreira (2015) os seguidores dessas celebridades religiosas, ou seculares, têm um motivo a mais para admiração do ídolo, além da personalidade apresentada. Por isso, os fãs buscam encarnar os valores levantados e apresentados pelas celebridades e esperam viver daquela forma, já que enxergam em seus ídolos importantes âncoras sociais. Ao acompanhar a carreira de uma celebridade religiosa, os seguidores buscam também um referencial de conduta moral. (Ferreira, 2015, p.87).

Na busca de sentido e significado para a vida, as biografias dos célebres auxiliam os sujeitos fragmentados (HERSCHMANN; PEREIRA, 2005) a encontrar um modelo de comportamento no mundo. Os caminhos escolhidos pelos anônimos são construídos em conjunto com o sentimento de pertencimento com ídolos, heróis e celebridades. (...) Em um mundo cada vez mais rápido, o célebre emergiu como um “adesivo” nos momentos em que esferas da sociedade estão fraturadas e isoladas em seus guetos. A figura pública estimula uma aproximação, o que ajuda a manter a coesão social e os valores comuns. (Ferreira, 2015, p. 88)

De acordo com Meyer (2019), uma comunidade religiosa “não é uma entidade preexistente que se expressa por um conjunto fixo de símbolos, mas uma formação que passa a existir através da circulação e do uso de formas culturais compartilhadas” (Meyer, 2019, p.47). Atrelando o pensamento de Meyer ao de Ferreira (2015), supõe-se que, na formação dessa comunidade em torno de uma celebridade religiosa, os seguidores passam a considerar as ações apresentadas como modelos sociais e morais.

Hoje em dia, a construção do reconhecimento de um fiel em relação a uma celebridade religiosa é amplificado. Isso acontece principalmente porque, na maioria dos casos, essa relação é moldada e desenvolvida através das mídias digitais, sendo este o principal meio de interação entre ambos. Essa dinâmica resulta na criação de novos laços com líderes religiosos que vão além do mero acompanhamento das doutrinas religiosas.

Justamente porque as ações dessas celebridades religiosas com o seu público passam a ser consumidas como hábitos de entretenimento, podem ser incorporadas e corporificadas através dos ritos religiosos e por uma doutrina compartilhada de forma online com uma comunidade digital, a exemplo de orações e compartilhamento de experiências de fé através do espaço online - por meio da transmissão da celebração de cultos promovidos por essas celebridades, apresentados em

canais de televisão, no rádio ou na internet. A relação de uma celebridade religiosa com o seu público pode invocar e perpetuar experiências, emoções e afetos compartilhados. (Meyer, 2019).

De acordo com Meyer, nessa relação acontece a criação de uma comunidade imaginada, mas também uma formação estética. Segundo a autora, “nesse sentido, o termo “formação estética” captura muito bem o impacto formativo de uma estética compartilhada através da qual sujeitos são forjados pela modulação de seus sentidos, pela indução de experiências, pela moldagem de seus corpos e pela produção de sentidos; uma estética que se materializa nas coisas.” (Meyer, 2019, p. 54)

Pelas ideias postas por Meyer (2019), a intenção não é exatamente a de descartar a atenção sobre os fluxos de uma comunidade, mas a de ampliar as concepções dos processos de uma comunidade religiosa, trazendo à tona um entendimento dinâmico – de fato, performativo – considerando a formação de uma estética compartilhada entre os membros. Para a formação deste conceito, a autora embasou suas ideias no que é proposto por Maffesoli, uma vez que nas obras dele existe também uma observação às maneiras pelas quais imagens compartilhadas mobilizam e motivam sentimentos comuns, induzindo modos e disposições de comunhão.

Assim, ao olhar para a relação de uma celebridade religiosa com uma comunidade, e para também entender o consumo e associação dessa comunidade à celebridade, considero importante descrever e apontar quais são os sentidos compartilhados que mobilizam essa comunidade e assim formam a estética de um possível grupo de fãs de uma celebridade religiosa. Para tanto, Meyer apoiada no pensamento de Maffesoli nos diz que,

Maffesoli postula que as imagens produzidas pela cultura de massa em torno das quais as pessoas se congregam atualmente ganharam um status quase religioso, na medida em que geram o sentimento efervescente de que elas compartilham e participam de um agregado social maior. Como esse sentimento é induzido por uma estética comum, o Homo religioso e o Homo estético convergem: “o compartilhamento das imagens, a estética a que isso dá origem, geram relações, engendram vínculos e, em suma, favorecem a religião” . (Maffesoli, p.92 2008, apud Meyer, 2019, p.57).

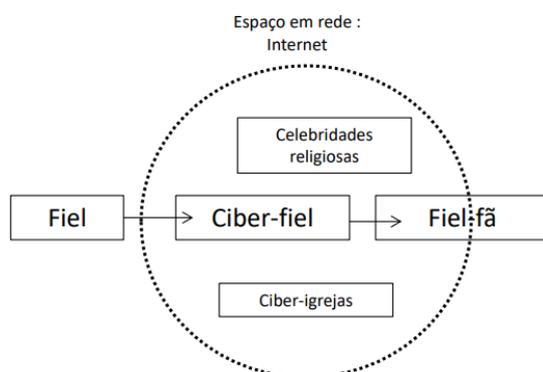
O sociólogo Maffesoli introduz a noção de "estilo estético", propondo a "conjunção do material e do imaterial". Isso destaca a importância dos elementos físicos - das coisas tangíveis, e das imagens, que desempenham um papel crucial na formação de novas comunidades e até mesmo na criação de uma sensação de comunhão entre as pessoas. Nas ideias posta por Meyer (2019) apoiada no pensamento de Maffesoli, o termo "estilo" é definido como a "característica essencial de um sentimento coletivo" e atua como uma "fluxo formativo" que dá origem a

comportamentos, representações e diversas manifestações que são expressos por comunidades religiosas. Para Meyer (2019), por meio da formação estética de uma comunidade religiosa, acontece a formação de novos laços sociais e a criação de uma sensação de comunhão entre os indivíduos.

O estilo é o cerne da estética religiosa exatamente porque a adoção de um estilo compartilhado é central para os processos de subjetivação. Nessa perspectiva, a noção de estilo envolve técnicas do self e do corpo particulares que modulam – e, efetivamente, “afiam” (Hirshchkind 2006, p. 82, 101) – as pessoas em uma formação socioreligiosa. (Meyer, 2019, p.60).

Para contribuir ao entendimento aqui descrito sobre a formação de uma comunidade em torno de uma celebridade religiosa, e o consumo e interação de seu público, gerando assim uma formação estética em torno de uma celebridade, destaco a ideia apresentada por Freire (2017). Para a autora, “o fiel religioso tradicional, quando passa a interagir com seus líderes dentro de ambientes digitais, converte-se em ciber-fiel, mas igualmente conferindo a esses líderes um tratamento de celebridades e comportando-se como um fiel-fã.” (Freire, 2017, p.17). Para elucidar a formatação dessa transformação em fiel religioso tradicional a um fiel-fã, Freire (2017) apresenta o seguinte quadro:

Imagem 1 - Quadro representativo da transformação de um fiel religioso tradicional em um fiel-fã.



Fonte: Freire, 2017, p.70.

A construção desse quadro é totalmente significativa, e foi associada à pesquisa, justamente pela grande evidência que a pesquisa de Freire (2017) apresenta em torno do fiel-fã. Em sinergia a esse conceito, ressalto que é preciso compreender que essa relação ocorre a partir de um processo de interação entre celebridade e fiel-fã, sendo esse fiel-fã receptor, consumidor e propagador das mensagens e da experiência vivenciada com a celebridade religiosa - reconhecido na maioria das vezes como ídolo.

Nesse sentido, Gomes (2008) nos diz que a forma como a celebridade religiosa enxerga e interage com o fiel é parecida com a forma que um publicitário vê o consumidor de seu produto. Formatando também essa relação por uma perspectiva mercadológica, sendo o diferencial dessa relação a atração pelo produto oferecido. No caso da celebridade religiosa, na maioria das vezes é aplicada a oferta pelo discurso religioso adequado aos tempos atuais, ou a música gospel, ou a junção de ambos.

Entretanto, há um aspecto relevante a ser considerado nas atuações das celebridades religiosas: o carisma como um elemento de destaque da performance da celebridade religiosa. Considerando o proposto pelas pesquisas de Cleonardo Mauricio Junior, desloca-se o entendimento de carisma oriundo dos trabalhos de Weber e Bourdieu, “analisando-o em termos da performatividade que o líder pentecostal põe em ação através dos usos que faz do texto, em especial a transformação do texto em algo vivido e performado e que se estende em cadeias rituais de intensa energia emocional.” (Junior, 2015, p.42)

Nos estudos sobre a celebridade, Rojek (2018) argumenta que o carisma de uma celebridade é construído e ampliado através de alguns fatores, sendo eles: o marketing, a mídia, representações culturais e a própria personalidade da celebridade. Para o autor, o carisma de uma celebridade não é inato, mas sim uma construção social. Ele argumenta que o carisma é uma qualidade atribuída a indivíduos com base em como eles são representados na mídia e como suas vidas e histórias são narradas.

Além disso, pelas análises em torno das celebridades a partir dos estudos de Rojek, é possível compreender que o carisma de uma celebridade é um atributo que integra a performatividade, pois para ele "a capacidade de uma celebridade de se destacar e entreter o público desempenha um papel crucial na construção de seu carisma." (Rojek, 2018, p.36). Contudo, Rojek (2018), considera também que o carisma pode ser volátil e temporário, sujeito a mudanças abruptas devido a escândalos, mudanças na imagem pública ou mesmo ao envelhecimento da celebridade.

Por essa perspectiva compreendemos como no universo das celebridades religiosas, o carisma e o status “celebre” obtido, ampliam também o lugar de liderança religiosa ocupado pela celebridade diante de sua comunidade. Na maioria dos casos, fruto da midiática da religião, são dois papéis que uma celebridade religiosa ocupa perante seus fãs fiéis: o de líder religioso e o de produto da cultura gospel, ambos convergentes e ligados a uma só estrutura - a religiosa.

Além disso, no final dos anos 2000, a produção musical rotulada como música gospel, ultrapassou os limites do cenário religioso e conquistou um espaço notável no repertório das principais gravadoras em atividade no país, como Sony Music, Universal Music e Som Livre, encontrando sua maneira de ecoar nas maiores estações de rádio e canais de televisão nacionais. Apresentando para o grande público os nomes mais expoentes desse movimento. É importante ressaltar que o gospel, abarca uma gama diversificada de subgêneros, incluindo louvor e adoração, pentecostal, rock gospel, rap gospel, sertanejo universitário gospel e outros, que frequentemente diferem até mesmo em sua abordagem religiosa.

Sob essa ótica, até aqui foram descritas concepções sobre alguns fatores que atravessam a relação entre uma celebridade religiosa e seu público, com um panorama que evidencia a midiaticização da religião, as celebridades religiosas e a existência de fãs fiéis. As próximas etapas desta pesquisa irão concentrar sua observação na atuação midiaticizada do Bispo Bruno Leonardo e sua interação com sua comunidade de fiéis.

### 3. Bispo Bruno Leonardo.

Essa pesquisa buscou fontes públicas a respeito da atuação do Bispo Bruno Leonardo, pois, como já descrito anteriormente, o meu encontro com a atuação do Bispo aconteceu por meio das mídias digitais. Bispo Bruno é o fundador da Igreja Avivamento Mundial - a igreja, que também é denominada algumas vezes de Ministério<sup>3</sup> pelo Bispo, foi criada em 08/11/2007 – conforme data de registro do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, no bairro de Cajazeiras, na cidade de Salvador. A igreja não está vinculada a órgãos de representação batista, como por exemplo a Convenção Batista Brasileira.

Mesmo com o Bispo principal da Avivamento Mundial presente no universo online, não encontrei no período de escrita dessa pesquisa um site institucional da igreja, impossibilitando o encontro de fontes públicas e oficiais sobre o histórico da instituição. Sendo assim, registros da atuação pastoral do Bispo Bruno Leonardo antes da fundação da Avivamento Mundial são informações pouco referenciadas, tanto pelo próprio Bispo e por sua instituição. Deste modo, a falta de dados oficiais, por fontes públicas da Igreja Avivamento Mundial e do próprio Bispo Bruno, inviabilizou que nessa pesquisa fosse apresentada uma síntese da biografia do Bispo Bruno Leonardo.

Como o Bispo Bruno e sua igreja denominam-se como batistas, vale lembrar como essa doutrina religiosa chegou ao Brasil no século XIX por meio dos missionários norte-americanos, sendo até hoje uma denominação reconhecida por acolher setores "progressistas e conservadores em diferentes temas – uma vez que seu sistema de governo favorece a miscelânea" (Gonçalves, 2016, p. 2). Gonçalves analisa ainda que, nas congregações batistas brasileiras, “há um monitoramento velado de vozes que destoam do discurso institucional, mas não há, de maneira peremptória, mecanismos impeditivos para punições e banimentos do sistema, mas o ostracismo é possível tanto de igrejas como de pastores quando fora dos quadros institucionais da denominação.” (Gonçalves, 2016, p. 2).

Uma das marcas então da denominação que consegue agrupar em seu corpus a pluralidade e a diversidade em diferentes áreas, se deve "à ênfase na competência do indivíduo para tomar suas próprias decisões morais e religiosas, e à defesa da eclesiologia congregacionalista, que outorga soberania e autonomia aos membros

---

<sup>3</sup> Segundo a pesquisadora Carly Machado (2020) um Ministério Pentecostal ocupa "não apenas templos (e podem mesmo prescindir de templos), mas ruas, cidades, e outros tantos domínios digitais. Apresentam-se sob a forma de eventos, operam importantes aparatos midiáticos, voltando-se, assim, ao espaço expansivo mobilizado por suas missões, seus projetos. E seus projetos, como tais, apontam para o futuro: ao tempo da mudança, da transformação, dos processos. Suas alianças são assim dinâmicas, fluidas, instáveis e muitas vezes frágeis. ” (Machado, 2020, p. 33).

de uma igreja local”. Mesmo com essas marcas, os batistas são envolvidos em disputas internas quanto as suas prioridades e concepções teológicas, porque há quem vê nelas (competência do indivíduo e autonomia congregacional) um entrave para o desenvolvimento da teologia salvacionista, herança dos missionários norte-americanos, ocorrendo assim certa imposição de um pensamento único e, quando possível, demonstrações de intolerância para com aqueles que pensam e procuram desenvolver a missão da igreja a partir de outro foco. (Gonçalves, 2016, p. 137).

Retornando à Avivamento Mundial, é preciso destacar como o seu título carrega indícios do que é relatado na pesquisa de Gonçalves (2016) sobre a pluralidade e conservadorismo do segmento batista. A ideia de "Avivamento" em seu título remete à atuação do Espírito Santo (Pentecostes) e o adjetivo "Mundial" repete um padrão de nomenclatura e identificação de outras igrejas, a exemplo da Universal do Reino de Deus e Internacional da Graça, sendo o termo "Mundial" sinônimo a Universal ou Internacional, reforçando assim um desejo de expansão. Em resumo, o nome da igreja sugere sua forma de espiritualidade pentecostalizada dentro de um espectro batista altamente diversificado, que é apenas uma parte do ainda mais polivalente universo evangélico/protestante mais amplo.

Em Salvador, a Avivamento Mundial mantém sua atual sede localizada na Avenida Antônio Carlos Magalhães. A avenida é uma importante via da cidade, com ligações a diversos outros bairros, sendo composta por centros empresariais e varejistas, empreendimentos comerciais e residenciais, com fácil acesso de chegada tanto por transporte público, ônibus ou metrô, ou carro particular. Situada a quinhentos metros de distância da sede em Salvador da Igreja Universal do Reino de Deus, a Avivamento Mundial funciona dentro de uma grande alameda comercial, chamada Shopping da Gente, cujas principais lojas alameda são de roupas, calçados e acessórios eletrônicos com preço popular. Todavia, a igreja possui outras unidades nos bairros de Salvador e no interior do Estado da Bahia e até mesmo em outros estados, como São Paulo<sup>4</sup>.

A minha aproximação com a atuação de Bruno ocorreu quando encontrei seu perfil no Instagram. Por meio do seu perfil, percebi que alguns usuários da rede a utilizam para reafirmação de suas crenças e para consumo de conteúdos voltados à temática religiosa; percepção essa que imaginava ser possível, mas que antes do acesso ao perfil de Bruno não tinha sido por mim constatada. Meu primeiro estranhamento foi perceber que Bruno era porta-voz de um público e de um universo ao qual eu não pertencia. Como profissional de Comunicação e

---

<sup>4</sup> A falta de informações públicas e registros formais, sobre as informações institucionais da Avivamento Mundial, impossibilitou também a apresentação de um mapeamento contendo o número exato de unidades da igreja. As informações sobre as unidades da igreja espalhadas na cidade e no país foram feitas através de buscas online.

não-religioso, passei um longo período profissional atuando com análise de resultados e influência digital. Logo, despertou-se a minha curiosidade de observar em como o Bispo utilizava os recursos disponíveis e se relacionava com seu público no Instagram, a meu ver de forma tão eficiente, sendo uma liderança religiosa.

Quando encontrei linhas de pensamento que começaram a me apresentar perspectivas que uniam os assuntos mídia e religião, e de tanto dialogar sobre esse assunto com amigos, a curiosidade do olhar para o perfil do Bispo Bruno Leonardo reorientou meu projeto de pesquisa no mestrado. Depois de investigar o perfil de Bruno, conheci outros líderes semelhantes a ele; no entanto, quando notei que os números que os canais digitais de Bruno eram mais expressivos que dos demais e a quantidade de teorias que poderia acessar para o olhar em sua atuação, o escolhi como objeto central.

Considero que pesquisar a atuação do Bispo Bruno Leonardo expande meus valores como indivíduo e aprimora o meu olhar intelectual, cultural e social. Noto, por meio de cada etapa da pesquisa, como a religião e a fé são professadas e simbolizadas por um público do qual não faço parte, visando a compreender o papel de intermediador que o líder ocupa nesse processo. Vejo a forma que “Deus” se revela a essas pessoas por meio dessa atuação, e é isso que me move atualmente enquanto pesquisador.

Adianto que ao longo dos próximos capítulos será possível perceber como a atuação do Bispo Bruno é bastante diversificada. Para descrever e sintetizar a atuação do Bispo Bruno Leonardo optei por realizar uma divisão na qual denominei seus eixos de atuação. Esses eixos serão apresentados de maneiras autônomas uns do outros; porém, ao final da apresentação percebe-se que todos os eixos são interrelacionados, o que facilita a compreensão sobre a atuação do Bispo Bruno Leonardo. Além disso, a dinâmica sobre as questões que perpassam cada um desses eixos envolve toda a pesquisa. Para a divisão dos eixos, tomei como base a observação de como sua agenda se apresenta em seus canais digitais e em como se constitui a estrutura de sua igreja, a partir disso relacionei os três eixos de atuação e denominei esses eixos com a característica mais marcante da atividade desenvolvida pelo Bispo em cada um deles, sendo: o líder, o Bispo online, o Bispo no púlpito.

### **3.1 O Líder**

O primeiro eixo de atuação está associado ao papel de líder que o Bispo Bruno assume na Avivamento Mundial. Como descrito anteriormente, ele exerce o cargo sacerdotal mais alto da Avivamento Mundial, sendo o principal Bispo da congregação. Aparentemente, como fundador e

principal nome ligado à igreja, seu cargo foi concedido de forma autônoma, tomando para si o lugar de líder principal tanto a níveis administrativos quanto a nível doutrinário. Sendo ele que legitima, nas redes sociais, todo e qualquer discurso ou ação proferida em nome da Avivamento Mundial.

Ao analisar a atuação do Bispo Bruno Leonardo não somente estamos a frente de uma atuação religiosa comum, ao falar sobre Bispo Bruno é importante ressaltar que sua atuação perpassa sobre o líder e principal fundador de uma organização<sup>5</sup>.

Evidentemente, as dinâmicas sobre o papel da liderança atravessam diversas organizações, “mas se mostra fortemente presente em alguns tipos particulares de organizações, como as organizações religiosas, que enfrentam o tempo mantendo uma dinâmica própria e sólida em termos de valores e liderança” (Silva, 2020, p.89).

Outro aspecto relacionado a liderança exercida por Bispo Bruno tem a ver não somente a forma com que lidera administrativamente sua instituição, e sim como se relaciona com seus fiéis, o que a certo modo é um ponto bem característico da atuação do Bispo e que será descrito com mais profundidade a partir dos próximos eixos e capítulos, como por exemplo, a pouca ênfase que dá ao texto escrito e aos comportamentos midiáticos que assume.

Sobre essa questão Roberta Bivar (2014) afirma que “nada mais curioso que o surgimento no pentecostalismo de líderes carismáticos que têm se destacado pela pouca ênfase no texto escrito, substituindo eles mesmos o próprio texto. Afinal, o protestantismo, como ação purificadora, sempre se esforçou na eliminação desses mediadores.” (Campos, 2014, p.1014).

o lugar que esses pastores ocupam na imaginação dos fiéis e de admiradores em geral como possuidores de exemplaridade de fé e virtuosismo acima de outros pastores e dos simples fiéis, desafiando a visão comum do papel do pastor protestante na mediação com Deus. As pregações desses novos líderes carismáticos pentecostais substituem, em certa medida, a leitura sistemática da escritura, trazendo de volta, portanto, a intermediação de uma elite entre os fiéis e a divindade no contexto pentecostal. (Campos, 2014, p.1014).

Além disso, a apresentação pública dos líderes religiosos, através da vestimenta e dos seus adornos, como o Papa e líderes protestantes, reflete em uma expressão simbólica dos valores de liderança atribuídos a eles. Historicamente, o Papa se apresenta com trajes elaborados e pomposos, refletindo a rica tradição imperial e a hierarquia da Igreja Católica. Essa imagem de

---

<sup>5</sup> O termo organização é entendido por meio da definição de Chiavenato (1998, p.23): “Uma organização é um sistema de atividade conscientemente coordenadas de duas ou mais pessoas, a fim de alcançar objetivos específicos”. Compreendendo ainda que a Avivamento Mundial possui situação ativa no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, com sua natureza declarada pelo código 3220 como uma Organização Religiosa, e atividade econômica principal declarada pelo código 94.91-0-00 como Atividades de Organizações Religiosas ou Filosóficas, e juridicamente vista como uma Organização da Sociedade Civil de Direito Privado sem Fins Lucrativos.

grandiosidade pode ser interpretada como uma representação do poder da liderança da Igreja Católica na sociedade.

Por outro lado, líderes protestantes como Bispo Bruno frequentemente adotam uma abordagem mais sóbria em sua vestimenta, refletindo a ênfase na ética do protestantismo. Em seus trajes, encontramos uma ênfase no trabalho e na dedicação para a prosperidade, muitas vezes expressa de forma direta através de ternos e gravatas. Isso muitas vezes os faz assemelhar-se a empresários ou profissionais bem-sucedidos.

Essas características se tornam claras, e serão ainda mais aprofundadas durante essa pesquisa, a partir da apresentação pública do Bispo Bruno Leonardo como líder sacerdotal e administrativo de sua igreja. Entretanto, "a liderança é exercida e sua presença se percebe a partir do dominado/liderado, de modo que as bases da dominação/liderança são indiretamente acessadas. Ou seja, não é perguntando ao líder porque os liderados os seguem, mas sim o inverso, perguntando aos dominados/liderados quais as bases de sua ação" (Silva, 2020, p.93).

Portanto, para uma ampla compreensão de como se configura a liderança exercida por Bruno, faz-se necessário uma aproximação a seus liderados. Essa aproximação irá acontecer na apresentação dos próximos eixos e ao longo dessa pesquisa.

### **3.2 O Bispo online**

O Bispo Bruno Leonardo mantém um ativo perfil no Instagram e um expressivo canal na plataforma de vídeo Youtube. O Instagram é a principal plataforma de mídia digital da atualidade, que permite aos usuários o compartilhamento de imagens, vídeos e transmissões ao vivo. A plataforma alcançou no Brasil seu segundo maior número de usuários ativos, em comparação a outros países, de acordo com a pesquisa realizada pelo Opinion Box<sup>6</sup> em fevereiro de 2022.

Bruno Leonardo ativou um perfil nesta plataforma em junho de 2014. Contando com três milhões e quinhentos mil seguidores em fevereiro de 2023, os quais batizou de "ovelhas", Bruno publica conteúdos relacionados à sua atuação, utilizando principalmente o perfil para apresentação de sua agenda, principais feitos da semana e interação com seus seguidores.

Durante o período de acompanhamento, de agosto de 2021 a novembro de 2023, muito esporadicamente o Bispo compartilhou algum conteúdo relacionado à sua vida pessoal, ao lado de sua esposa. Os poucos conteúdos compartilhados de sua vida pessoal estão associados a seu

---

<sup>6</sup> Empresa voltada à realização de pesquisas de mercado que apresentem dados e evidências referente ao comportamento de diversos públicos com o digital. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/o-brasileiro-e-seu-smartphone-julho-de-2021/>

casamento e família, como, por exemplo, momentos sociais como viagens, almoços ou jantares, com a esposa ou outros familiares.

O Bispo nesse período pouco compartilhou conteúdos relacionados ao universo secular: qualquer que fosse o assunto mais destacado da semana, nenhuma opinião foi exposta em seus conteúdos. A maioria dos conteúdos que foi compartilhado esteve de fato associada à sua agenda enquanto líder religioso e sua interação com seu público.

No período de observação, alguns assuntos não relacionados ao universo religioso foram destaques no debate público, como, por exemplo, a Comissão Parlamentar de Inquérito da Covid-19 no Brasil, a posse de um novo ministro no Supremo Tribunal Federal, o assassinato do Presidente do Haiti, Jovenel Moise, os Jogos Olímpicos de Tóquio, ou o discurso do Presidente do Jair Bolsonaro na conferência da ONU, entre outros. Nenhum desses temas, contudo, foi comentado pelo Bispo em suas mídias sociais.

Entretanto, em outubro de 2022 no período eleitoral do Brasil, o Bispo Bruno publicou um vídeo no qual descrevia que seus ideais políticos eram mais próximos de pensamentos conservadores. Os seguidores de Bruno interpretaram o vídeo como um suposto apoio aos ideais da direita e ao candidato Jair Bolsonaro, com comentários que variavam de concordâncias e apoios até indignações. Logo após dois dias de publicado o vídeo foi excluído dos canais oficiais do Bispo.

Já em seu texto de apresentação no Instagram, o Bispo muda constantemente sua apresentação. No Instagram, os usuários e influenciadores digitais utilizam esse espaço de apresentação, popularmente chamado de “bio”, como uma auto descrição biográfica, como um espaço de portfólio altamente valorizado. Já o Bispo, ao longo do período analisado, não fez uma apresentação institucional de si como líder religioso: ele utiliza sua descrição com pequenas apresentações de seu trabalho, em um texto que não o descreve por completo. O Bispo segue poucos outros perfis, sendo que, dentre eles, não há nenhum político ou artista secular de ampla visibilidade. A maioria das pessoas que segue são os demais sacerdotes e sacerdotisas da Igreja Avivamento Mundial.

Algumas das imagens publicadas por Bruno passam por uma edição e diagramação, tornando a imagem semelhante a um anúncio. Essas imagens apresentam sempre algum texto, conduzindo o público a uma interação via comentários. Como neste exemplo, percebe-se uma harmonia para com a diagramação e apresentação do contexto da mensagem. O brilho sobre a face do Bispo, iluminação específica para cada foco da imagem, tipografias para uma condução de leitura agradável, conduzindo a atenção do receptor por meio da cor da palavra "honrar" em

destaque. Nota-se, por meio do comentário de usuário exposto na imagem, a criação de um senso de direcionamento da mensagem com o receptor, que apresenta nesse exemplo a aceitação do conteúdo por meio da expressão “eu recebo”, de uso comum entre o público evangélico.

Imagem 2 – Publicação do perfil do Bispo Bruno Leonardo em seu perfil no Instagram



Fonte: Reprodução Instagram - acesso 3 de fevereiro de 2022 <sup>7</sup>

Ao longo do acompanhamento, verifiquei que os poucos comentários que Bispo Bruno Leonardo responde aos seguidores estão sempre associados a assuntos do seu ofício como líder espiritual. Nenhum outro tipo de comentário é respondido, como, por exemplo, pedidos de ajuda financeira. É comum o Bispo revelar por meio dessa forma de interação o salmo ou versículo destinado ao seguidor, ou qual oração de seu canal do Youtube precisa assistir para alcançar determinado objetivo pessoal.

Por meio da publicação de *stories*, Bispo Bruno reforça constantemente a participação do público com os seus conteúdos, direciona para as atividades que irá conduzir, mostra os momentos de atuação e relação com sua comunidade, transmite mensagens e convoca a contribuição para com seu ministério. O Bispo apresenta esporadicamente em seu Instagram algumas transmissões ao vivo.

Notei por meio de algumas dessas transmissões que acompanhei, o quanto o Bispo por meio de suas palavras direciona o público para determinadas ações que podem contribuir para o

<sup>7</sup> URL - <https://www.instagram.com/p/CZiPWNjOR9q/?igsh=MTZjem50N3FtM3p4cQ==> - Acesso 03/02/2022.

aumento de seu alcance. Considero assim, como líderes religiosos, em meios midiáticos, “naturalmente incluem em seus projetos discursivos a previsão das ações dos seus interlocutores, moldando e adaptando constantemente suas falas às reações percebidas e desencadeadas nos interlocutores que estão interagindo no programa ao vivo, ao mesmo tempo em que juntos formam um elo dialógico”. (Patriota, 2007, p.12).

Nas fotos publicadas no Instagram, durante o período de análise, o Bispo está sempre com feições agradáveis, reforçando o seu carisma, leveza e cordialidade, não existindo a apresentação de fotografias no modelo *self*. A maioria das fotos mostram sempre o Bispo com uma excelente postura corporal em locais com uma boa iluminação e admirável decoração.

Considerando as imagens publicadas pelo Bispo Bruno em seu Instagram, à luz das teorias de Roland Barthes<sup>8</sup> (1961) e Lucia Santaella<sup>9</sup> (2001), torna-se evidente como as imagens desse líder religioso podem exercer um poder significativo de comunicação. Segundo Barthes, as fotografias têm uma relação direta com o referente (o objeto fotografado), mas também são construídas através de escolhas do fotógrafo e do contexto cultural em que são produzidas.

Barthes (2018) introduz o conceito de "punctum" como uma ação que indica algo na imagem para atração da atenção de forma singular e pessoal pelo público, gerando significados subjetivos. A partir de Barthes (2018) é possível considerar que as fotografias postadas pelo Bispo, cuidadosamente selecionadas, diagramadas e produzidas, possuem uma certeza e realidade distintas, capturando momentos específicos que transcendem o ordinário.

O conceito de "punctum" de Barthes também se torna relevante ao examinar as imagens no Instagram do Bispo Bruno Leonardo. Certos elementos visuais podem atrair a atenção dos seguidores, gerando significados subjetivos que vão além do conteúdo explícito. Seja na expressão facial do Bispo, na simbologia religiosa presente nas fotos ou em elementos inesperados, os "punctums" presentes nas redes do Bispo Bruno Leonardo, contribuem para a construção de uma identidade visual única.

Por outro lado, a partir da perspectiva de Lucia Santaella (2001), destaca-se a importância da atenção aos códigos visuais e à tipografia presente nas imagens. As publicações do Instagram do Bispo Bruno Leonardo podem ser vistas como signos visuais que seguem uma tipografia e coloração específicas para transmissão das mensagens. A interatividade proposta por Santaella

---

<sup>8</sup> A partir da obra - *A Mensagem Fotográfica* (1961), Barthes explora a da fotografia como um meio de comunicação. Ele argumenta que as imagens fotográficas têm uma qualidade peculiar de "certeza" e "realidade", pois são capazes de capturar um momento específico no tempo.

<sup>9</sup> Em seus trabalhos, a autora explora como os signos visuais são construídos e interpretados. Santaella destaca a importância dos códigos visuais e da gramática visual na compreensão das mensagens transmitidas pelas imagens. Ela também aborda a interatividade na comunicação visual, considerando como as imagens podem envolver o espectador de maneiras ativas.

(2001) também entra em cena, considerando como as imagens não são apenas observadas passivamente, mas também envolvem os seguidores de maneiras ativas. Comentários, curtidas e compartilhamentos indicam uma participação ativa na construção do significado dessas imagens, consolidando a comunidade virtual em torno do Bispo.

Como já descrito, a forma como o Bispo se veste, também é uma característica significativa ao analisar suas publicações no Instagram. De acordo com Cidreira (2005), é permanente em nossa cultura o ato de vestir o corpo, e esse ato revela a "indumentária como uma expressão do sujeito e, nesse sentido, sobre o fato de que foi efetivamente demonstrado que o tipo de vestimenta que se adota está significativamente ligado a certos aspectos do comportamento e da personalidade." (Cidreira, 2005, p.13). Cidreira (2005), apoiada no pensamento de McLuhan, considera o ato de vestir como a composição da segunda pele, e por meio da segunda pele "as aparências revelam mais frequentemente do que enganam. Elas não tem nada a esconder, porque elas estão inteiras no visível" (Cidreira, 2005, p.17).

A vestimenta é sempre concebida como significante particular de um significado geral que lhe é exterior. [...] Por que o homem se veste? A esta pergunta tão essencial, foram muitas as tentativas de respostas, mas estas sempre estiveram repertoriadas em torno de três aspectos fundamentais: pudor, proteção, e ornamentação. Pudor para esconder sua nudez, a proteção contra as intempéries, e o adorno para se fazer notar. (Cidreira, 2005, p.41).

Nas observações sobre as publicações do Bispo, os aspectos da sua aparência reproduzidos através das imagens que publica, foram também considerados. Por meio dessas imagens, percebi que a apresentação do Bispo reproduz um certo modelo que demarca seu lugar social e também revela traços de seu estilo notados por meio da forma com a qual se veste<sup>10</sup>; em seu penteado – sempre o mesmo corte, composto por um topete, com fios simetricamente arrumados e com brilhos; além de seu fenótipo - homem branco, apertadamente alto, magro e de orientação heterossexual.

Por meio dos aspectos observados, compreende-se que o Bispo, reforça a hegemonia da aparência e do privilégio social do homem branco, pois, segundo Sovik (2009, p.40), "é necessário analisar a articulação silenciosa da hegemonia branca. [...] Sinais aparecem em discursos banais, do senso comum, que reafirmam o privilégio branco inercialmente, falando do afeto que une desiguais."

No contexto do consumo dessas imagens, publicadas durante o período analisado, presumo que a forma de interação do Bispo com seu público através desse formato de

---

<sup>10</sup> Nas fotos publicadas, o Bispo Bruno Leonardo está sempre utilizando trajes com *dress code* social ou em esporte fino, nunca posado de bermuda ou camiseta, sempre utilizado sapatos e não sandálias. O Bispo utiliza poucos acessórios, apenas relógio e aliança, em poucas vezes aparece utilizando corrente ou pulseira.

publicações molda a percepção da sua comunidade de seguidores sobre sua presença, sua mensagem e a instituição que ele representa. A estética visual, os símbolos escolhidos e a interatividade geram um impacto significativo, refletido em seus números, consolidando a presença e influência do Bispo na esfera digital.

Já no Youtube, uma das redes sociais mais populares de todo o mundo e principal plataforma de vídeo online da atualidade, Bruno ativou seu canal em abril de 2016 e no período de acompanhamento obteve o número de 15 milhões de seguidores em fevereiro de 2023. Em seu canal, o Bispo Bruno apresenta uma programação diária de orações com transmissões ao vivo, sempre às cinco da manhã, seis da tarde e meia-noite. Seu canal apresenta como estatística o número total de 2.846.655.124 visualizações contabilizadas em fevereiro de 2023.

Para se mensurar o alcance dessa celebridade, vale citar que o número de visualizações do canal do Bispo em junho de 2022 foi maior do que o número de visualizações do canal do Bispo Edir Macedo, criado em 2013, que possui a marca de 95.527.985 visualizações. O Bispo também ultrapassa a cantora Ivete Sangalo em visualizações, já que o canal da cantora possui a marca de 947.952.445 visualizações.

Além da programação diária de orações, o Bispo divulga vídeos, nos quais faz a leitura de algumas passagens bíblicas e, em outros, apresenta alguns dos momentos de sua atuação. Diversos vídeos publicados já ultrapassam a marca de um milhão de visualizações.

Um dos principais momentos do canal do Bispo é a sua apresentação das orações, por diversas vezes por ele mesmo denominada, e ainda valorizada em conteúdos do canal, como "a maior corrente de oração do mundo". Aparentemente, nem mesmo nos momentos de viagens para celebrações o Bispo deixa de apresentar esse conteúdo. Minutos antes da transmissão ser iniciada seu público o espera assiduamente. As interações ocorrem simultaneamente por meio dos comentários, existindo ainda a possibilidade da efetivação de contribuições financeiras para o ministério no momento da oração.

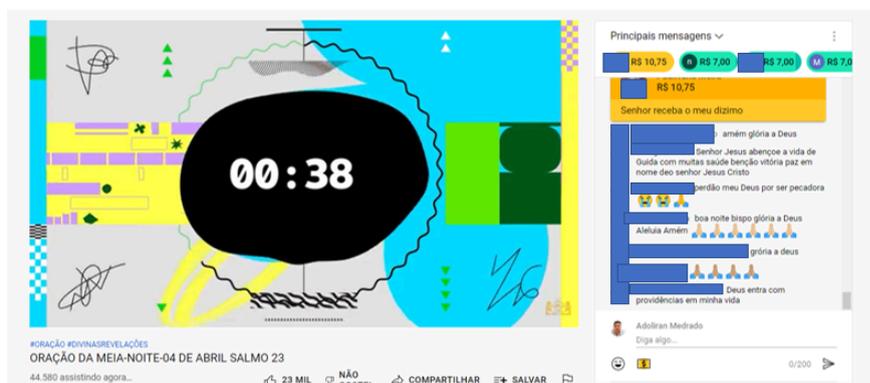
Como é possível perceber na imagem abaixo, a trinta e oito segundos para o começo da oração do dia 4 de abril de 2022, já existiam quase quarenta e cinco mil pessoas aguardando a chegada do Bispo. Doações<sup>11</sup> que variavam de R\$1,00 a R\$1.000, em valores em real e também em dólar, já estavam sendo processados. Essas doações podem ser observadas por meio do *chat* simultâneo, os valores das doações aparecem durante a transmissão, ao topo da área de comentários, sendo um recurso disponibilizado pela própria plataforma Youtube como uma forma

---

<sup>11</sup> A plataforma de vídeo Youtube, permite que durante as transmissões ao vivo, usuários/espectadores façam doações automáticas através do aplicativo a conta cadastrada no canal. Os usuários/espectadores, são notificados dessa opção e a realizam caso queiram.

de captar recursos durante a transmissão; entre as doações e chegada do público, os mais diversos tipos de comentários eram publicados pelos fiéis.

Imagem 3 – Imagem da oração via canal do Youtube do Bispo Bruno Leonardo antes de iniciada



Fonte: Reprodução Youtube - acesso 04 de abril de 2022 <sup>12</sup>

O cenário em que o Bispo aparece para a oração é quase sempre o mesmo: supostamente em um escritório com excelente iluminação, composto por uma estante que aparece ao fundo bem decorada e com porta-retratos com suas fotografias. Usando roupas com *dress code* esporte fino, com uma camisa de marca importada, de nome exposto na própria peça, com aparência extremamente cortês e com um sorriso conquistador, surge Bispo Bruno Leonardo para início da oração do dia 04 de abril de 2022.

Nesse momento, a interação de comentários se multiplica e torna-se quase impossível a leitura simultânea do que é escrito pelos seguidores. A conexão e o áudio do Bispo são de níveis profissionais, como se o mesmo estivesse em um estúdio para tal função. Em todas as orações por mim acompanhadas, não houve nenhuma falha de transmissão e o Bispo não foi interrompido por nenhum fator ou presença externa.

Com início descontraído e saudações carinhosas às “ovelhas”, Bruno leva um período falando sobre sua agenda, após isso parte para o início da oração. No acompanhamento das transmissões, notei que o Bispo não utiliza nenhum suporte de texto ou outro recurso, nem mesmo a Bíblia, que tanto cita. O Bispo Bruno se apresenta com um pensamento altamente estruturado e uma vasta eloquência nos momentos em que está ao vivo.

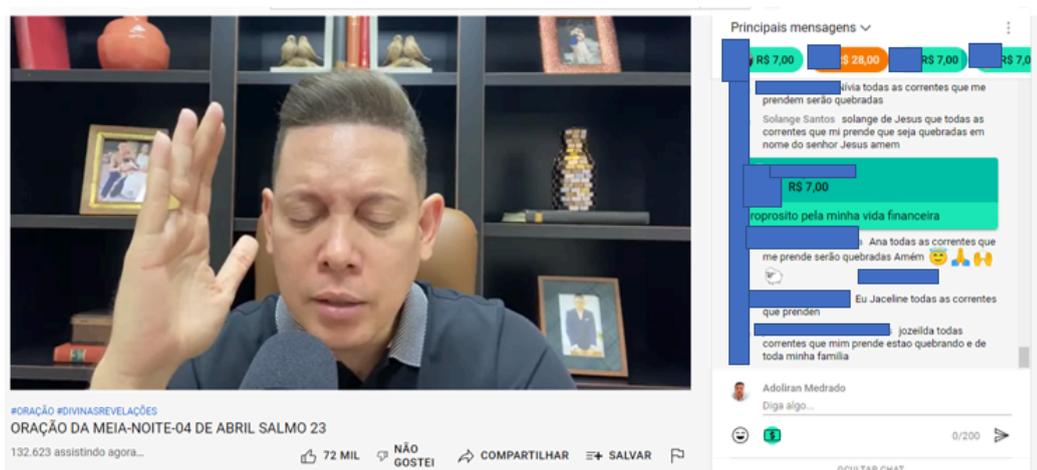
A voz do Bispo é agradável e com entonações controladas, em alguns momentos é possível perceber as sensações que pretende passar em suas falas, pois, em algumas de suas frases

<sup>12</sup> - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=s8oY93Ed1bs> - Acesso 04/04/2022.

é vista a emoção que espera transmitir aos seguidores. Assim:

Os próprios pastores/apresentadores, respaldados pela linguagem teatral, incorporam em suas falas o ethos dramático da encenação televisiva. [...] em determinados momentos dos seus discursos, mesmo que envoltos em uma aura de espiritualidade, darem lugar em seus enunciados, a um estilo “à maneira de” os mais atuantes atores seculares. (Patriota, 2007, p.17)

Imagem 4 – Imagem da oração via canal do Youtube do Bispo Bruno Leonardo já iniciada



Fonte: Reprodução Youtube - acesso 04 de abril de 2022<sup>13</sup>

Em suas palavras, enfatiza que é verdadeiramente um "profeta". Nas orações que ocorrem aos fins de semana, ele professa mensagens que direcionam o fiel para o início da semana, e nas orações que ocorrem durante a semana ele levanta reflexões sobre o dia percorrido. Ao assistir às orações do Bispo Bruno, e verificar questões relacionadas ao tempo de duração e às mensagens ali articuladas, refleti como, no universo pentecostal, a performance é atravessada pelo valor da sinceridade em relação ao estado interior do sujeito que professa. Para suporte a essa reflexão, acessei os escritos de Webb Keane (2002), no desenvolvimento de sua pesquisa etnográfica publicada no artigo "Sincerity, “modernity”, and the Protestants".

Keane (2002) analisa como os protestantes atentam para a autenticidade e para os movimentos espontâneos do discurso de uma oração, diferentemente por exemplo, das celebrações católicas que são apoiadas por preces impressas. Os estudos do autor sugerem que a celebração protestante é valorada a partir desse estado interior de quem a professa. A emoção e

<sup>13</sup> - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=s8oY93Ed1bs> - Acesso 04/04/2022.

tudo o que de inédito seja apresentado torna o momento mais vivo e transcendental, e passam a ser aceitos e considerados como atitudes sinceras pelo público.

Keane (1997) afirma, por meio do artigo “Religious Language”, que no universo protestante surge uma "ideologia da sinceridade", que é relacionada também a uma “ideologia semiótica”, ou seja, “todo o conjunto de práticas que envolvam as palavras e as coisas na mesma moldura” reforçam a emoção e sinceridade interior da celebração protestante, sendo ela assistida presencialmente ou, reforço eu, no digital. (Keane 1997, p. 20; tradução minha).

Ainda nesse contexto, Patriota (2007), descreve em como só se é possível a compreensão do texto bíblico por meio da transcrição para uma realidade social, segundo ela o texto bíblico "não se impõe, ele apenas se propõe a trazer uma experiência de vida, como interpelação, como iluminação, a partir da percepção com a nossa própria experiência.” (Patriota, 2007, p.10). Todavia, “os locutores fazem uma ponte interpelando a atual realidade dos seus ouvintes. Não há identidade discursiva sem a presença do outro – só é possível perceber que se pode viver algo semelhante, ou contrário no contexto bíblico, quando se confronta com a experiência do autor bíblico.” (Patriota, 2007, p.10).

Conforme descreve Leandro de Paula (2016), o sujeito religioso moderno, visto aqui pela perspectiva do protestante, indica que a experiência religiosa atual apresenta uma nova conotação: “tem-se com a reforma, como indica Taylor, uma mudança no centro de gravidade da vida religiosa: com a iconoclasta ética protestante determinando a desmaterialização dos antigos simbolismos cristãos, a religião pode passar a ser entendida como uma espécie de elaboração interior.” (De Paula Santos, 2016, p. 89). A oração do Bispo Bruno Leonardo e os aspectos que ele apresenta em sua performance transmitida pelo Youtube mostram que, para além das palavras ditas, o modo da experiência protestante pode ser acessado no significado da linguagem ou da forma, mais os dois estão geralmente e intimamente ligados, como defende Keane (1997).

Retornando à observação das orações, notei também como a primeira e última oração do dia são as mais rápidas. O Bispo justifica em alguns momentos dizendo que as orações do início do dia precisam terminar para que as “ovelhas” se preparem para a vitória do dia; quanto às noturnas, o Bispo destaca que as “ovelhas” precisam descansar para o próximo dia de batalha. Bispo Bruno reitera ainda a constância que o público precisa ter: não é apenas assistir uma oração, é necessário entender as transmissões como uma *rotina espiritual*.

Todas as orações diárias transmitidas ficam armazenadas no canal. Com base nisso, pude analisar que os números de visualizações dos conteúdos do Bispo gradativamente vão aumentando, tanto no momento de suas transmissões simultâneas quanto nos vídeos

armazenados. O que não posso afirmar é quanto ao interesse do público para com a reprodução após o momento da transmissão simultânea, ou o que leva ao aumento desse número. Entretanto, suponho que essa ação reforça como a atuação apresentada pelo Bispo Bruno em suas orações digitais é o seu principal portfólio e é a sua maior vitrine; pois as orações podem ser revisitadas e, de certa forma, revividas.

Por exemplo, o seguidor que já assistiu ao vivo pode posteriormente visitar o conteúdo, revivendo ou reafirmando a emoção sentida anteriormente, e o indivíduo que não conhece a atuação de Bruno nessas orações pode ser direcionado por um outro seguidor a uma dessas orações ou individualmente encontrar o conteúdo. Em paralelo a isso, notei, na maioria dos momentos que acessei, o Bispo sempre reforçando a necessidade que o público deve assumir com relação ao compartilhamento; orientando o público em como compartilhar os conteúdos e solicitando até mesmo uma quantidade para essa ação, solicitando ainda que o público participe das transmissões como uma atividade diária.

Em alguns momentos durante o mês, Bruno também oferece orações com temas específicos, em horários agendados, voltadas à vida financeira, vida conjugal, trabalho, relação familiar, objetivos pessoais, entre outros assuntos. De acordo com essas observações é possível notar como os conteúdos adicionados ao canal do Bispo reforçam uma prática religiosa para o âmbito particular do indivíduo. De acordo com Patriota (2008), esses conteúdos revelam “uma religiosidade fortemente emocional, que nasce da busca de respostas individuais, diante de um universo fragmentado no plano social, mas que é alimentado pelas manifestações religiosas de massa.” (Patriota, 2008, p.5). Portanto, a observação desse dado no canal do Youtube do Bispo Bruno Leonardo, reforça também como “o discurso religioso midiático, na maioria das vezes, serve para reforçar significações já estabelecidas, principalmente na sociedade de consumo em que estamos submersos.” (Patriota, 2008, p.5).

Em julho de 2022 ao completar a marca de 11 milhões de inscritos e com o interesse de comemorar e apresentar ao público o porquê da atividade online ser realizada, o Bispo Bruno disponibilizou um vídeo e neste revelou o propósito e como iniciou a sua atuação no Youtube. No vídeo, o Bispo narra que o seu trabalho com as orações diárias no Youtube é fruto de uma promessa profética de Deus sobre sua vida. Ele descreve como em um culto que participava, recebeu a revelação que Deus o iria levá-lo para o Brasil inteiro para pregar a sua palavra, mas sua voz chegaria primeiro que seu corpo.

Eu quero contar um pouco dessa história pra vocês, né? para vocês que estão comigo que são minhas ovelhas queridas entendam um pouco. Bom, esse como eu disse é um dia de muita felicidade porque eu vejo que é cumprimento de uma palavra de uma promessa que Deus me fez. Deus não escolhe os capacitados, ele

capacita a quem ele escolhe. E eu vejo que é Deus, tem coisas que não tem explicação somente Deus faz. Eu quero começar, primeiro falando um pouco de uma experiência que eu tive com Deus a alguns anos atrás. Deus usou uma Senhora, que ela não me conhecia e eu também não a conhecia. E eu estava fazendo um culto, na nossa igreja, eu estava pregando, e quando terminou aquele culto eu peguei o carro e fui para casa. No meio do caminho sentir no coração de não ir pra casa e de entrar em uma igreja e sentar para ouvir a palavra. Eu não sei se os Pastores que estão aqui me acompanhando, se aconteceu isso com você? comigo já aconteceu. Sentir vontade, né? de sentar e ouvir um pouco. Eu lembro que eu fui em um bairro de Salvador uma rua e era uma igreja bem pequena a igreja acho que não tinha 150 pessoas naquele dia. Parei o carro, não conhecia ninguém ali naquela igreja. Isso não é agora que sou uma pessoa mais conhecida, estou me referindo a alguns anos atrás, não era tão conhecido como sou hoje. Então assim, com certeza, ninguém ali me conhecia ou quase ninguém me conhecia e aí eu sentei, e uma senhora, uma mulher de Deus, eu lembro que ela tinha um sotaque que não era de Salvador quando eu comecei a ouvir a ouvi-la pregar eu identifiquei que ela não era de Salvador não era da Bahia. E ela olhou e apontou e disse assim: “esse rapaz aí no fundo” e eu lembro cada detalhe como agora! e ela falou “esse rapaz aí no fundo”, eu lembro que eu olhei pro lado, quando eu olhei pro lado ela falou assim: “sim você que olhou para o lado você pode vim aqui na frente” e eu levantei e fui lá na frente. Foi uma experiência que eu tive com Deus muito muito forte aquela senhora ela começou a falar sobre a minha vida, ela dizia assim “eu não te conheço e eu sei que você também não me conhece mais Deus mandou eu te dizer que ele vai fazer que ele vai te levar no Brasil inteiro e fora dela para pregar a sua palavra porém a sua voz chegará primeiro que o seu corpo”. Naquele momento que aquela senhora começou a falar aquilo, você já tomou anestesia? Foi o que eu senti, eu não sentia nada do meu corpo, a única parte que eu sentia de verdade eram os meus pés. Eu estou falando aqui como certo como Deus vive e como o ar que nós respiramos foi uma experiência que eu nunca vou esquecer aquela mulher dizia assim: “Deus mandou eu te dizer que ele vai fazer que ele vai te levar no Brasil inteiro e fora dela para pregar a sua palavra porém a sua voz chegará primeiro que o seu corpo”. Naquele momento eu não entendi e os dias se passaram. Deus tocou no meu coração, eu já estava fazendo orações no youtube. Mas eu não esperava o que estava para acontecer, porque quando Deus faz uma promessa ele já está com o projeto pronto. (Falas do Bispo Bruno Leonardo, no vídeo intitulado 11 MILHÕES DE INSCRITOS. EU QUERO TE CONTAR UM POUCO DA MINHA HISTÓRIA! Youtube, 2022<sup>14</sup>.)

Durante o vídeo, em continuidade ao relato destacado, o Bispo Bruno relatou também sobre o primeiro vídeo publicado em seu canal e como mantém o cumprimento da atividade até os dias atuais. Em sua fala, mostrou o primeiro aparelho tecnológico que utilizou de forma autônoma para realização das primeiras gravações, um celular da marca Apple do modelo Iphone altamente desgastado. Ao mostrar o aparelho o Bispo relatava que aquele foi o primeiro celular que o ajudou em sua missão profética e que devido a isso não o abandonou.

---

<sup>14</sup> URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vMLfmChxSLg> - Acesso: 09/03/2024.

Imagem 5 – Imagem do vídeo com tema "11 MILHÕES DE INSCRITOS. EU QUERO TE CONTAR UM POUCO DA MINHA HISTÓRIA!"



Fonte: Reprodução Youtube - acesso em 04 de junho de 2022<sup>15</sup>

No vídeo contou também como alcançava novos seguidores diariamente e como esse feito o assustava. Destacou que atualmente conta com uma pequena equipe de apoio e um cinegrafista, mas confirmou que as orações da rotina espiritual são gravações diárias de forma simples, feitas por ele mesmo sem auxílio de cinegrafista realizadas e transmitidas pelo seu celular pessoal, destacando que em todo lugar que vai leva seu tripé e microfone, justificando a ação com o argumento "Deus é grande, mas Deus também é simples.". Explanou os seus grandiosos números de visualizações e reforçou como acredita que tudo é o cumprimento da palavra de Deus sobre sua vida.

Ao longo dessas observações, constato como o Bispo utiliza apoios teológicos na apresentação de suas orações, pois é possível identificar nas orações observadas como o Bispo convoca ideias da chamada Teologia da Prosperidade. Nas transmissões, vejo como o Bispo direciona o público por meio dessa teologia que, “em lugar de uma forma de conduta metódica, que concebe o trabalho como um dever ascético a ser recompensado por Deus no outro mundo” prescreve que "a relação com o divino promete benefícios para o fiel aqui e agora”. (Salgado; De Paula Santos, 2018, p. 356).

Para a teologia da prosperidade, o sucesso financeiro se apresenta como o justo objeto da busca de quem crê, aliado a uma exaltação do consumismo mundano como direito individual, autenticado pelos céus. O sacrifício do Cristo teria conferido certa dignidade ontológica à criatura humana, dando contorno a uma lógica específica de relacionamento com o divino: existiria um consórcio feito com Deus no modo como o acaso é administrado, forma de controle para a qual convergiriam a atenção espiritual de cada indivíduo. (Salgado; De Paula Santos, 2018, p. 356).

<sup>15</sup> URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vMLfmChxSLg> - Acesso 04/06/2022

Com base nas observações até aqui mencionadas, pressuponho que nesses canais midiáticos Bruno Leonardo assume em sua presença digital uma tríplice identidade: é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem de sua tele-existência. É possível perceber que a atuação digital do Bispo assume a forma de uma *narrativa transmidiática*<sup>16</sup>, pois não ocorre apenas no Instagram: ela passa pela utilização de vários outros tipos de mídias, como Youtube, Telegram, Whatsapp e Facebook, usadas de forma estratégica, abastecidas por uma variedade de conteúdos que se completam e nutrem um mesmo universo, trazendo para suas “ovelhas” a sensação de um mar de possibilidades com a palavra de Deus profetizada pelo Bispo.

Pressupõe-se que um comportamento midiático já esteja engendrado na atuação de Bruno Leonardo, reiterando assim como “os meios mais cobiçados hoje em dia pelos pastores da maioria das igrejas evangélicas para garantir o Espírito Santo entre os homens, para aproximá-los da igreja e conservá-los afastados “do mundo” encontra-se, pois, a mídia eletrônica.” (Birman, 2006 p.50).

Destaco ainda que em 27 meses de observação de dois canais digitais do Bispo – seu perfil no instagram e canal no youtube, notei uma crescente de seu número de seguidores. O engajamento e alcance de suas publicações, são semelhantes a contas de marcas internacionais, que utilizam os recursos disponibilizados pela plataforma Instagram para vendas e divulgação de seus conteúdos em escala mundial. Os conteúdos publicados nos canais de Bispo Bruno Leonardo apresentam uma expertise em níveis de edição e qualidade técnica. Possivelmente o Bispo é assessorado por excelentes profissionais para gestão de seus conteúdos digitais. Todos os recursos da plataforma instagram e youtube são utilizados a serviço dos conteúdos do Bispo. Além disso, pelo alto índice do alcance da conta no youtube e seu reconhecimento verificado nas duas plataformas, pode existir um retorno financeiro <sup>17</sup> dessas plataformas ao Bispo Bruno Leonardo.

Mesmo com comportamento midiático já evidenciado, é notório que a atuação do Bispo Bruno Leonardo não ocorre apenas nos meios digitais e não se resume apenas a isso. Por conta disso, precisei acompanhá-lo também em sua igreja e observar sua atuação perante suas

---

<sup>16</sup> Por narrativa transmidiática, entende-se o conceito criado pelo sociólogo Henry Jenkins (2008), a qual refere-se à utilização de vários tipos de mídias, que usadas de forma estratégica criam uma variedade de conteúdos que se completam e nutrem um mesmo universo comunicacional para um determinado público.

<sup>17</sup> O youtube monetiza alguns criadores de conteúdos da plataforma; de acordo com a própria plataforma: “os canais precisam atender a limites de qualificação relacionados a tempo de exibição e número de inscritos. Após a candidatura do potencial membro, a equipe de avaliação do YouTube verifica se o canal não infringiu as políticas de conteúdo, direitos autorais e monetização do YouTube. Somente canais que atendem aos limites de qualificação e seguem as diretrizes são admitidos no programa, que os qualifica para receber acesso a anúncios e outros produtos”. (Youtube, 2023).

“ovelhas” através de seu púlpito no ambiente fora das redes. Também em razão de, conforme aponta o antropólogo Gilberto Velho, “[existirem] aspectos de uma cultura e de uma sociedade que não são explicitados, que não aparecem à superfície” (Velho, 1987, p. 123). Desse modo, me coloco perante o cumprimento de uma tarefa mais ampla, detalhista e aprofundada no que se refere à análise, por meio da observação do trabalho do Bispo Bruno no espaço fora de seus canais digitais. Ação que será descrita pela análise do próximo eixo de atuação do Bispo.

### 3.3 O Bispo no púlpito

Para cumprir a escrita sobre esse eixo, realizei visitas presenciais à sede da igreja Avivamento Mundial, visando compreender como o Bispo atua fora de seus canais digitais. Nessas visitas, assumi uma postura de apenas ir à igreja com o objetivo de observar e ouvir, a fim de trazer essas experiências para minha leitura do fenômeno. Considerando que

os atos de Olhar e de Ouvir são, a rigor, funções de um gênero de observação muito peculiar (i.e., peculiar à antropologia), por meio da qual o pesquisador busca interpretar (melhor dizendo: compreender) a sociedade e a cultura do Outro "de dentro", em sua verdadeira interioridade. Tentando penetrar nas formas de vida que lhe são estranhas, a vivência que delas passa a ter cumpre uma função estratégica no ato de elaboração do texto, uma vez que essa vivência - só assegurada pela observação participante "estando lá" - passa a ser evocada durante toda a interpretação do material etnográfico no processo de sua inscrição no discurso da disciplina. (Cardoso de Oliveira, 1996, p. 31)

Certamente que, na preparação para ida à Igreja, busquei todas as informações sobre o trajeto e sobre a programação do local, almejando momentos em que pudesse estar frente à presença do Bispo Bruno Leonardo. Encontrei a informação sobre a programação presencial por meio de páginas não oficiais da Igreja Avivamento Mundial, da sede de Salvador, com os horários dos cultos principais, e direcionei minha agenda para ida ao campo.

Não obstante, algo me inquietava, pois, no período de preparação para a ida a campo, lendo referências das Ciências Sociais que pudessem preparar para tal ação, mantinha em paralelo a observação dos rastros das publicações do Bispo, a fim de identificar um cruzamento entre a data da minha ida a campo com sua presença na igreja de Salvador.

No entanto, percebi que esse cruzamento não se efetivaria: através do acompanhamento das publicações digitais do Bispo Bruno, descobri que ele não mais estava morando em Salvador, e que, além disso, sua agenda não se destinava mais a participações em cultos na sua própria Igreja, em qualquer que fosse a cidade. Ao longo dessa pesquisa, notei que a atuação do Bispo se destina a seus meios digitais e aos eventos que realiza, denominados “Visita do Profeta”<sup>18</sup> - onde o acesso do público ocorre por meio de senhas que são publicadas pelo instagram do Bispo e se

---

<sup>18</sup> Abordarei mais à frente o que venha ser a “Visita do Profeta”.

esgotam em minutos.

Mesmo com esse novo cenário, visitei a Igreja em dias diferentes e acompanhei três cultos em dias úteis, alternando meu horário de presença: em um culto fui pela manhã e em dois outros pela noite. Em meus primeiros dias de observação e escuta na Igreja, observei inicialmente como é composto o seu espaço físico; espaço esse extremamente amplo, em um único vão, em dimensões profundas tanto em largura como em comprimento. Paredes em tom azul claro, de teto composto por potentes lâmpadas fluorescentes.

O altar era visto no horizonte, formado por um palco com altura considerável, com um púlpito dourado com o desenho de uma cruz ao centro e instrumentos musicais sobre o fundo, próximo a uma poltrona. O altar é composto também por uma cenografia na parede, no principal foco logo atrás do púlpito: a imagem de um castiçal dourado, acima da qual está escrito com letras também em dourado as palavras: Jeová Ravah<sup>19</sup>.

A estrutura cênica da Igreja Avivamento Mundial sugere sua sintonia com certo movimento de "judaização do pentecostalismo" no Brasil. Segundo Rodrigo Toniol (2019), essa tendência pode ser exemplificada através da iconografia do Templo de Salomão pela Igreja Universal do Reino de Deus em São Paulo, e conseqüentemente, reforçada por outras instituições de caráter pentecostal, como a Avivamento Mundial. Para Toniol (2019), a Universal, com atitudes e práticas demonizantes às religiões afro-brasileira, precisava afirmar suas qualidades simbólicas, sendo os símbolos judaicos resgatados para reafirmar sua identidade enquanto Igreja. A ampliação do repertório simbólico com associação a objetos judaicos acompanha uma estratégia de expansão do segmento pentecostal: "conectar-se com o judaísmo é também um recurso para sua expansão, garantindo a comunicação a partir de outros referenciais e, ao mesmo tempo, se inscrevendo na história global do cristianismo" (Toniol, 2019).

A sede da Avivamento, aparentemente, consegue comportar cerca de duas mil pessoas. As cadeiras, de plástico e brancas sem nenhum conforto, são dispostas sobre o espaço em fileiras não simétricas. Essas cadeiras são ocupadas pelos mais variados tipos de pessoas com as mais diversas expressões, com os mais diversos trajés, com uma considerável proporcionalidade entre homens e mulheres.

A duração do culto da manhã é muito mais rápida do que o culto da noite. Pude ouvir, antes de iniciar o culto da manhã, um grupo de senhoras conversando sobre os esforços que faziam para estarem ali antes do trabalho. Das três senhoras, uma comentava sobre como sua carga horária de trabalho era afetada para participar do culto da manhã: "eu saio de casa no

---

<sup>19</sup> Não encontrei o real significado da expressão em fontes bibliográficas, porém, em pergunta a uma Senhora presente na Igreja sobre o significado, a mesma me relatou que a expressão significa "Deus do Impossível".

primeiro Acesso Norte<sup>20</sup>, como é caminho, desço do metrô aqui antes do trabalho, e o atraso que dá no ponto eu pago depois”. Já uma outra senhora reforçava a necessidade do esforço, dizendo: “perdi a bênção de meu trabalho, mas a revelação será cumprida e mesmo no corre que eu estiver vou continuar servindo e eu creio”. Observei na participação do culto da noite como a presença do público revelava um pouco de suas realidades profissionais. Notei que algumas pessoas, até com crachás expostos, retornavam de seus locais de trabalho e, antes da chegada a seus lares, passam na Igreja para participar do culto.

Retomando como essas pessoas se apresentam no modo que se vestem, notei que para esse critério não existe um padrão, nem uma conduta que conduza o público sobre vestuário: aparentemente todo tipo de traje é aceito na Igreja Avivamento Mundial. Observei homens fardados profissionalmente, outros de bermuda e outros de calça. Alguns mais jovens usavam bonés e apresentavam tatuagens no corpo. Esses homens usavam camisetas, camisa polo, camisas com anúncios promocionais, camisas estampadas ou de manga longa. Vi também como as mulheres se apresentavam com roupas confortáveis, como saias, calças e vestidos de tecidos mais leves, e outras com roupas mais formais de tecidos mais pesados. Cabelos dos mais variados tipos e penteados, umas maquiadas e com acessórios e outras não, e algumas outras mulheres também fardadas profissionalmente.

Observei assim que os mais diversos estilos e também idades formavam o público dos cultos. Todavia, era expressiva a presença de pessoas pardas e negras. Aparentemente essas pessoas chegaram no culto por meio de transporte público. Já no quesito quantidade, o número de fieis também me chamava a atenção: observava como existia um público, ainda que expressivo, muito variado e explicitamente diferente<sup>21</sup> de um culto para outro. Consegui identificar poucas pessoas que estavam presentes em todos os cultos nos quais estive nas primeiras idas a campo.

Na Igreja percebi ainda uma vasta equipe de apoio à celebração. Mulheres com um mesmo tipo de roupa, como uma farda para aquelas ocasiões, altamente atenciosas, sempre divididas entre a porta e o meio da Igreja. Se apresentavam logo à chegada de cada fiel e se mostravam prestativas durante a condução de todo o culto, e sempre ocupavam a linha de frente das celebrações. Essa equipe de apoio é também composta por homens, que usavam ternos de mesma cor e mesma gravata em sua maioria, aparentemente mais preocupados com segurança, operacionalização da celebração e disposição dos fiéis no espaço.

---

<sup>20</sup> Ônibus com destino a uma das principais estações de metrô da cidade de Salvador.

<sup>21</sup> Identifiquei essas ações por meio da observação de pessoas que aparentemente sozinhas demonstravam comportamentos de desconhecimento e espanto com o local, algumas delas eram acompanhadas e orientadas por obreiras da igreja. Outras pessoas, já acompanhadas em alguns dos casos, pareciam ter sido convidadas a estar ali.

O primeiro culto que participei foi conduzido pelo Pastor Patrick Souza. Com titulação de sacerdote diferente da de Bruno, Patrick aparentava ter entre 27 a 30 anos. O que mais me chamou a atenção na apresentação do Pastor era como ele reforçava, em sua celebração, certas características que são semelhantes à forma como o Bispo Bruno Leonardo se apresenta nos meios digitais. Com uma fala que mostrava esforço nas cordas vocais para que as entonações ficassem iguais à forma como o Bispo Bruno fala, e o corte de cabelo similar ao do Bispo, o Pastor Patrick Souza durante toda sua celebração parecia estar fazendo uma emulação da performance de Bispo Bruno Leonardo.

O Bispo se revela na igreja como um ser onipresente. Senti que, mesmo sem a presença física do Bispo ali naquele lugar, ele era um dos principais responsáveis pelo direcionamento daquele público na igreja. Desde a fala do celebrante, que diz “somos servos pela palavra do nosso Bispo”, com grande resposta do público que naquele momento ouvia a oração, até os comentários de alguns presentes que pude ouvir antes do culto ser iniciado: “estou ouvindo a oração do salmo 91 do Bispo todo dia antes de sair de casa”.

Em uma noite de participação de mais um culto na Avivamento, constato que a Igreja do Bispo Bruno aceita mulheres na posição de liderança: a celebração da noite estava sendo conduzida pela Pastora Carol, uma mulher branca, carismática, que aparentava ter entre 29 e 35 anos, vestida com trajes sociais, sem decotes, com o braço coberto e com saia abaixo do joelho. Durante a celebração, a Pastora Carol reforçava o que tinha sido revelado na visita do Profeta em São Paulo. Dizia que trouxe consigo as revelações que presenciou na outra cidade: “somos o corpo vivo das promessas de Jeová. Em São Paulo na visita do nosso Bispo eu vi maldições caindo por terra e eu revelo agora para honra e glória como as maldições colocadas em sua vida estão caindo agora em nome de Jesus”. Bispo Bruno Leonardo sempre assumia a marca de condução, reforço ou justificativa em algum momento da celebração, tanto do Pastor Patrick como da Pastora Carol.

A música gospel envolvia o público em alguns momentos da celebração. Em um culto, a música foi tocada por uma banda presente no altar e em outros cultos as músicas foram reproduzidas através de caixas de som; músicas essas que já pareciam ser do conhecimento do público, cantadas por todos e reforçadas pelos celebrantes – que naquele momento se transformavam em afirmadores do que era dito nas letras, e repetiam no microfone as palavras que reforçam a estrofe mais marcante da música, exemplos “não temas”, “espera no senhor”, “Deus de Promessa”. Além de ouvirem a música, era notório que o público a sentia, pelas expressões reveladas em seu corpo, alguns fechavam os olhos, outros colocavam a mão sobre o

peito, outros erguiam os braços. Percebi que as mulheres nesse momento eram as que revelavam comportamentos mais expressivos.

Poucas pessoas portavam a bíblia, mas foi possível notar que a maioria acessava o texto por aplicativo de celular. Notei que, antes de iniciar o culto, uma senhora de aparentemente 50 anos utilizava o aparelho como meio de reforço de sua fé: foi possível perceber que, durante o culto, ela compartilhava vídeos do Bispo para contatos do Whatsapp, e que a tela principal de seu aparelho estampava a foto do Bispo Bruno Leonardo.

Durante o culto havia sermões e orações, revelações, músicas cantadas por toda igreja, e diversos movimentos corporais que revelavam a aceitação das pessoas para com as mensagens transmitidas, e por meio dessas ações eu pude constatar a emoção do público da Avivamento. No último culto que participei nesse primeiro período, o tema era “Sexta-feira da unção contra inveja”. Ao final da celebração, o Pastor Patrick direcionou o público para uma fila, onde cada um dos fiéis, em ordem, retirava os calçados e subia ao altar descalço, e o Pastor passava o óleo unguento<sup>22</sup> sobre seus pés.

Nas minhas visitas iniciais na Igreja Avivamento Mundial, constato como as celebrações na igreja são conduzidas por diversas formas sensoriais e como estas constroem assim certa estética de persuasão.

Formas sensoriais são modos autorizados de organizar e invocar acesso ao transcendental que moldam o conteúdo (crenças, doutrinas, conjunto de símbolos) e as normas religiosas. Essas formas possuem um papel central na modulação dos praticantes como sujeitos religiosos, envolvendo-os em práticas particulares de culto e padrões de sentimento. Em consequência, formas sensoriais são parte de uma estética religiosa específica, a qual comanda um engajamento sensorial dos seres humanos entre si e com o divino, gerando sensibilidades específicas. (Meyer, 2018, p.28).

Os três eixos de atuação que foram apresentados e são perpassados por Bispo Bruno Leonardo são convergentes entre si e reforçam como uma celebridade religiosa possui uma atuação diversificada, ampla e estratégica semelhante a uma celebridade secular. Ao correlacionar os diferentes eixos discutidos ao longo desta seção, percebe-se que o papel de liderança desempenhado por Bispo Bruno na Avivamento Mundial, juntamente com sua marcante presença mediada pelos canais digitais, sugere uma presença que transcende os limites físicos da igreja e pelas breves experiências nos cultos em que participei na Avivamento Mundial, o Bispo Bruno parece corresponder também a uma presença ausente. Nesse sentido, considero que ele já apresenta uma dimensão *onlife*. Noutras palavras, sua vida pública e sacerdotal apresenta uma

---

<sup>22</sup> Na prática religiosa, em maioria pentecostal, o ato de unguir está relacionado a utilização de determinados óleos, consagrados como parte de um ritual, no intuito de exercer influência espiritual com a finalidade de abençoar, em pessoas, templos, bens materiais ou em tudo que se deseja santificar, curar ou proteger.

nova condição da era digital, em que a barreira entre real e virtual é inexistente e há precisamente a afirmação de uma dinâmica social *onlife*, ou seja, uma existência híbrida. (Soares; Stengel, 2021, p. 8).

## 4. O profeta e suas ovelhas.

### 4.1 De Bispo a Profeta

Ao longo do desenvolvimento das análises e com descrição dos eixos de atuação do Bispo Bruno Leonardo, observei que existia em sua atuação uma dupla titulação na forma que se apresenta a seu público. De modo evidente, Bispo Bruno atua na Avivamento Mundial como Bispo e também assina todos os seus conteúdos desta forma, inclusive em todos os seus canais digitais a sua apresentação é a de “Bispo Bruno Leonardo”. Porém, notei a existência de uma segunda forma de apresentação na sua atuação, visto que, em algumas postagens e até mesmo nos discursos proferidos por outros Pastores em sua própria igreja e em suas falas durante a transmissão de suas orações, Bispo Bruno Leonardo se apresenta e/ou é apresentando como Profeta.

Avalio como importante acionar a constatação sobre a dualidade em sua intitulação e apresentação pública nesta seção, considerando que “os discursos religiosos, judiciários, terapêuticos e, em parte também, políticos não podem ser dissociados dessa prática de um ritual que determina para os sujeitos que falam, ao mesmo tempo, propriedades singulares e papéis preestabelecidos.” (Foucault, 1996, p.39).

O fato em questão, amplia a interpretação sobre os eixos de atuação descritos na seção anterior. Bispo Bruno Leonardo, além de Bispo e líder principal de uma congregação, que atua constantemente em canais digitais, se autointitula e também é nomeado de Profeta.

Além disso, a questão que vem a ser analisada nessa dualidade autoral<sup>23</sup> do Bispo Bruno Leonardo, é uma importante etapa para alcance do objetivo da pesquisa, pois “o indivíduo só funciona como sujeito do discurso e, em particular, como autor, ao ocupar um determinado lugar e assumir certas funções.” (Alves, 2015, p.81). Por isso, torna-se importante compreender qual o lugar de autoria o Bispo Bruno Leonardo mais evidência, o de Bispo ou de Profeta? ele desassociou essas duas autorias? como o público a compreende?

A nomenclatura de Bispo é popularmente ligada a Igreja Católica, que possui uma consolidação hierárquica relacionada ao episcopado. Essa nomenclatura também permeia algumas Igrejas protestantes, porém nessas organizações a hierarquia é muito mais próxima de um organograma empresarial, onde o principal fundador sempre assume o posto sacerdotal mais

---

<sup>23</sup> Para conceituação do termo autor evidencio o pensamento de Michel Foucault a partir da Ordem do Discurso (1996) compreendendo que “o autor, não entendido, é claro, como o indivíduo falante que pronunciou ou escreveu um texto, mas o autor como princípio de agrupamento do discurso, como unidade e origem de suas significações, como foco de sua coerência.” (Foucault, 1996, p.26).

alto, não existindo na maioria dos casos uma trajetória – como pode ser visto na história do próprio Bispo Bruno Leonardo ou do Bispo Edir Macedo.

Com relação a titulação de Profeta, o termo é característico das passagens do Antigo Testamento. Menciona-se que os profetas mediavam a interação entre Deus e o povo. “O profeta era detentor de profunda representatividade religiosa e compreendido como um indivíduo especial e dotado de características únicas, visto não ser qualquer um que tinha talento ou vocação para ser profeta. O profeta era alguém escolhido por Deus para levar sua mensagem a seu povo, seja de destruição, salvação ou redenção.” (Costa Junior, 2022, p.9).

Na antiguidade, a pessoa do profeta era entendida como intérprete de uma divindade, conhecida como vidente e poeta. O vidente ou, em grego, mántis era aquele que proferia a partir de uma revelação que vinha de uma divindade, não falava de suas próprias idéias, pensamentos, mas experienciava a presença de Deus e falava do passado, presente e futuro (Neves, 2007, p. 46).

Não só o entendimento de mensageiros de Deus ao povo, outra característica peculiar da compreensão do termo no Antigo Testamento, mostra a relação dessa nomenclatura como uma condição sobrenatural e mística do detentor do profetismo, visto que para Costa Junior (2022, p.14) “o profetismo não surge com um viés racional ou científico”.

Sicre (1996, p.76-83) mostra que existem em torno de 3 designações para o profeta no Antigo Testamento sendo elas vidente (ro'eh), homem de Deus (is elohim) e profeta (nabî). Os 3 termos aparecem por diversas vezes no Antigo Testamento, porém Sicre (1996, p.76-83) as classifica como sinônimos no que se remetem a figura do emissário de Deus. Por outro lado, também se tem a visão que o nabî era o porta-voz de Deus, ele não dizia o que acreditava e sim proferia a própria vontade de Deus, em suma os nabî passaram a serem compreendidos como “homens da palavra”. (Sicre, 1996, apud. Costa Junior, 2022, p.15).

No entanto, a sociedade descrita no antigo testamento ansiava pela salvação e a chegada da boa nova, mas “atualmente o povo também é oprimido pelo sistema capitalista, e em prol disso elegem seus próprios profetas para trazerem as boas novas para si e enfrentarem as adversidades.”(Costa Junior, 2022, p.40). Desse modo, líderes pentecostais em ascensão, como o caso de Bispo Bruno Leonardo, aproximam seus discursos a forma com a qual faziam os profetas do antigo testamento. Ilustrando aos fiéis por meio de suas ações habilidades iguais às dos profetas do antigo testamento, como por exemplo, dom da cura, revelações divinas e visões sobre o futuro.

o profeta propõe uma reforma da religião instituída ou a inauguração de uma religião inteiramente nova. Inversamente, no universo evangélico da sociedade brasileira contemporânea, a radicalidade da palavra inaugural do profeta, que dissolve o que existe para proclamar o inédito, diluiu-se num mercado onde todos se investem da profecia e se dizem anunciadores das mensagens de Deus. (Côrtes, 2014, p.199).

A evidência da autodeclaração do termo profeta, também é atrelada ao status de celebridade religiosa, pois, “um líder só é celebridade se for profeta, mesmo que não declare sua posição abertamente” (Campos, 2011, p.1016), e no caso do Bispo Bruno Leonardo, o seu público não segue apenas o Bispo, segue também aquele que é visto como o Profeta, existindo uma condição superior de uma simples liderança religiosa.

Outro fator relevante para a disseminação da atuação profética do Bispo Bruno Leonardo, liga-se a ação de circulação de sua atuação. Como reforçado por Campos (2011, p. 1019) “o sucesso do profeta ou do líder carismático depende, para além de suas capacidades extraordinárias – que numa linguagem bourdieuiana são os capitais social e econômico – de sua capacidade de compartilhar e fazer circular o carisma.”. O que é evidente na atuação do Bispo Bruno, pois ele espalha a sua profecia apoiado pelos seus canais digitais, sendo por meio das telas a afirmação principal do seu papel de profeta na vida de suas “ovelhas”.

Como visto na transmissão ao vivo da oração das 00h do dia 15/09/2022 no canal do Youtube do Bispo Bruno Leonardo, com um público de 257.905.00 visualizações, enfatizado ser tomado por uma revelação profética o Bispo interrompeu a frase que estava concluído e informou aos espectadores o que Deus havia solicitado que dissesse naquele momento e disse:

“O senhor me mostrou aqui um nome: Telma. E o Senhor falou comigo: diga para minha filha, que para ela eu sou Jeova Ravah, por que o Senhor me mostrava como se uma seta tivesse atingido a sua saúde, desta filha de Deus chamada Telma. Eu vou ser mais preciso agora, na região uterina. Mais o Senhor está tocando nessa oração da madrugada. o Senhor manda dizer para Telma que está aqui agora assistindo, confie, confie porque para ti eu sou Jeova Ravah. Manda te dizer o senhor.” (Palavra do Bispo Bruno Leonardo, na oração realizada em seu canal do youtube<sup>24</sup>)

---

<sup>24</sup> - URL:<https://www.youtube.com/watch?v=L86qnEWAaAYi> - Acesso 15/09/2022.

Baseado no discurso dos profetas do antigo testamento, não sendo somente um Bispo, atrelado aos recursos midiáticos pelos quais opera, Bispo Bruno Leonardo toma para si a missão e o título de profeta, expandido seu interesse em levar a boa nova para as multidões, utilizando para tanto os recursos disponíveis na atualidade.

Todavia, retornando as ideias de Weber (2021) o profeta é visto como alguém que transcende as regras cotidianas e desafia a ordem social estabelecida. Weber também destaca que a autoridade carismática, incluindo a do profeta, é instável e temporária. Ela depende da crença contínua dos seguidores na extraordinariedade do líder. Com o tempo, a morte do profeta ou a falta de continuidade carismática pode levar ao enfraquecimento ou desaparecimento da autoridade carismática.

A mobilização de seguidores pela fé em mensagens transmitidas pelo profeta, central na teoria de Weber, encontra um terreno fértil nos canais digitais a partir da mídiatização da religião. Nesse sentido, o Bispo Bruno Leonardo, ao disseminar suas mensagens, mobiliza uma comunidade virtual de seguidores que compartilham suas crenças e valores religiosos e o colocam no patamar de profeta.

No entanto, de acordo com a instabilidade e temporariedade<sup>25</sup> da autoridade carismática, apontadas por Weber, também se aplicam no contexto da atuação do Bispo Bruno. A continuidade do status de profeta do Bispo Bruno Leonardo dependerá de sua capacidade de adaptar-se às mudanças tecnológicas, manter o engajamento dos seguidores e gerenciar desafios online, como críticas e controvérsias que possam surgir ao longo de sua carreira.

Para reforço da questão que evidenciamos nessa etapa da pesquisa, observamos adiante, na próxima seção desta dissertação, dados da minha observação participante na celebração itinerante que o Bispo Bruno Leonardo realiza denominada como “Visita do Profeta”, espaço pelo qual Bruno demarca e assume seu título de profeta. Portanto, iremos avançar nas próximas páginas nas considerações da atuação do Bispo e na relação com seu público.

---

<sup>25</sup> Weber destaca que a autoridade carismática, incluindo a do profeta, é instável e temporária. Ela depende da crença contínua dos seguidores na extraordinariedade do líder. Com o tempo, a morte do profeta ou a falta de continuidade carismática pode levar ao enfraquecimento ou desaparecimento da autoridade carismática. Essa abordagem de Weber sobre liderança carismática e profetismo contribui para a compreensão sociológica dos movimentos religiosos e sociais.

## 4.2 A Visita do Profeta. O Bispo diante de suas ovelhas.

Essa seção irá descrever momentos em que o Bispo Bruno Leonardo está diante de seu público. A Visita do Profeta é a celebração central da atuação de Bruno Leonardo, só é possível vivenciar sua atuação fora das redes neste evento ou esporadicamente com dada programação em algum culto especial em algumas das sedes da Avivamento Mundial.

Destaca-se ainda o caráter itinerante da celebração, realizada em cidades diversas pelo Brasil, a exemplo de São Paulo e Rio de Janeiro. Vale ressaltar, que com essa característica itinerante o evento tem uma formatação de deslocamento do espaço físico da sua Igreja passando a integrar o espaço público, demarcado a Avivamento para além de suas instalações. O evento acontece em espaços destinados a grandes produções, como ginásios, estádios, estacionamento privativos, arenas e teatros municipais – a depender da edição e da cidade que irá receber o evento.

Tomei conhecimento da Visita do Profeta por meio das publicações do Bispo, e comecei a imaginar como o evento acontecia. Inicialmente notei nos conteúdos que o evento tinha uma atenção e destaque na agenda do Bispo. Não pude deixar de perceber como o evento era anunciado como algo excepcional, como uma grande oportunidade de encontro com a atuação profética do Bispo Bruno Leonardo de maneira presencial e fora das telas.

Os conteúdos que acessei sobre o evento, em formato de vídeo e imagem, possuem total destaque a titulação de Profeta direcionado a Bispo Bruno, excelentes recursos de diagramação, narração e fundos musicais bem projetados, imagens que descrevem a emoção do público presente e reforço a apresentação carismática do Bispo. Por meio desses materiais, enfatizei a certeza que era um excelente momento para ter a oportunidade de analisar a atuação do Bispo Bruno de forma presencial.

Além disso, tomo como importante descrever que a principal sensação que tive ao acessar esses conteúdos, foi a de espetacularizar o evento, o identificando não somente como uma celebração religiosa e sim como um espetáculo. Acredito ainda que os seguidores do Bispo também são atravessados por essa sensação – expressas com envolvimento por meio dos comentários do tipo “meu Bispo preciso estar em sua presença”, “minha vida foi transformada quando fui” “Eu creio que vou conseguir a minha senha”. em uma das publicações sobre a Visita do Profeta.

Segundo Debord (1997, p. 20), “o espetáculo é a reconstrução material da ilusão religiosa”. Para a Visita do Profeta, o público é convocado ao evento a partir da retirada de

senhas. Como se houvesse uma exclusividade para participação, por meio da retirada das senhas por uma bilheteria digital, sendo enfatizado nos conteúdos que só adentram ao evento aqueles que conseguem retirar as senhas disponibilizadas. O momento da retirada das senhas acontece sem um aviso prévio de data e horário, como se o interessado tivesse que acompanhar constantemente para não perder esse momento, como a abertura da bilheteria do show de um superstar. O Bispo apenas divulga o início das retiradas e logo em seguida publica em como essas senhas se esgotam em minutos.

Diante dessas descrições sobre a celebração e com o fato de que este evento é um momento relevante da atuação do Bispo Bruno e de interação direta com o seu público, friso que para o avanço da pesquisa foi de fundamental importância a participação no evento, deste modo para continuidade deste capítulo narro nas partes seguintes a minha participação em algumas edições da Visita do Profeta.

Ao longo da apresentação da celebração aponto a atuação do Bispo Bruno como uma performance. Para tal conceituação parto do entendimento de Richard Schechner (2006), que contextualiza a performance como uma ação que não está “em” nada, mas “entre”. Schechner (2006) propõe que uma performance é descrita pelo ato de exhibir-se a extremos através de uma ação para aqueles que assistem. Em paralelo a isso, segundo suas ideias “qualquer comportamento, evento, ação, ou coisa pode ser estudada “enquanto” performance” (2006, p.14).

Todavia, a partir dessa etapa iremos também avançar analiticamente, tendo como suporte o pensamento de Meyer (2019) sobre a mediação, materialidade e as formas sensoriais da religião, buscando destacar a partir da Visita do Profeta “o papel dos corpos, sentidos, mídias e coisas na produção de sujeitos e comunidades religiosas” (Meyer, 2019, p.45), tendo como método a observação participante.

#### ***4.2.1 Visita do Profeta em Salvador***

##### **“Minhas ovelhas queridas de Salvador!”**

Ciente da atuação do Bispo Bruno Leonardo pelo acompanhamento de suas publicações no Instagram e orações no Youtube, aguardava a divulgação de sua agenda buscando participar de uma de suas visitas. Ao aguardar a divulgação de uma data, percebia também como é esporádica a divulgação de sua agenda, não existe uma frequência regular da Visita do Profeta nem de cultos a serem celebrados por ele.

O público interessado, deve de fato aguardar a divulgação e abertura das senhas, não

existindo a possibilidade de prever em qual cidade será realizada a próxima visita e a distância de uma data a outra. Em suma, a Visita do Profeta não é um evento com uma ordem cronológica e a agenda do Bispo não é um conteúdo de fácil acesso.

Além disso, no período de preparação para minha primeira experiência de participação em uma visita, os decretos relacionados à pandemia da Covid 19 estavam no início de flexibilização. Entretanto no dia 07 de abril, o Bispo divulgou rapidamente em seus stories a Arena Fonte Nova<sup>26</sup> em Salvador. Em uma gravação rápida ele aparecia no local, em um vídeo sem áudio e sem nenhuma legenda. Logo que vi essa publicação, acreditei que se tratava de uma programação e planejamento relacionados à Visita do Profeta na cidade.

O que acreditei de fato se concretizou, o Bispo divulgou na semana seguinte à data da Visita do Profeta em Salvador. Agendada para 29 de maio de 2022. Do momento do anúncio da data até a realização do evento, todos os conteúdos divulgados por Bispo Bruno foram associados à visita a ser realizada em Salvador.

O primeiro conteúdo de divulgação sobre a visita em Salvador, foi publicado no dia 12 de abril de 2022 também em formato de vídeo pelo stories, dessa vez mostrava o Bispo consagrando o local para realização da visita. Em trechos do vídeo, Bispo Bruno enfatizava que a data escolhida seria um dia de grande benção na vida das “ovelhas” e que os fiéis que clamavam por transformações não poderiam deixar de participar da celebração.

O Bispo narrava em locação ao fundo das imagens, que naquele dia ia ser instrumento vivo de Deus na vida das “ovelhas” entregando fortes profecias. Destacando a data como um dia para ficar gravado na história, sendo “a maior visita do profeta do Brasil” como o “dia de mudança de sorte”.

A gravação focava em diversos momentos, dentre eles um em que o Bispo estava orando de joelhos sobre o gramado do estádio, de olhos fechados. Em outros momentos o vídeo, com um fundo musical instrumental, mostrava em foco o Bispo Bruno caminhando e tocando em partes do estádio e em alguns momentos apontando e erguendo as mãos para o céu.

Com a divulgação da data e local para realização da visita em Salvador a grande espera era então a liberação das senhas. O meu próprio interesse estava relacionado a hora da liberação da senha, anunciada para o dia 25 de abril às 20:00h.

Em imagens bem diagramadas, com tipografias em tons de branco e dourado em palavras no superlativo enfatizando “a maior visita”, as publicações de divulgação focaram na data da liberação das senhas, na contagem para dia o dia do evento, e nos atributos que iriam fazer parte

---

<sup>26</sup> Um dos principais estádios de futebol da cidade de Salvador.

da celebração.

Além disso, o Bispo Bruno durante o período de divulgação do evento esteve em Salvador, aparentemente ficou na cidade até o dia de realização. Nesses dias, Bispo Bruno publicava momentos de sua vida pessoal, como uma ida a um Shopping Center da cidade de Salvador, e assim filmava e transmitia via *stories* como estava sendo recebido pelo público nas ruas.

O público o assediava e frisava para ele o interesse em participar da Visita do Profeta em Salvador. Nos diálogos desse momento o Bispo Bruno Leonardo respondia as pessoas como “a data é uma data escolhida por Deus”, “é a permissão do Senhor que fará você estar presente ou não”, “se coloque em estado de oração até a data”, “promessas serão cumpridas nesse dia”, “você tem que crer que eu sou o Profeta de Deus na sua vida”, “minha Ovelhas amadas todas elas vão estar comigo na presença do pai”. Nessas imagens era visível a emoção do público.

Eis que chega o dia 25 de abril, dia de liberação das senhas, as chaves de acesso à Visita do Profeta. Como publicado, o horário de liberação iria ser as 20:00h, mas logo pela manhã o Bispo já anunciava e interagia em seu instagram sobre o grande momento. Não como anunciado pontualmente às 20:00h, mas às 20:28h Bruno divulgou um *story* que dava acesso ao link de liberação das senhas. As senhas foram disponibilizadas por uma plataforma de bilheteria online de nome Eventbrite. O evento aparecia como o único de cunho religioso, ao lado de outros eventos de cunho secular.

Algumas horas na fila, após realizar o cadastro, aguardei o recebimento da senha em meu e-mail e às 20:46h a senha estava disponível. Entretanto, essa não foi a chance de todos os que aguardavam: o Bispo divulgou que as senhas disponibilizadas se esgotaram em duas horas, e que mais de 670 mil pessoas tentaram retirar as senhas.

Em posse da minha senha, nos 37 dias corridos, do dia 25 de abril – dia de liberação das senhas, ao dia 29 de maio – dia da Visita do Profeta em Salvador, as publicações do Bispo se mantinham na mesma linha editorial, e a programação das orações também foram mantidas normalmente. O que podia ser visto era que todo o conteúdo destacava a grande proporção que seria a realização do evento.

Sendo a Arena Fonte Nova um dos principais estádios da cidade de Salvador, localizado no bairro de Nazaré nas intermediações de um cartão postal da cidade, o Dique do Tororó, o próprio local de realização do evento já o associava a algo de grande proporção. A Arena conta com um histórico de eventos de grande proporções como por exemplo, em fevereiro de 2010 o espaço sediou o show da cantora Beyoncé, e outros grandes nomes da música nacional e

internacional já se apresentaram no local, dentre alguns outros festivais de música que fazem parte do calendário do entretenimento baiano.

Segundo dados da Superintendência dos Desportos do Estado da Bahia<sup>27</sup> - órgão da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte, a arena tem um formato multiuso que agrega: futebol, espaço para lazer e entretenimento num mesmo local. Formado por 10 níveis de altura, com capacidade para receber 50 mil pessoas em assentos cobertos, distribuídos em três anéis de arquibancada. Composto por 70 camarotes com capacidade total de 1.250 pessoas; 94 sanitários, sendo 23 para deficientes; 9 elevadores; 40 quiosques de alimentação; mais de 2 mil vagas de estacionamento; mais de 2 mil assentos premium. Acessibilidade: 358 cadeiras para espectadores com mobilidade reduzida; 66 vagas exclusivas para cadeirantes; 60 cadeiras para obesos; 16 assentos para deficientes visuais.

Nas observações realizadas nas publicações de divulgação da Visita do Profeta, torna-se claro como a divulgação esteve atrelada apenas aos canais digitais do Bispo Bruno, por meio das imagens de anúncios e vídeos que envolviam o público para a expectativa de participação. Bispo Bruno não utilizou de outros canais, se não os seus, para divulgar seu evento. Não havia comercial nas redes de tv aberta, não havia *spots* em rádios, nem muito menos notas em jornais, nem outdoors pela cidade.

Com isso, compreendo que é por meio das imagens publicadas pelo Bispo que ele anuncia a sua própria performance e o seu espetáculo, sem auxílio a outro canal de divulgação, convocando a sua comunidade para interação direta com sua performance, destacando como “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens.” (Debord, 1994, p.22).

A preparação publicada para a Visita do Profeta nos canais do Bispo, apontam em como para as celebrações religiosas “as imagens precisam ser entendidas não apenas como representações, mas também como “coisas” que podem se imprimir sobre seus espectadores, incutindo sensações que vão desde um assombro exultante até a pura ansiedade.” (Meyer, 2019, p.120).

Analisei que era por meio dessas imagens que o público estava sendo conduzido ao caminho da Visita do Profeta em Salvador. Os seguidores do Bispo Bruno lá estavam recebendo esses conteúdos e aqueles pelos quais recebiam a convocação e que os acompanham como “ovelha” supostamente lá estariam.

---

<sup>27</sup> Informações disponíveis no site oficial da Superintendência dos Desportos do Estado da Bahia: <http://www.sudesb.ba.gov.br/> - Acesso 09/04/2023.

*29 de maio de 2022*

Diante do exposto sobre a divulgação dos conteúdos pré Visita do Profeta, parto agora para a descrição de como foi exatamente vivenciar a experiência de participação na edição da cidade de Salvador no dia 29 de maio de 2022.

Às 06:57h do dia 29 de maio de 2022 cheguei a Arena Fonte Nova para o evento. Com os portões já abertos a movimentação já era intensa nas escadarias de acesso a bilheteria, entretanto, optei por parar e ficar observando a chegada do público.

De onde eu estava dava pra ver o ponto de ônibus central e os pontos de estacionamento. Os ônibus ficaram parados no ponto por um tempo maior, pois era grande a quantidade de pessoas que desciam dos coletivos. Notei que os ônibus que mais traziam pessoas vinham do subúrbio da cidade e que essas pessoas possivelmente levaram cerca de uma hora e meia para chegar ao local. As pessoas desciam e acessavam a arena fonte nova em grupo, composto em grande maioria por mulheres.

Não era tão significativa a presença de homens, os que chegavam estavam acompanhados de suas possíveis esposas ou namoradas, poucos chegavam sozinhos, ou em média quantidade notava grupos somente compostos por homens chegando ao local. Não era tão expressiva a quantidade de pessoas que chegavam de carro. Observei que a maioria dos possíveis passageiros de transporte de aplicativo eram famílias, com perfil de um casal acompanhado de uma ou duas crianças de até dez anos, ou grupos de até quatro senhoras.

Me chamou muito a atenção a quantidade de mães, em maioria sozinhas ou acompanhadas por uma adolescente ou por algum outro familiar que não fosse o pai, com bebês de menos de um ano, ao colo. Quando parei de contar já tinha registrado a presença de 26 mães. Havia uma parcela significativa de Senhoras – mulheres que aparentemente possuíam mais de 50 anos. Era possível perceber também adolescentes e jovens, que estavam sempre em grupos compostos de garotos e garotas. Em algum desses grupos era possível notar a presença de alguns responsáveis – pessoas mais velhas que supervisionavam e ali estavam para se responsabilizar por eles.

Muitos estilos e apresentações variadas, formavam o público, pessoas vestidas de maneira mais formal – de apresentação pentecostal, a pessoas de regatas e camisas, bermudas ou shorts. A apresentação variada dessas pessoas não me fazia descrever como membros da Avivamento Mundial ou não. Não que fosse esse o meu interesse, em segmentar as pessoas em categorias de evangélicos e não evangélicos, mas aparentemente pela chegada e apresentação das pessoas eu entendia que aquele público não se tratava somente de fiéis da Avivamento Mundial.

Outro fator de destaque, era que algumas pessoas estavam vestidas com camisas que ilustravam a foto do Bispo Bruno Leonardo. Aparentemente feitas de forma individual pelo grupo, como por exemplo, um grupo que estava vestindo uma camisa com a foto do Bispo Bruno e a frase “Ovelha do Bispo Bruno”.

Após terminar a observação da chegada do público, resolvi acessar a arena, seguindo a movimentação de outras pessoas e me dirigi até o acesso principal. É preciso lembrar em como descrevi o acesso às senhas, e em posse do meu celular fui abrindo o e-mail para acesso, acreditando que mostraria a alguma pessoa para que a registrasse. Notei na espera ao acesso, que outras pessoas também tinham esse comportamento, e algumas outras estavam até com a senha impressa.

Entretanto, um fator chamou a minha atenção, pois as senhas não estavam sendo solicitadas, se passava pela catraca, acontecia uma revista rápida, porém a senha da qual, muitos como eu, passaram pela expectativa da retirada, de nada importava ali naquele momento.

O acesso estava acontecendo de maneira livre sem necessidade da senha, diversos comentários sobre isso aconteciam. Um senhoras ao meu redor comentaram sobre o ocorrido: "Que absurdo! Meu celular quase trava pra eu pegar essa senha e chega aqui não pede" formava-se assim um diálogo interativo sobre a situação. Já uma outra Senhora compreendia a situação de uma outra forma, para ela “é a quantidade de pessoas e o tempo, esses seguranças sabem que todo mundo que tá aqui tem senha. Se for pedir a senha de todo mundo, dá a hora do culto e a gente ainda vai tá na fila. A gente é abençoada de tá aqui, só tá aqui quem Deus quer!”.

De uma coisa uma dessas senhoras tinha razão, existia sim uma agilidade para liberação do acesso de todo público. Ressalta-se que nem as senhas nem muito menos a carteira de vacinação foi solicitada. Os protocolos de segurança também não estavam sendo cumpridos, mesmo com decreto de flexibilização aos eventos públicos, na data ainda era obrigatório o uso de máscaras, mas nem todos a utilizavam ou os que utilizavam não faziam o uso de maneira correta.

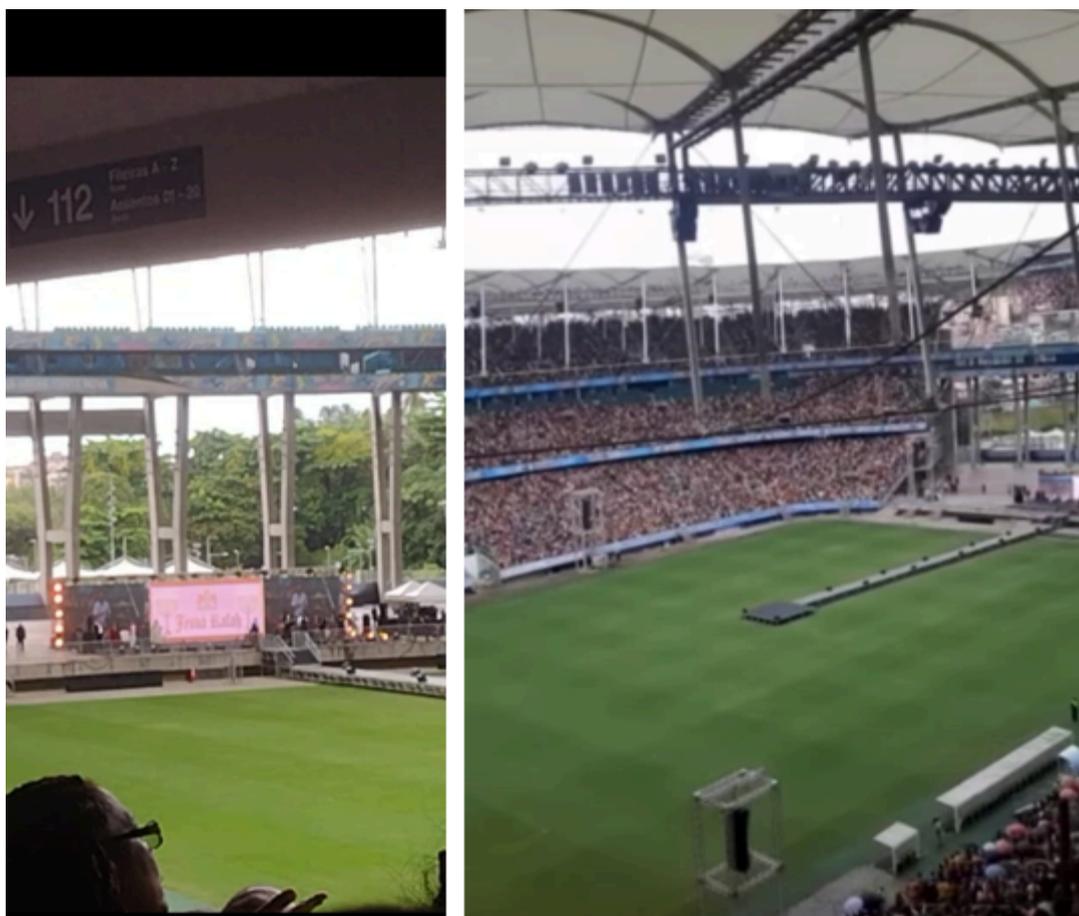
Já dentro da arena, imaginei que o evento iria acontecer no gramado e que o público ficaria de pé assistindo o culto, mas não era da forma que havia imaginado que o espaço fosse projetado. O público ficou nas arquibancadas, pois no gramado estava apenas o palco do Bispo Bruno. Escolhi o andar que ficaria, e optei por não sentar em uma das poltronas da arquibancada, pois sabia que iria transitar pelo espaço. Fiquei ao fundo das poltronas, como faziam algumas das pessoas que não sentavam, formando uma aglomeração ao fundo.

Toda a equipe do Bispo Bruno Leonardo estava identificada, auxiliando a condução do evento, as mulheres usavam blazers e calça preta e vestiam a mesma camisa com a estampa de

frente com o anúncio a Visita do Profeta de Salvador e ao fundo a divulgação do canal do Youtube do Bispo. Os homens utilizavam terno preto com a mesma camisa das mulheres.

O palco era altamente expressivo, formado por um telão de led que transmitia imagens do público presente na parte direita e esquerda, e ao centro o nome Jeová Ravah em dourado – com um fundo branco e dois castiçais dourados ao lado, no centro direito do palco estava uma banda e ao centro esquerdo algumas poltronas. Nas laterais, postes de luz. Ao meio uma passarela de quase dois metros pela qual Bispo Bruno iria percorrer – até um certo foco no fim da passarela, com um quadrado de maior destaque.

Imagem 6 – Palco da Visita do Profeta em Salvador



Fonte: Registro Próprio.

Observei também uma quantidade expressiva de fotógrafos transitando pelo local, em posse de câmeras de última geração. Os profissionais da equipe de Comunicação do Bispo Bruno Leonardo, eram os únicos que transitavam pelo gramado, cada um em um ponto estratégico de visualização do palco. Além de drones que sobrevoaram o local em diversos momentos.

Antes da apresentação do Bispo, no palco acontecia a apresentação de uma banda, uma dupla composta por uma mulher e um homem que assumiram os vocais. Não consegui identificar o nome dos cantores e nem se a banda possuía um título. Ao que pareceu a banda faz parte da Avivamento Mundial e acompanha o Bispo Bruno nos eventos. Os cantores não saudavam diretamente o público, apenas cantavam músicas gospel, e declamavam frases que aumentavam a expectativa do público, como por exemplo, “Logo mais o nosso Bispo estará conosco”, “nosso Profeta está chegando Salvador!”.

Percebi que o evento era também um local de encontro, pessoas se cumprimentavam, saudavam umas às outras, conversavam e também registravam tudo em fotos e vídeos. O celular era extensão de quase, ou se não de todos os presentes: registros, filmagens e fotos eram ação comum no local. Avistei também algumas pessoas com bagagens, como por exemplo malas de carrinho, o que evidenciava que pessoas de locais mais distantes haviam se deslocado para Salvador.

Poucos portavam a bíblia, mas existiam alguns comerciantes no local, que estavam vendendo bíblias e outros objeto voltados ao público evangélico, como, cds de alguns artistas gospel e até fotos impressas do Bispo Bruno, como também faixas e bandanas escritas: Ovelha e Profeta Bruno. A venda desses objetos não foi bem aceita pelo público, muitos passavam pelos comerciantes sem depositar nenhuma atenção, não vi a efetivação de nenhuma compra durante as observações. Com o passar das horas o público ia aumentando e uma outra movimentação se formava no acesso as arquibancadas, pois a equipe da Avivamento Mundial iniciou a entrega das pulseiras Jeová Jiréh - uma expressão hebraica que significa "O Senhor Proverá". Essa pulseira é um objeto representativo entre o Bispo e sua comunidade. O mesmo o menciona em suas transmissões. Diversas edições da pulseira são criadas, com temas e frases diferentes. Como um adereço que marca os seus seguidores e é abençoado pelo Bispo e para o seu público torna-se como um objeto sagrado. Entre a comunidade do Bispo Bruno Leonardo, esse adereço é uma marca de pertencimento.

De acordo com Marques e Fulgencio (2023), em algumas religiões alguns objetos e adereços passam a fundamentar até mesmo os ritos de uma comunidade religiosa, segundo os autores “esses objetos ultrapassam, pois, a realidade física, levando-os para um ‘além’ ou para uma instância metafísica de cunho místico-religiosa. Via de regra, são objetos investidos de afeto pelo indivíduo ou pelo grupo social que o reconhece como tal, sendo possível observar a existência de diversos posicionamentos frente a eles” (Marques; Fulgencio, 2023, p.30).

Nesse caso, no momento de distribuição dessa pulseira na Visita do Profeta em Salvador, observei em como formavam-se filas e aglomerações para o acesso à pulseira. A equipe da Avivamento se espalhou pela área externa, seguravam sacolas com milhares de pulseiras e iam disponibilizando ao público, que se lançava para retirada.

Ainda que pacificamente para retirada das pulseiras, o público demonstrava muita ansiedade. Como se o ato representasse uma grande conquista. As pessoas estendiam os braços como se clamasse pela entrega, e algumas até explanaram em tom mais alto a vontade em possuir o objeto, “A minha! Eu preciso! já tô aqui faz tempo!”, “Misericórdia!” foram frases soltas que ouvia observando a aglomeração.

As pessoas que retiravam a pulseira, paravam para colocar no braço e assim expor a conquista do objeto de identificação, algumas faziam o movimento individual e outras solicitavam apoio para fixar a pulseira no punho. Era grande o movimento de pessoas que deixavam as arquibancadas e iam à área externa, alguns grupos corriam para o local.

Mesmo ainda sem a presença do Bispo Bispo Bruno Leonardo no local, foi grande o envolvimento do público nesse momento, um envolvimento até mesmo emocional, um grupo de Senhoras chegou a se abraçar e realizaram um momento aparentemente de louvação pela conquista do objeto. Um rapaz próximo a mim disse a seguinte frase à sua companheira: “ah, é essa a pulseira que o Bispo fala tanto!”; e ela afirmou positivamente: “é sim! essa pulseira é pura benção!”, e nesse diálogo eles se dirigiram até o local.

Com essa observação sobre o momento de entrega das pulseiras, considero como a relação do público presente com esse objeto mostra como “o caráter transcendente se torna perceptível à medida que o objeto concreto ou abstrato recebe um sentido ou poder além da realidade imanente do próprio objeto, sendo que a valorização do objeto como algo ‘sagrado’ o eleva a uma dimensão transcendente.” (Marques; Fulgencio, 2023, p.30).

Passado o momento de observação da distribuição das pulseiras e a interação do público com o ato, retornava à arquibancada. Logo no caminho, notei que outro objeto estava sendo distribuído. Diferente da pulseira, esse material sim a equipe da Avivamento fazia questão que chegasse de mão em mão aos presentes. Recebi o material, e o mesmo se tratava de um carnê bancário.

A capa bem ilustrada com a fotografia de Bruno Leonardo em destaque e nas páginas seguintes, boletos com código de barra específico para pagamento de livre valor direcionado à Avivamento Mundial. Como um material semelhante aos utilizados em campanhas de angariação de fundos por instituições e movimentos do terceiro setor. Não tão semelhante à adesão à

pulseira, o público recebia e também guardava o carnê.

Volto à arquibancada para continuar as observações e aguardar a chegada do Bispo Bruno ao palco. Os cantores continuavam expressando frases que aumentavam a expectativa do público para a chegada do Profeta. As pessoas não saíam mais de nenhuma forma de seus assentos, acomodadas e acompanhando o show. Aqueles que já haviam chegado ou iam chegando, demarcavam seus lugares em pé, buscando uma melhor visualização.

Prestes a finalizar a apresentação, os cantores pediam para que o público repetisse frases que demonstrassem a expectativa da espera do Bispo: “Bispo estamos aqui!”. Com o fim da apresentação da banda, outros recursos foram acionados para compor o espetáculo. Em nenhum momento o público ficava sem atrativos que reforçassem a espera pela apresentação do Bispo.

Assim, as luzes do palco foram modificadas, o som agora era um instrumental projetado pelas caixas de som; no telão eram apresentados vídeos de Bruno Leonardo com algumas mensagens de destaque, como por exemplo: “Deus vai mudar a sua sorte”, “Você precisa acreditar na sua vitória!”, “Eu sou o Profeta de Deus na sua vida”, “Já te disse que te amo hoje, Ovelha querida?”, “Eu irei revelar o teu salmo”. As imagens eram trechos de algumas orações do Youtube, celebrações já realizadas por Bruno, a Visita do Profeta de outros estados, e alguns trechos dos conteúdos de divulgação utilizados para o evento com imagens do Bispo na Arena Fonte Nova.

O público aparentemente já estava em estado de euforia. As pessoas chegavam a gritar em aceitação às imagens que apareciam na tela. Movimentos corporais também aconteciam, braços estendidos, palmas e pequenos pulos. Em minha frente, um grupo de mulheres louvavam o que era apresentado no telão principal<sup>28</sup>; duas delas já estavam ajoelhadas.

Por volta das 08:40h o Bispo já estava no local, as imagens do telão passavam a transmitir sua chegada, aparentemente atrás do palco. Mais uma euforia acontecia, eis que o Bispo Bruno Leonardo diz a seguinte frase: “Onde estão as minhas ovelhas de Salvador?!”.

As imagens começaram a mostrar Bruno caminhando até o palco. Lembro exatamente até da minha própria sensação, que era também um envolvimento participativo. Mesmo que aquelas pessoas estivessem ali para presenciar a atuação do seu Profeta, eu estava ali para ver pela primeira vez o ator fundamental da rede de relações que investigo.

Todos naquele momento queriam a melhor visualização para o palco, as arquibancadas lotadas. E lá estava Bispo Bruno: em uma chegada totalmente performática, dizia em tom altamente grave e peculiar: “Eu estou em Salvador com as minhas Ovelhas!”. Bispo Bruno

---

<sup>28</sup> Havia um telão principal no palco e outros dois telões nas extremidades do estádio, que projetavam o que estava acontecendo no palco.

expressava em suas palavras como o momento era representativo, pois como soteropolitano, reforçava a escolha da cidade para realização do evento. “Eu estou na minha terra! Para revelar as palavras de Deus a minhas Ovelhas de Salvador!”.

Após um momento musical, Bispo Bruno iniciou de fato a celebração, “Minhas Ovelhas queridas, hoje é um dia escolhido por Deus para estarmos aqui. Tomem posse de tudo que eu irei lhe falar. Hoje é um dia de transformação da sua sorte.” Com essa introdução, Bispo Bruno deu início a transmissão de suas mensagens, com um discurso semelhante ao das orações apresentadas no Youtube. O Bispo, usava de algumas passagens bíblicas, dava exemplos de experiências e dizia como o público deveria se comportar em determinadas situações adversas da vida.

Em resumo, não percebi nada de novo ou extraordinário na performance do Bispo fora das redes, isso é uma constatação óbvia e que comprova uma autenticidade em sua atuação. Seu discurso é o mesmo, sua aparência também e seus trejeitos e performance carismática são inconfundíveis.

As horas iam passando e Bispo Bruno seguia no palco, cerca de uma hora de apresentação, o roteiro era o mesmo, cantava algumas músicas, se reafirmava como Profeta, fazia revelações ao público de forma indireta, por meio de afirmações do tipo “Deus manda me dizer que alguém aqui precisa ouvir isso”.

Prestes ao fim da celebração, Bispo Bruno Leonardo lembrou as “ovelhas” sobre a importância do uso da pulseira, iniciava-se o momento de unção das pulseiras, todos com os braços estendidos e com mensagens marcantes, do tipo “agora vocês carregam no braço o sinal dos filhos de Jeová” “Nunca deixem de usar em momento algum essa pulseira” dizia o Bispo, que ao final foi aplaudido.

Mas o segundo objeto entregue ao público não foi esquecido. Nesse momento, o Bispo orientou o público sobre o carnê entregue a cada um deles. Logo após esse momento, percebi que, à minha frente, três senhoras já realizavam o pagamento de uma das páginas do carnê; uma orientava a outra em como fazer a transação via celular.

Com quase 4h de celebração às 11:57h chegou ao fim a Visita do Profeta de Salvador. Com toda a dispersão do público, nenhum fato tão relevante chamou minha atenção, o público ia se dispersando, todos com aspectos de satisfeitos e sem nenhuma objeção. A equipe da Avivamento Mundial se mostrou bem prestativa nas indicações de saída.

Ao retornar para casa, acessei as redes do Bispo Bruno Leonardo, que já publicava em seus conteúdos a realização da Visita do Profeta em Salvador por meio de seus stories. Logo “A

tarde”, um veículo de comunicação da cidade, publicou uma nota que apresentava o seguinte título: “Arena Fonte Nova registra maior público do ano em evento realizado neste fim de semana.”<sup>29</sup>. O Bispo Bruno, repostou com destaque a nota em seus canais.

Em minha primeira participação na Visita do Profeta, constatei como uma celebridade religiosa com grande influência digital, como Bispo Bruno Leonardo, cujas interações primárias com sua comunidade ocorrem de forma online, encontra seu público em um espaço público. Nesta visita foi possível identificar também como o Bispo convoca seu público e ocupa os espaços para além da Avivamento Mundial, mostrando que os limites de sua congregação são vastos.

De acordo com Danah Boyd (2014), as interações online influenciam e são influenciadas pelas experiências presenciais. Boyd destaca a complexidade dessas interações, ressaltando que a sociabilidade nas plataformas digitais muitas vezes reflete, amplifica ou desafia as normas sociais estabelecidas. No encontro entre Bispo Bruno Leonardo e seu público em um espaço físico, observei a fusão de sua atuação entre online e offline. Essa dinâmica sugere uma reflexão sobre como a persona construída nas redes sociais pode diferir ou se alinhar com a pessoa real por trás da tela. No caso do Bispo Bruno Leonardo, o constatado na Visita do Profeta de Salvador é que de fato a sua performance se amplia fora das redes, mas permanece autêntica, e o seu público o valida a partir disso.

Acredito que para os seguidores do Bispo a participação em eventos como esse também representa o encontro de sua comunidade fora das telas, em que a excepcionalidade do evento reforça o sentido da comunidade. Todavia, nas próximas seções apresento novas reflexões dessa interação, a partir de outros momentos do Bispo Bruno com suas ovelhas.

#### ***4.2.2 Visita do Profeta em Feira de Santana***

##### **“Um novo tempo de Deus em sua vida!”**

Ainda que a edição da cidade de Salvador tenha sido expressiva, cumpri o objetivo de fazer um deslocamento de 117 km para participação de uma nova edição da Visita do Profeta, dessa vez na cidade de Feira de Santana, interior do estado da Bahia.

No acompanhamento das mídias digitais do Bispo Bruno percebia que após a realização da edição na cidade de Salvador em abril de 2022, iniciou-se um período em que os conteúdos do Bispo Bruno relacionados ao evento, eram apenas divulgados em recordação a expressividade da

---

<sup>29</sup> O veículo de comunicação citado - Alô Alô Bahia - URL da matéria disponível em: <https://aloalobahia.com/notas/arena-fonte-nova-registra-o-maior-publico-do-ano-em-evento-realizado-neste-domingo-29> - Acesso - 09/07/2024.

última edição e novas datas não eram apresentadas.

Essa questão gerava em mim uma preocupação com relação aos próximos passos de construção dessa etapa da pesquisa. A agenda do Bispo se manteve em um longo período apenas com a continuidade da sua rotina de orações transmitidas ao vivo pelo Youtube e com algumas poucas celebrações de cultos na sede da Avivamento Mundial em São Paulo.

Continuava a busca por informações da agenda do Bispo, até que no mês de setembro, cinco meses após a realização da Visita do Profeta em Salvador, Bruno Leonardo anuncia uma próxima edição em Brasília no dia 08 de outubro, na Arena Hall Colônia Agrícola. Existiu da minha parte um planejamento para ida a Brasília para participação desta edição, contando com o apoio do Programa de Pós-graduação, mas os valores da passagem aérea ultrapassaram os valores disposto em auxílio e não obtive condições de arcar de forma individual com os custos. Essas questões fizeram com que a minha participação na edição de Brasília não se concretizasse. Dessa forma, continuava a acompanhar as publicações do Bispo buscando informações sobre sua agenda, tendo a noção que precisaria investir o necessário para deslocamento.

Em outubro, na semana de realização da edição em Brasília, o Bispo já publicava a sua agenda, aparentemente retomando assim a continuidade da Visita do Profeta. Para 10 de dezembro de 2022 foi confirmada a edição da cidade de Feira de Santana. Por ser o destino mais próximo e viável para minha participação, escolhi a edição. Como de costume, o Instagram do Bispo divulgava conteúdos promovendo a edição.

Busquei acompanhar a divulgação prévia desta edição, principalmente por ter que aguardar também a liberação das senhas para participação. A liberação das senhas ocorreu em 21 de novembro de 2022. O meu acesso à senha dessa edição foi bem mais rápido que a edição de Salvador. Aparentemente, o site não apresentou nenhuma instabilidade ou contingência.

No sábado 10 de dezembro de 2022 fui até a rodoviária por volta das 06h, e resolvi observar a entrada de outros passageiros do ônibus antes da minha. Optei por isso pois, logo que cheguei ao ponto de embarque, avistei um grupo de três pessoas - um homem e duas mulheres, ambos vestidos com uma camisa da Avivamento Mundial que estampava a foto do Bispo Bruno Leonardo.

Sentei ao lado de uma senhora que me chamou atenção na entrada. Assim o ônibus seguiu até Feira de Santana com sete passageiros, contando comigo. A julgar pelos trajes da senhora sentada ao meu lado, acreditava que era possível sua ida à celebração do Bispo Bruno. O grupo que supostamente também estava indo ao evento, sentado próximo a mim, ria e falava sobre pessoas incomuns e experiências vividas entre eles, além do uso de expressões de cunho

petencostal como “está repreendido” e “eu creio”.

Ao longo da viagem, dialoguei com a senhora a meu lado, que chamarei de Maria<sup>30</sup> Em uma das perguntas que a fiz busquei compreender se o seu destino, que de fato era o mesmo que o meu, e perguntei o objetivo de sua viagem - “a Senhora está indo a Feira de Santana para trabalho?” A resposta dela foi o primeiro relato que chamou minha atenção, pois ela respondeu: “a trabalho de Deus”. E riu bastante ao dizer isso. Continuando a conversa eu a perguntei: “para a Senhora esse é um bom trabalho?” E ela respondeu afirmando: “com toda certeza, meu filho”.

Perguntei como era um trabalho de Deus, e a resposta veio acompanhada de toda uma explicação: “eu sou candidata a obreira da igreja do meu bairro, dedico na igreja e sirvo para ser obreira”. Antes de perguntar qual seria a igreja e para saber se a hipótese de sua ligação ao Bispo Bruno Leonardo se confirmaria, perguntei o que era ser uma candidata a obreira.

Maria, que ao longo dessa resposta se apresentou, me relatou que era convertida havia quase quatro anos, que entregou sua vida inteiramente a Cristo depois de diversos problemas conjugais com seu esposo, que era um homem alcoólatra. Após sua separação, Maria contou que passou a frequentar uma igreja em seu bairro e a partir de então passou a dedicar grande parte do seu dia a atividades da Igreja. Ela descreveu que essas atividades eram em grande maioria de limpeza e arrumação para cultos, como também a busca de donativos para ajudar outros fiéis e o auxílio para converter, segundo ela, novas almas a Cristo. Para retornar o foco à questão da candidatura a obreira, como a sua fala havia se perdido sobre esse assunto, questionei novamente o porquê do interesse em ser obreira.

Ao me responder, Maria contou que esse interesse não partiu diretamente dela, mas que seu Pastor havia identificado nela uma possível disposição ao cargo. Maria relatou também que para ser obreira o Pastor faz um acompanhamento mais severo e que ela precisa mostrar comprometimento com a atividade. Destacou que conversa com as “irmãs”, atuais obreiras de sua igreja, pedindo conselhos e buscando incentivo.

Para Maria, não somente uma indicação do Pastor, a oportunidade do cargo é um chamado de Deus. Ao narrar sua rotina como candidata ela me contou “eu busco cumprir todas as dedicações que o Pastor me dá porque o que ele viu em mim é o chamado de Deus e eu faço porque tudo isso vai retornar em vitórias para minha vida.”.

Dentre essas vitórias, Maria falou do neto, “minha vida hoje é a Igreja e minha bênção”, durante a fala ela me mostra a tela de seu celular e aponta para o neto. “Meu neto é bênção da minha vida, nasceu prematuro e com problemas respiratórios, mas o Senhor honrou sua vida e a

---

<sup>30</sup> Pseudônimo adotado para preservar a interlocutora.

mãe também é uma mulher do Senhor.” Nesse momento Maria me contou sobre a conversão de sua filha. A família é composta hoje por ela, sua filha, seu genro e seu neto, todos evangélicos.

Nesse intervalo de tempo, com uma interação já estabelecida, fiz a seguinte pergunta a Maria: “a Senhora é da igreja do Bispo?”, ela prontamente respondeu: “qual o Bispo?”. Como resposta, eu disse o nome que conecta as nossas vivências: Bispo Bruno Leonardo”. Assim, Maria confirmou minha hipótese, “Sim eu sou da Igreja do Bispo Bruno” indicou o bairro localizado na periferia de Salvador a qual faz parte, “eu estou indo para um culto dele”. Ela riu ao final e eu também, sem saber ela que estava confirmado a hipótese que tive desde que a vi.

Para prolongar o assunto falei que conhecia o trabalho do Bispo Bruno na internet, e para meu espanto ela me descreveu o seguinte relato. Segundo Maria, uma das dedicações que os fiéis da Avivamento Mundial tiveram a tempos atrás foi a atividade de compartilhar os conteúdos do Bispo com familiares e diversas pessoas do convívio social. “No início o Pastor pedia pra gente compartilhar os conteúdos, a gente tem grupo para mandar as orações. Eu mando para um monte de gente. Hoje as pessoas me pedem. Mando todo dia e assisto”.

Noto assim, como a transmissão dos conteúdos do Bispo perpassa os membros de sua Igreja. Os fiéis integrantes da Avivamento Mundial levam para si a atividade de expansão do alcance da atuação do seu principal líder. Além de fiéis da Avivamento, essas pessoas são transmissoras da atuação digital do Bispo Bruno Leonardo.

Para narrar minha aproximação com Bispo Bruno, conto a ela que conheço os conteúdos do Bispo e que já estive na Igreja sede da Avivamento. Ao me responder, Maria conta com um ar de reprovação sobre a diferença da Igreja sede para igreja de seu bairro: “A igreja dali é a sede, os cultos ali são poucos, você tem que ir para igreja do meu bairro ou para de outro bairro para conhecer melhor”.

Com essa fala de Maria, notei a diferença entre a igreja sede da Avivamento e as unidades dispostas por outros bairros de Salvador. Acredito que sua fala relaciona-se à conversão: aparentemente, a sede se preocupa pouco com a conversão de fiéis com relação à unidade de seu bairro. De acordo com ela, para saber o que de fato é uma igreja da Avivamento Mundial é preciso uma visita a uma unidade que não seja a sede. A conversa chegou ao fim com Maria me convidando a ir à unidade da Avivamento que frequenta. Só retorno a falar com Maria ao final da viagem para despedida.

Ao chegar à rodoviária de Feira de Santana, me despeço de Maria. Ela não teve o mesmo interesse em saber o real motivo que me levava até a cidade, como também não precisei contar. Cheguei a Feira de Santana por volta de 08:30h. Ao que parece a Igreja está localizada em uma

importante avenida da cidade. Ao chegar à igreja, já era possível ver a concentração e expectativas das pessoas para a celebração.

A sede de Feira de Santana é semelhante à sede de Salvador, com espaço amplo e o altar com a mesma decoração. Mais uma vez a atenção à senha pouco foi dada. Uma equipe estava na porta da igreja e apenas passava o olho sobre aqueles que mostravam o celular ou a senha impressa.

Imagem 7 – Chegada a Visita do Profeta em Feira de Santana



Fonte: Registro Próprio.

Ao entrar na Igreja estava acontecendo o show da banda do Bispo Bruno Leonardo, ao que parece são sempre os mesmos cantores e músicos. A voz dos vocalistas já me soava familiar, mesmo em um segundo encontro com eles. Notei que não existe destaque algum para o trabalho da banda, nem mesmo o nome dos cantores é citado, como se eles estivessem ali apenas para preparar o ambiente para a chegada do Bispo Bruno.

No templo, não havia muitos recursos tecnológicos, não existia um telão, a atenção de todo o público deveria ser o altar. À frente do altar estava disposta uma equipe que eu deduzia ser de obreiras ou candidatas, como me descrito por Dona Maria. A obrigatoriedade do uso de máscara de proteção individual ainda era imposta, porém era bem relativa sua utilização entre os

presentes.

A circulação entre o espaço acontecia sem nenhum empecilho, o que facilitou a minha circulação. Era muito mais expressiva a presença de idosos acompanhados e pessoas mais humildes no local. Um público muito mais feminino. Algumas mulheres segurando bebês, e crianças. Fiquei em um local onde estavam as pessoas que não conseguiram sentar. Todos em pé ao fundo mas com uma possível visão do altar. Às 09:27h o mesmo som de locação que apresentou o Bispo Bruno Leonardo na Visita do Profeta de Salvador foi iniciado e logo em seguida o Bispo se fez presente. Com altas entonações, Bispo Bruno fazia suas saudações iniciais: “minhas ovelhas de Feira de Santana.” Logo após as saudações iniciais, Bruno cantou uma música acompanhado de sua banda.

Em seguida, Bispo Bruno descreveu como se deu a expansão da Avivamento de Salvador para Feira de Santana. Contou ao público que a presença da Avivamento na cidade fazia parte de sua missão, em fazer com que sua voz e presença chegasse a todos os lugares a serviço da palavra de Deus.

A atuação profética do Bispo Bruno Leonardo estava mais forte. Em diversos momentos o Bispo apontava para alguém da plateia, perguntava o nome e apresentava uma revelação. Algumas vezes nem perguntava o nome e apenas apontava; nessa ação, usava frases do tipo: “Deus manda te dizer”, “eu vejo que Deus”, “Posso te entregar algo da parte de Deus?” para iniciar as revelações. As pessoas escolhidas eram pegadas de surpresa, nos primeiros momentos de sua apresentação, o Bispo fez essa ação com cinco pessoas.

Uma jovem a qual Bruno escolheu para fazer a revelação, estava de pé e precisou sentar após a emoção em ouvir que algo no que acreditava iria se concretizar graças à sua dedicação à palavra de Deus. As revelações tinham caráter muito subjetivo, como se somente o Profeta e o fiel escolhido sentissem e soubesse o real contexto da revelação. As falas do Bispo Bruno eram muito abertas e pouco específicas, como no exemplo citado acima: o que de fato iria se concretizar na vida da fiel apenas ela e o Profeta sabiam.

Além das interações com os fiéis para apresentação de profecias, Bispo Bruno interagiu também com aqueles que estavam segurando cartazes, com frases do tipo: “Bispo eu te amo”, “Sou ovelha do Bispo Bruno”. A participação do público era diferente da edição de Salvador. Uma fiel foi convidada pelo Bispo a subir até o altar; a mesma relatou como as orações transmitidas por Bispo Bruno através do Youtube curaram sua filha de apenas 6 anos de uma pneumonia.

A fiel que contou a história de sua filha não foi a única a testemunhar no altar, o Bispo convocou alguns outros fiéis. Porém, todos os fiéis que contaram seus milagres, e se emocionaram à frente do Profeta, apresentavam algo em comum: todos eles reiteraram o acompanhamento das mídias digitais do líder religioso. Como se o acompanhamento das orações do Bispo Bruno Leonardo no Youtube fossem a condição principal para o alcance do milagre.

Um senhor de aparentemente 70 anos, autodeclarado trabalhador rural, de características bem humildes, relatou no altar que aprendeu a utilizar o celular para acompanhar o Bispo Bruno. Contou também os esforços que fazia para acompanhar todas as orações: para ele nada fazia sentindo em seu dia se não houvesse assistido as orações. Após o cumprimento dessa rotina, o desempenho de sua barraca de verduras na feira da cidade aumentou expressivamente, tirando sua a família das necessidades enfrentadas na pandemia do coronavírus.

Nos testemunhos apresentados, foi possível perceber algumas questões que alteram até mesmo o que já foi visto pela relação de outras celebridades religiosas com seu público. O Bispo Bruno Leonardo não fez nenhuma indagação sobre a conversão dessas pessoas ou sua associação à Avivamento Mundial. Verifico ainda que nada foi exposto sobre o retorno em donativo desses fiéis às graças alcançadas. Pelo visto, o retorno esperado por Bispo Bruno Leonardo era a expansão do alcance de suas orações, e como essas estão repercutindo na vida de seus seguidores - que não necessariamente precisam ser membros da Avivamento Mundial.

Ao fim da atuação do Bispo Bruno fiquei na Igreja para tentar contato com alguns participantes, todos aparentemente satisfeitos com o que tinham acabado de presenciar. Escolhi ir para próximo de um grupo de jovens que reunidos tiravam fotos da pulseira recebida durante a celebração<sup>31</sup>, e para falar com esse grupo utilizei a pulseira como elemento de interação.

Falei para eles que não tinha conseguido receber a pulseira no momento do culto. O jovem chamado Pedro<sup>32</sup>, que considerei como o porta-voz do grupo, me explicou que a conquista da pulseira necessariamente não importa. O que se faz importante é o acompanhamento do que o Bispo orienta sobre ela. Pedro me contou que todos ali do grupo, quatro homens e três mulheres, estavam celebrando transformações. A de Pedro era um emprego de carteira assinada, seus dois amigos que eram irmãos celebravam a cura do pai de um câncer, o outro amigo comemorava a aquisição de uma moto e seu namoro com uma das mulheres do grupo, e as duas outras garotas não me relataram.

---

<sup>31</sup> Como já descrito anteriormente a pulseira Jeová Jiré se transforma em símbolo para os seguidores de Bruno Leonardo.

<sup>32</sup> Pseudônimo adotado para preservar o interlocutor.

Mesmo com todos do grupo não falando comigo diretamente, Pedro era o mais simpático. Ao questionar se ele era membro da Avivamento, ele usou gírias para me responder “velho, a carne é fraca. Eu até sigo Bruno, gosto do que ele fala, trago a galera aqui para ter Deus mesmo, mas essas coisas de se batizar eu to por fora”. Encerrei o diálogo com o grupo analisando o termo utilizado por Pedro para descrever sua relação com o Bispo Bruno Leonardo. Quanto ao batismo, ele aponta que está “por fora”, como se o fato de seguir o Bispo não fosse compromisso de sua associação à igreja.

A ida a campo para a Visita do Profeta em Feira de Santana intensificou ainda mais o meu interesse em compreender as características do público do Bispo Bruno Leonardo. Até aqui, foi possível analisar e identificar importantes fatores relacionados à atuação do Bispo com sua comunidade. Como por exemplo, o exposto por dona Maria. Minha primeira interação direta com uma pessoa de fato convertida e membro da Avivamento Mundial mostra que existe um perfil paralelo ao perfil fã-fiel; existe uma porcentagem da comunidade do Bispo Bruno que de fato forma o corpo ativo de seu ministério, tanto nas telas como fora delas. Pessoas como dona Maria sabem diferenciar por exemplo as dinâmicas da igreja sede e das igrejas nos bairros, e cumprem tarefas - como a de compartilhamento de conteúdos digitais, para ocupação de um posto de responsabilidade na Avivamento. Possivelmente, fiéis da Avivamento como dona Maria são corresponsáveis pela expansão digital do Bispo Bruno e sustentam as bases de sua igreja. Já exemplos como o de Pedro, são apenas representativos da interação online: existe o reconhecimento de toda a excepcionalidade da obra do Bispo Bruno, mas de fato a conversão não é o objetivo principal.

Nessa etapa da pesquisa pude perceber características dos perfis que formam a comunidade do Bispo Bruno Leonardo. Percebemos aqui dois tipos: a evidência do fã-fiel não convertido, e uma fiel membro da Avivamento Mundial. Ambos os perfis possuem em comum o reconhecimento dos canais digitais do Bispo Bruno, mas se relacionam com ele de forma variada a nível de associação. Entretanto, a convocação do Bispo Bruno chega para tipos diferentes de público, e não é à toa que esses dois perfis estavam lá presencialmente, além de suas telas, vivenciando a visita do profeta.

Na próxima etapa irei descrever a atuação do Bispo no evento de lançamento da nova sede da Avivamento Mundial em Salvador, que se tornou mais um grande evento de sua trajetória. Na minha participação neste evento, olhando para sua performance, foi possível ter algumas novas pistas da característica do seu público e sobre o consumo, associação e interação com o Bispo.

### ***4.2.3 Uma nova Avivamento Mundial em Salvador***

No mês de dezembro de 2022 até janeiro 2023, o Bispo começou a divulgar em seus conteúdos, tanto nas orações do YouTube como em seu Instagram, o lançamento da nova sede da Avivamento Mundial em Salvador. A sede, localizada dentro das instalações de um centro comercial, passava por reformas para uma expansão. Como de costume e mantendo o caráter de excepcionalidade da sua presença entre seu público, o Bispo fez desse momento de inauguração um grande evento, seguindo o mesmo critério dos anteriores.

O que mais chamou minha atenção foi a programação do evento, pois não era apenas um dia de inauguração e sim três. Três dias com dois horários, sendo 20, 21 e 22 de janeiro de 2023 - respectivamente sexta, sábado e domingo, com cultos às 09h e 12h. O acesso para esse momento também aconteceu por meio das senhas, esgotadas rapidamente e com divulgação expansiva. Seguindo as informações sobre data e horário para liberação do link, cumpri a agenda para retirada das senhas. No dia 10 de janeiro de 2023 - dia indicado para liberação das senhas, consegui retirá-las para minha participação e ida a mais uma experiência com o Bispo Bruno Leonardo.

*20 de janeiro de 2023 - sexta-feira às 12h.*

Como já citado, a nova sede não mudou de endereço, apenas houve uma reforma para expansão das instalações da igreja. Me questionava sobre duas questões: a primeira, se em uma sexta-feira em um horário incomum o Bispo Bruno teria força para a convocação de suas ovelhas. A segunda, o que de novo existia na Igreja Avivamento Mundial.

A primeira questão foi sanada logo que entrei no carro do transporte por aplicativo a caminho da igreja, pois o motorista me indagou com a seguinte pergunta: “você está indo para a Igreja do Bispo?” Mesmo espantado com a pergunta, respondi, afirmei a ida para a igreja. Logo em seguida, o motorista contou o porquê da pergunta: segundo ele, eu era o décimo passageiro que ele levava até lá. O motorista ainda me alertou sobre o trânsito, indicando que talvez nossa viagem precisasse ser encerrada no meio do caminho, pois a avenida já estava congestionada.

Imagem 8 - Trânsito congestionado na Avenida Antônio Carlos Magalhães em Salvador para culto do Bispo Bruno na Avivamento Mundial em 20 de janeiro de 2023

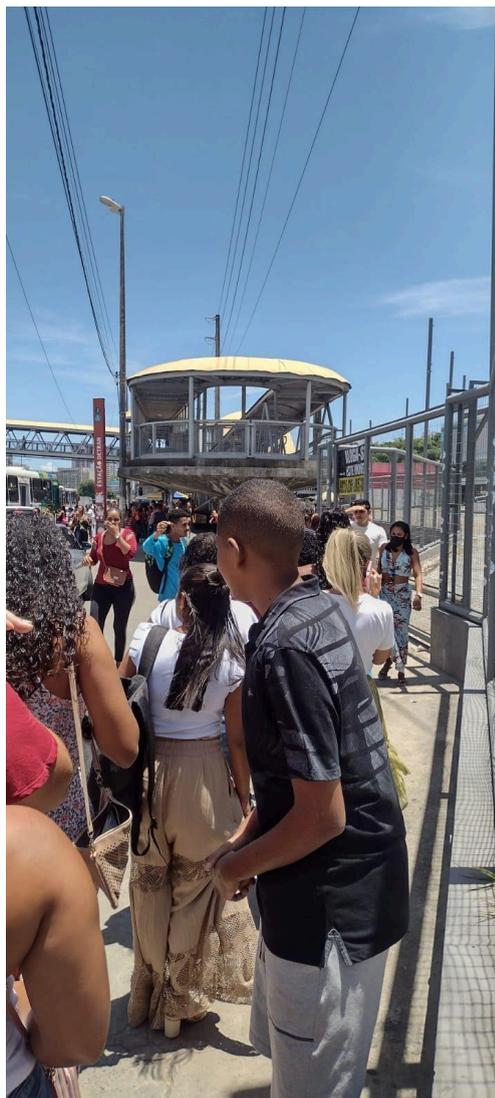


Fonte: Registro Próprio.

O Bispo, ao que tudo indicava, não tinha perdido sua força de convocação de seguidores nem mesmo em uma sexta-feira ao meio dia. Uma das principais avenidas de Salvador estava congestionada para a inauguração da nova Avivamento Mundial. Já era possível perceber isso no carro. Precisei saltar a alguns metros de distância para não perder o horário, pois a fila já era expressiva.

Confesso que esse foi um dos momentos mais assustadores durante o campo, pelo fato de estar no meio da rua em uma vasta fila que só aumentava. Centenas de pessoas desciam dos coletivos e dos carros ao longo da avenida. As passarelas do metrô também estavam cheias. Fora a apreensão de questões relacionadas à segurança.

Imagem 9 - Chegada à fila para culto do Bispo Bruno na Avivamento Mundial em 20 de janeiro de 2023



Fonte: Registro Próprio.

As mudanças na sede da Avivamento Mundial já eram visíveis: a igreja agora tomava grande parte do estabelecimento comercial Shopping da Gente, como um grande anexo com entradas independentes. Aspectos de inovação de midiatização eram visíveis, pois, ao invés de um outdoor do lado externo do templo, agora existia um telão em led que apresentava momentos marcantes da atuação do Bispo Bruno Leonardo.

Imagem 10- Imagem da área externa da nova sede da Avivamento Mundial em Salvador



Fonte: Registro Próprio.

Ao entrar na área interna do templo percebi as principais mudanças estruturais. A nova Avivamento Mundial era maior, o espaço se desenhava como um imenso corredor, com altar ao final, com cadeiras mais confortáveis dispostas, entre fileiras à direita e esquerda com espaço ao meio.

Imagem 11 - Área interna da Avivamento Mundial em Salvador



Fonte: Registro Próprio.

Me dei conta ao entrar na igreja, de uma ação que rememora uma estratégia de marketing para geração de experiência do público. Havia na entrada da igreja um totem com a imagem do Bispo, para que o público presente fizesse fotos ilustrando a singularidade do contato com o Bispo.

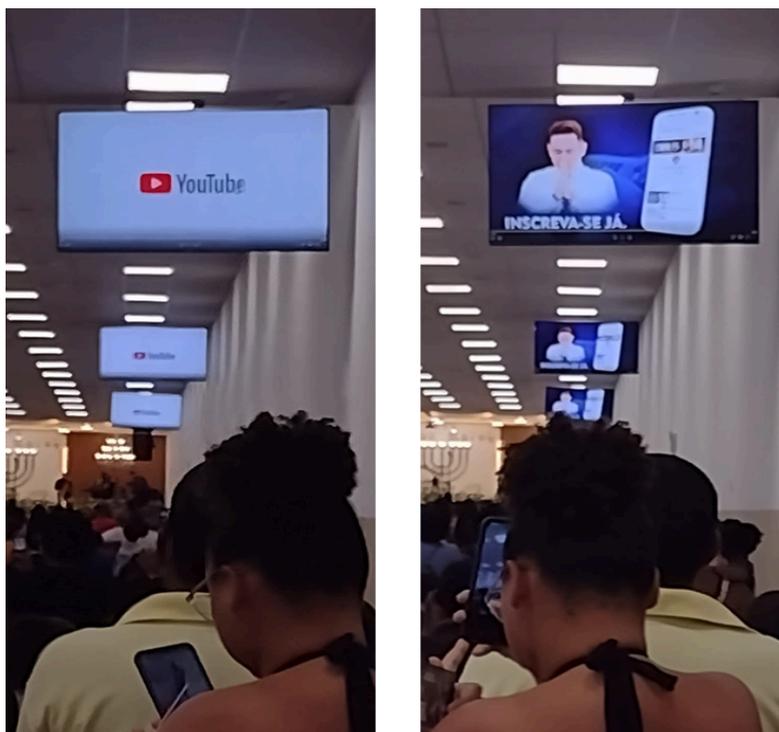
Imagem 12 - Totem do Bispo Bruno Leonardo na Avivamento Mundial



Fonte: Registro Próprio.

Essa ação reforça como em todas as celebrações com a presença do Bispo Bruno Leonardo a sua imagem torna-se elemento central, gerando uma espécie de culto à sua performance. É possível descrever que o novo templo da Avivamento Mundial é um espaço de convergência midiática. Provavelmente, a equipe do Bispo Bruno Leonardo acredita que todo o público presente na igreja seja usuário de mídias digitais, pois TVs estão espalhadas ao topo entre as fileiras apresentam conteúdos que reforçam a atuação do Bispo Bruno nas redes. Nas chamadas que aparecem na TV, o destaque era dado para a inscrição e o compartilhamento das orações.

Imagem 13 - Tvs na Avivamento Mundial em Salvador



Fonte: Registro Próprio.

A indicação da inscrição no canal no Youtube do Bispo é a orientação principal, e não pude identificar entre os conteúdos exibidos, por exemplo, orientações sobre a bíblia, horários dos cultos ou outros avisos. Os outros conteúdos apresentados mostram a apresentação do Bispo nas suas visitas e o seu lugar de profeta. O que pude perceber ao verificar os conteúdos apresentados nas TVs foi a convocação do Bispo para que o público o acompanhasse para além do altar. Para criação de uma relação com o Bispo, parece assim necessário, sobretudo, o acompanhamento de suas mídias.

A entrada de Bruno Leonardo ao altar aconteceu às 12:28h, com o mesmo som de abertura dos outros cultos que acompanhei. De início, Bispo Bruno discursou ao público sobre a inauguração de sua nova igreja como uma revelação de Deus em sua vida e na vida de suas ovelhas. Não constatei alterações significativas em sua performance ou na forma como interage com suas ovelhas.

O público ainda ia chegando enquanto eu me preparava para sair, e assim percebi que algumas pessoas estavam utilizando, como eu, o horário do almoço para estarem ali. Novamente,

observei algumas pessoas fardadas, e outras estavam indo embora no mesmo momento que eu. Pela Igreja estar localizada em um ambiente comercial, notei também a presença de alguns curiosos que paravam em frente ao templo para entender do que se tratava tamanha aglomeração. Ouvi um rapaz dizendo para uma moça a seguinte frase: “Ai é aquele homem do YouTube que o povo manda direto a oração no zap”.

E assim encerrei a observação dessa experiência. Indo até o metrô, podia ouvir a banda do Bispo Bruno Leonardo ainda na celebração. Pensava em tudo que tinha visto em mais uma experiência para buscar descrever a atuação do “homem do YouTube” que, em pouco mais de um ano de pesquisa, reformou sua igreja e está no “zap” das pessoas.

Assumo que o registro desse momento na pesquisa é um recorte com o objetivo de descrever esse acontecimento e mostrar que, ao longo da pesquisa, a atuação do Bispo Bruno se manteve em constante avanço e com poder de convocação para além das telas. No período de acompanhamento, a sede principal de seu ministério passou por uma reforma significativa. Na próxima etapa haverá a descrição de um novo momento na presença do Bispo Bruno Leonardo, em mais uma edição da Visita do Profeta em Salvador.

#### ***4.2.4 O retorno do profeta a fonte nova. A segunda edição da Visita do Profeta em Salvador***

Com acompanhamento constante do Instagram do Bispo Bruno, no dia 09 de fevereiro de 2023 ele divulgou uma segunda edição da Visita do Profeta em Salvador, no mesmo local da anterior, na Arena Fonte Nova. Em menos de um ano, o Bispo realizaria uma segunda edição do seu evento em Salvador - agendado para 23 de abril de 2023. A minha inquietação estava associada a essa questão: como o Bispo faria para convocar os seus fiéis em menos de um ano para um espaço de grandes proporções, como a Arena Fonte Nova. Confesso que não mais me preocupava com relação a senhas, que até aqui nunca tinham sido empecilhos de meu acesso aos eventos. Entretanto, os conteúdos ainda continuavam a destacar a excepcionalidade e necessidade de retirada das senhas. Recordo que retirei as senhas para ida a essa edição sem nenhum empecilho.

Entre os meses de fevereiro de 2023 até a data do evento, grande parte dos conteúdos do Bispo estavam relacionados à divulgação do evento. Percebi que a agenda do Bispo estava fechada, como uma preparação ao momento. Para os conteúdos de divulgação, os vídeos, fotos e imagens, apresentavam momentos da edição anterior na Arena Fonte Nova. Os conteúdos eram intitulados como: “A maior Visita do Profeta”. Além disso, nas peças de divulgação, todos os adjetivos associados ao Bispo e a suas ações estavam no superlativo, além do foco em seu dom

sobrenatural de Profeta.

O número de seguidores do Bispo Bruno Leonardo aumentou expressivamente nesse período, como também o número de inscritos em seu canal. Em 05 de abril de 2023 o Instagram de Bruno apresentou 4,3 milhões de seguidores e, no Youtube, 16 milhões de inscritos. Um outro dado relevante ocorrido neste período foi a aquisição da verificação do perfil do Bispo no Instagram, tornando-se reconhecido e validado pela plataforma.

Nessa etapa de pesquisa, tomei conhecimento, por meio de buscas na internet e diálogos com profissionais de Comunicação que já atuaram comigo em outras experiências, que Bispo Bruno estava sendo assessorado por uma agência de Comunicação sediada em São Paulo - a agência possui 23 anos de atuação e é dirigida por uma jornalista experiente. Toda a relação com a imprensa estava acontecendo por meio desta assessoria e, assim, diferente da edição anterior, o evento foi divulgado nos principais jornais da cidade.

Para Recuero (2012), as mídias digitais, constituídas através da apropriação técnica de diversas ferramentas da internet, contribuem para o avanço da interação entre líderes e grupos sociais. “Logo, as redes sociais não seriam os sites e a ferramenta em si, mas a construção social e a produção de sentido a partir do uso da tecnologia.” (Cesar; Saldanha, 2013 p. 181). Por isso, mediante a apropriação da técnica, líderes como Bispo Bruno Leonardo, conseguem “manter laços que se assemelham ao contato interpessoal, aproximando diferentes pessoas, ainda que separadas do ponto de vista do espaço físico.” (Cesar; Saldanha, 2019 p. 181).

Isso posto, evidencia-se um dado que diferencia a primeira edição da Visita do Profeta para a segunda: o evento dessa vez foi projetado, assessorado e reforçado pelos meios de comunicação de massa. Bispo Bruno Leonardo reforça assim sua atuação de forma transmidiática: a divulgação do evento estava nas mídias digitais, no jornal impresso, na televisão e no rádio. Um comercial foi transmitido na programação da TV aberta local sobre a segunda edição da Visita do Profeta.

Imagem 14 - Imprensa de Salvador pauta a segunda edição da Visita do Profeta



Ao analisar as etapas de mais uma edição da Visita do Profeta, sendo um evento de cunho religioso que integra o espaço público, tendo acompanhado as articulações e ações de divulgação do evento com uso estratégico dos meios de comunicação, retomo às ideias postas por Raquel Sant'ana (2017) em sua análise sobre a Marcha para Jesus, correlacionando com a Visita do Profeta realizada por Bispo Bruno Leonardo. Segundo Sant'ana (2017), em eventos desse tipo torna-se fundamental que se fomentem elos entre a dinâmica do evento e as relações cotidianas que lhe servem de base.

A autora aponta para a atuação de mediadores capazes de conectar os múltiplos públicos que o evento espera atingir. Na pesquisa de Sant'ana (2017) ela sinaliza que a Marcha para Jesus existiu a partir de três agentes mediadores: os organizadores (profissionais que organizam as atrações, a divulgação e a estrutura do evento em geral), a mídia (meios de comunicação utilizados na divulgação e mobilização do evento) e os mobilizadores (pessoas que cumprem o papel de mobilização capilar nas igrejas, organizando caravanas e mobilizando a membresia em geral, a partir de suas relações). Sendo justamente no período anterior ao evento que esses mediadores são evidenciados.

No caso da segunda edição da Visita do Profeta, tomando como base os mediadores propostos por Sant'ana (2017), o evento contou com os mesmos tipos, sendo os organizadores: a equipe de profissionais da Avivamento Mundial liderada pelo Bispo e uma empresa contratada para realização do evento, mais a prestação de serviço da própria Arena Fonte Nova. A mídia: por meio dos seus canais digitais e complementação dos serviços prestados pela assessoria pautando o evento, e por fim seus mobilizadores: seguidores de sua rede, obreiros e fiéis.

Era domingo, 23 de abril, e o evento estava marcado para início às 09h. Como minha atuação no campo foi voltada à interação com o público, nessa seção não me dedico à descrição da atuação do Bispo Bruno, como ele conduziu o público ou como se apresentou nesta edição. A descrição a seguir será apenas voltada à minha interação com o público e análises a partir disso.

Ao chegar na Arena, fiz o primeiro registro de observação: notava como o público já era aparentemente maior na entrada. O que me chamou a atenção dessa vez foi a pluralidade dos perfis, e como os estereótipos pentecostais não eram por mim notados, pois aquelas pessoas pouco pareciam que estavam indo a um evento religioso. Observava essa questão devido às

---

<sup>33</sup> URL:

<https://acesse.dev/jgt6q> - Acesso - 03/07/2024.

pessoas estarem trajando roupas mais confortáveis e pouco formais.

Percebia como estavam reunidas em grupos, pouco percebia a individualidade, as pessoas estavam acompanhadas em grupos ou pares, como por exemplo, casais, amigos, mães com filhos e aparentemente famílias reunidas. A imaginação do público que tinha e esperava encontrar era constantemente alterada. Supostamente, a mensagem do Bispo Bruno Leonardo havia chegado a diversos tipos de público.

Outro fator que comprova a forte adesão do público ao evento estava na superlotação de algumas áreas da arena. Era ainda 08:20h e alguns acessos já estavam sendo fechados por superlotação. Acompanhei a movimentação de algumas pessoas para conseguirem chegar até os espaços, nisso se formava um expressivo grupo andando pela arena.

Imagem 15 - Público presente a segunda edição da Visita do Profeta em Salvador



Fonte: Registro Próprio.

Como já evidenciava um grande público e ciente que meu interesse era o contato com eles, não priorizei a busca por um lugar específico, pois o acesso a qualquer área próxima ao palco ou às arquibancadas estava inviável. Optei assim por ficar na entrada do gramado, onde se concentrava grande parte do público.

Nesse intervalo, ao avistar no caminho uma jovem - branca, que usava uma calça jeans, uma blusa branca sem decote e uma jaqueta também jeans - fiz meu primeiro contato. Luiza<sup>34</sup>, que logo no início de nossa conversa se apresentou, de forma natural respondeu como se sentia em estar participando da Visita do Profeta. Para ela “uma sensação maravilhosa! Já sou batizada pela Avivamento, minha segunda vez aqui e a unção é poderosa.” Perguntei a quanto tempo ela fazia parte da igreja, Luiza afirmou que desde 2021. Após a resposta, perguntei como ela conheceu o Bispo e ela respondeu “através da internet, no youtube”.

Indaguei como o vídeo chegou até ela: “te enviaram o vídeo? como foi?” Luiza respondeu “me enviaram o vídeo”. Quis saber se Luiza continuava a propagar a ação, se faz o mesmo o que foi feito com ela, e ela afirmou que sim.

Continuando o diálogo, ainda andando, perguntei o que ela achava da quantidade de pessoas ali reunidas por conta do Bispo, Luiza respondeu: “isso é gratificante, ele merece! Porque o trabalho que ele faz pelas pessoas, o tanto que ele ajuda, as orações dele muda a vida de muita gente”. Após essa resposta, perguntei em qual bairro ela frequentava a Avivamento e se ela era a única de sua família a ser membro; Luiza informou que frequenta a unidade central localizada no Shopping da Gente em Salvador e que é a única batizada em sua família.

Segundo ela, sobre a conversão da família “to tentando fazer com que eles venham, eles escutam as orações, mas Deus vai trabalhar”. Encerro a conversa com Luiza no momento em que ela conta que foi um movimento dela o encontro com o Bispo, “eu encontrei o Bispo sozinha e de lá pra cá minha vida mudou, sigo ele e sou batizada porque vi transformações.”

O diálogo com a jovem Luiza, e também com os outros jovens que dialoguei na Visita do Profeta em Feira de Santana, rememora as ideias da evangelização da juventude em rede, conforme apontado por Saad e Rosenzweig (2015, p.97) “a Internet, especialmente no que tange à evangelização da juventude, não é um instrumento, mas um ambiente, um espaço de experiência que cada vez mais está se tornando parte integrante, de maneira fluida, da vida cotidiana.” Em certa medida, a experiência de Luiza aponta como a atuação digital do Bispo Bruno pode contribuir para a evangelização de jovens conectados, agregando esse público a sua rede de seguidores.

---

<sup>34</sup> Pseudônimo adotado para preservar a interlocutora.

Retornando às experiências de campo da segunda edição da Visita do Profeta em Salvador, observei como no espaço era também muito expressiva a presença de obreiros e obreiras da Avivamento Mundial. Observando a grande presença das obreiras, me aproximei de uma senhora negra, com uma aparência de 60 anos e fardada com uma calça social, blazer preto e uma camisa que estampava a foto do Bispo Bruno. Chegando próximo a ela, disse: “como tá lotado dessa vez, né?” Ela afirmou e assim continuei a conversa perguntando seu nome e a quanto tempo ela conhecia o Bispo, ela respondeu “conheço o Bispo a muitos anos, faz anos que acompanho ele, trabalho para a obra dele a cinco anos.”

Achando interessante o fato dessa relação perpassar cinco anos, perguntei como exatamente ela havia conhecido o Bispo; ela respondeu que, durante uma noite de réveillon, tomada por uma depressão pelo assassinato de seu filho, que era envolvido com o tráfico de drogas, na porta de casa em um bairro da periferia de Salvador, ela recebeu a visita de uma amiga que estava frequentando a igreja do Bispo. No celular, essa amiga lhe mostrou a gravação que havia feito da pregação do Bispo naquela mesma noite.

Madalena<sup>35</sup>, ao narrar a situação disse a seguinte frase: “quando ouvi a voz do Bispo mudou tudo em mim, ele estava falando comigo, eu estava sendo curada pela dor da perda do meu filho. Meu filho estava sim envolvido no que não prestava, mas Deus já estava cuidando dele”. Ao relembrar o passado, Madalena também ia expressando as suas recordações pelo seu corpo; notava tudo isso pela forma que tocava em meu braço e no seu peito e como gesticulava.

Continuando o assunto, perguntei como ela se sentia e quais funções desenvolvia trabalhando com Bispo Bruno Leonardo, e a resposta não foi muito clara. Lembro que ela respondeu que se sentia abençoada, que atuava na igreja como plantonista e que ia para a maioria dos eventos e viajava também para auxiliar na condução de alguns. Perguntei sobre remuneração e ela disse que só era remunerada quando “Deus dava providência”, mas que já era aposentada.

Percebi que minha conversa com Madalena chamou a atenção, pois outras obreiras começaram a se aproximar de nós. Uma moça até perguntou a ela quem eu era; notando a desconfiança com relação a minha presença, me despedi e me afastei de Madalena.

A chegada do público ainda era intensa. Com atraso para o início da celebração, notava que, pela movimentação dos obreiros, da produção do evento<sup>36</sup>, dos profissionais da Arena Fonte Nova, seguranças e bombeiros, o número de participantes no local já tinha saído do controle previsto. Aqui volto a relatar como em mais uma experiência, as senhas de acesso nem foram

---

<sup>35</sup> Pseudônimo adotado para preservar a interlocutora.

<sup>36</sup> Percebi que uma equipe estava trabalhando para condução do evento. Profissionais fardados e utilizando rádios para comunicação.

mencionadas; o evento não tinha nenhum critério para entrada e participação do público.

Quase todos os acessos para as arquibancadas já estavam fechados, e o acesso ao gramado do estádio, onde o palco estava localizado, estava intransitável. A diferença da edição passada para essa estava relacionada à ocupação do espaço: na edição anterior, o palco estava no centro do gramado e o público assistia à celebração da arquibancada; já na segunda edição o público ocupava também o gramado, estando mais próximo do palco.

Se já tinha em mim o objetivo de não observar o Bispo, não conseguiria mesmo acessar os espaços de visibilidade para o palco. Me questionava sobre em qual horário aquelas pessoas que tinham uma “vista privilegiada” tinham chegado ali. Outro fator que me chamou a atenção foi como o trânsito na região da Arena havia sido alterado devido ao grande público que acessava a arena.

Uma jovem se aproximou a mim e fez algumas considerações sobre a lotação do espaço “é porque aqui tá cheio demais, já passou dos limites.” Concordando com ela perguntei de onde ela conheceu o Bispo, a resposta foi a seguinte: “conheci porque todo dia minha mãe mandava os vídeos dele pra mim, ela tá aí dentro com minha cunhada e eu vim aqui pra fora procurar saber de meu filho.” Sem que eu esperasse ela continuou falando, “eu até gosto dele, mas o povo tá doido, tem que adorar a Deus, né pra adorar o homem não. Ele é servo de Deus como todo mundo. O povo tá achando que ele é Deus.” O diálogo se encerrou sem nenhum fechamento, pois a locução de apresentação do Bispo Bruno Leonardo se iniciava, e a moça que falava comigo saiu ligeiramente andando de volta para a entrada do gramado. Olhei ao relógio e eram 09:47h.

Nesse momento, ao retornar para o lugar escolhido para acompanhamento do campo, a entrada principal da Arena e próximo a entrada do gramado, parei para escutar a entrada do Bispo. O acompanhamento do público era tão expressivo que a cena me remetia ao carnaval, como um cantor no trio elétrico acompanhado por uma multidão.

Busquei um lugar mais arejado e sem tumulto. Nesse local encontrei uma moça acompanhada de um rapaz e me aproximei deles, contei a eles que havia conhecido o Bispo através do Instagram. Em seguida, o rapaz me contou como sua companheira havia conhecido Bispo Bruno: “ela conheceu o Bispo no trabalho dela; eu ainda nem ficava com ela, quando eu conheci ela já tava indo para igreja dele e me levou”. Em seguida, perguntei à moça, que não participava da conversa diretamente, como os colegas do trabalho apresentaram Bispo Bruno a ela, daí ela disse: “no almoço todo mundo lá no trabalho assiste ele, aí eu comecei a assistir e depois fui na igreja dele do meu bairro.”

O fato dela ter estendido a relação com o Bispo para além da internet, e ter ido até a sua igreja me chamou a atenção. Continuei o assunto perguntando o porquê dela não ter somente continuado o acompanhamento pelos meios digitais, e sua resposta foi a seguinte: “as pessoas do meu trabalho começaram a ir na igreja também, e eu quis ir para ver como era ele e senti paz lá”. Para finalizar, perguntei se ela era já batizada e ela respondeu que só iria se batizar próximo ao casamento, quando o companheiro oficializasse a relação. Com essa interação podemos perceber o movimento de acompanhamento do Bispo em espaços sociais como o trabalho, e de saída das telas para o presencial e continuidade do acompanhamento ao Bispo de maneira convergente entre online e offline.

Ao longo da celebração do Bispo, percebi uma forte semelhança em membros de sua equipe com as suas características. Notei, como a maioria dos membros de sua equipe tentam reproduzir o mesmo corte de cabelo e a forma de se vestir do Bispo. Ao me aproximar de um deles, percebi que este tentava até reproduzir o tom de sua voz ao tom da voz do Bispo Bruno. Essa evidência já tive nas experiências de campo anteriores, entretanto, nessa edição, por ter um volume maior de membros de sua equipe reunidos, esse fator tornou-se mais evidente.

Tentei ao máximo me aproximar e puxar uma conversa com alguns desses rapazes, porém uma situação chamou a atenção de todos, e esses rapazes se movimentavam para ação. Os portões de acesso para a arena estavam fechados e com os seguranças impedindo a entrada e saída dos participantes, porém aproximadamente 100 pessoas estavam ao lado de fora gritando para acesso. Nesse momento minha atenção retornou a essa situação, tinha convicção que aquela situação sairia do controle, pressupondo que esse também era o sentimento da equipe organizadora. As pessoas gritavam e balançavam os portões de acesso, como revolta pelo fato de não conseguirem participar da celebração.

Bispo Kleber - o segundo membro com titulação de Bispo na Avivamento Mundial e braço direito de Bruno Leonardo - e Lucas Mota - líder do movimento jovem da Avivamento Mundial - apareceram na portaria da Arena para tentar acalmar o público, porém, essa ação mais tensionou do que acalmou as pessoas. O tumulto ia aumentando e ações internas também não eram das melhores. À minha frente, uma criança havia sido socorrida pelos bombeiros, saindo da área do gramado, e seus familiares gritavam por socorro.

De fato as coisas saíram do controle, o grande grupo que estava ao lado de fora aumentou, e após grande tumulto, romperam as grades e invadiram a Arena Fonte Nova. Tive uma visão completa do ocorrido, filmando e tirando fotos de toda a situação, o estresse tomou conta dos profissionais da Arena, seguranças gritavam com o público. Crianças, homens e mulheres caíam e

cheguei a pensar que algumas seriam pisoteadas.

Pessoas choravam, alguns homens chegaram a se agredir, outras pessoas corriam para longe dos portões com expressões de conquista. No gramado, a performance do Bispo Bruno Leonardo continuava como se nada estivesse acontecendo. Cheguei a ilustrar o ocorrido em meus próprios pensamentos diferenciando as duas áreas entre “céu” e “inferno”.

Imagem 16 - Invasão do público a segunda edição da Visita do Profeta em Salvador



Fonte: Registro Próprio.

Ao longo da edição outros momentos de tumulto relacionados ao acesso aconteceram, sendo quase impossível interagir com o público ao longo da celebração, todos atentos às palavras do Bispo, buscando um lugar para a visualização do palco. Transitava sobre o espaço, até que encontrei um senhor que estava de braços cruzados, tinha cabelos grisalhos, usava uma camisa pólo preta e uma bermuda de tecido em linho na cor branca. Seus aspectos de impaciência eram nítidos. Ao fazer contato visual com ele o questionei - está cansado?, de forma muito natural ele me respondeu, “como é que não fica meu irmão, uma agonia da porra aqui! e isso não termina”. Não consegui me conter com a resposta e rimos, logo em seguida perguntei, “- mas o Senhor não acompanha o Bispo?”, ela disse “que nada!!! Minha mulher que tá fanática por esse homem, tá aí com as vizinhas eu que trouxe.”

Achando o relato curioso, questionei: “fanática como?” Durante nossa conversa e em resposta às minhas questões, o homem narrou que sua esposa estava influenciada pelas vizinhas de seu bairro a acompanhar o trabalho do Bispo Bruno. Para ele, pelo fato de serem senhoras

donas de casa, e algumas já aposentadas, estão mais propícias a acompanhar tudo o que consomem na televisão e no celular, gerando assim um vício.

Quando questionei se essas senhoras eram evangélicas e frequentavam a igreja Avivamento Mundial, ele destacou que não, apenas uma do grupo de quatro senhoras já foi evangélica, e que ele e sua esposa vão de vez em quando à missa, mas tendem a acreditar em tudo que tenha a palavra de Deus. O senhor destacou que “ela assiste tudo desses homens, é esse Bruno, é aquele Fábio de Melo, é outro lá da rede vida tudo que tem no celular ela ver. Pelo menos tá ouvindo a palavra de Deus”.

Recordo que ao chegar em casa passei algumas horas rascunhando dados da experiência, fazendo backup dos arquivos do celular e abismado com tudo o que havia vivenciado. Durante o domingo, ao passar do dia, pessoas compartilhavam comigo conteúdos via instagram sobre o evento, amigos me ligavam para buscar evidenciar se tudo aquilo era real. Em minha rede verifiquei algumas pessoas compartilhando a experiência do evento.

Imagem 17 - Divulgação pelos veículos de comunicação local do alcance da segunda edição Visita do Profeta em Salvador

23 APR 2023

## Evento religioso com Bispo Bruno Leonardo reúne mais de 60 mil pessoas na Arena Fonte Nova



Redação Alô Alô Bahia  
redacao@aloalobahia.com



Mais de 62 mil pessoas estiveram na Arena Fonte Nova, em Salvador, na manhã deste domingo (23), para participar de um mega culto promovido pela Igreja Batista do Avivamento Mundial. Este é o maior público registrado no local nos últimos 10 anos, segundo assessoria de comunicação do equipamento.

Fonte: Site Alô Alô Bahia <sup>37</sup>

<sup>37</sup> URL:

<https://aloalobahia.com/notas/evento-religioso-com-bispo-bruno-leonardo-reune-mais-de-60-mil-pessoas-na-arena-fonte-nova> - Acesso 09/07/2024.

A superlotação do público na Arena Fonte Nova, reforça como o Bispo Bruno Leonardo ampliou o seu público e o seu poder de convocação, evidenciando sua massa de seguidores fora das telas em menos de um ano de atuação. Essa evidência pode ser comparada analisando a diferença entre a primeira e segunda edição.

Notei também como o Bispo utiliza a comunicação de forma estratégica. Seu evento e sua atuação comprovam este fato. De certo modo, o evento foi relevante para a cidade e não passou despercebido pelos meios de comunicação.

Através da interação com o público do Bispo Bruno Leonardo na segunda edição da Visita do Profeta, algumas ações puderam ser comprovadas sobre o consumo de conteúdos online e a relação dessa comunidade com o seu líder. Se tornou possível compreender como a ação do compartilhamento se materializa entre o público do Bispo.

Parte das pessoas entrevistadas relataram que conheceram a atuação do Bispo, e se associaram a ele, por meio dos meios eletrônicos a partir de um transmissor. Esse transmissor encaminha o conteúdo do Bispo Bruno Leonardo a um novo receptor, este receptor, após associado ao Bispo, torna-se um novo transmissor e assim sucessivamente.

A ação de compartilhamento, como vimos ao longo dessa pesquisa, é também reforçada e direcionada pelo Bispo Bruno Leonardo e por todos os membros da Avivamento Mundial. A Visita do Profeta pode ser considerada como a afirmação dos resultados positivos da ação de compartilhamento.

No segmento pentecostal, a ação de evangelização sempre existiu, a atuação do Bispo Bruno Leonardo aponta para um novo formato dessa ação. A divulgação de seu trabalho e expansão de seus conteúdos não acontece como feito anteriormente por outras congregações. Os seguidores do Bispo e membros da Avivamento Mundial não precisam ocupar fisicamente espaços públicos, como praças, ou irem até casas de desconhecidos para evangelização, pois a divulgação do trabalho do Bispo acontece em rede por meio do compartilhamento dos conteúdos digitais. Bispo Bruno forma assim uma rede de interconexões, ligando seguidores a seus conteúdos. Obviamente é por meio das telas que o Bispo Bruno Leonardo atrai o seu público. Como visto também na interação com o público, a primeira fonte de consumo e associação, na maioria dos casos, acontece pelo digital, após isso, o seguidor faz um movimento de expansão para fora das telas, buscando acessar o Bispo de forma presencial. A conversão à condição de membro da Avivamento é um terceiro passo nessa jornada, não sendo tão necessária quanto a continuidade da participação e interação com o Bispo Bruno Leonardo via canais digitais.

### **5. Considerações Finais: “Não é sobre Religião, é sobre Deus”.**

Ao longo dessa pesquisa, por meio dos monitoramentos das redes digitais e experiências de campo, foi possível compreender como a atuação do Bispo Bruno Leonardo evidencia novos aspectos sobre o trabalho de uma liderança religiosa, da presença pública da religião e seu processo de influência numa sociedade conectada.

A atuação do Bispo Bruno, também comprova a relevância do conceito de Celebridade Religiosa, e ainda apresenta considerações sobre a formação de uma comunidade de fãs fiéis, como no caso das “Ovelhas” do Bispo. Comunidade essa que não necessariamente é convertida ao protestantismo ou faz parte da Avivamento Mundial, mas professa a fé a partir das redes sociais, seguindo e compartilhando os conteúdos do Bispo Bruno Leonardo para dentro e fora das redes.

Destaco como, ao longo dessa pesquisa, as ideias de Bruno Latour (2012), me acompanharam, e acredito que essas descrevem algumas das considerações dessa pesquisa. A teoria busca compreender como os atores (humanos e não humanos) interagem e se relacionam para criação de suas redes. Nesse sentido, ao longo dessa pesquisa pudemos considerar o Bispo Bruno Leonardo como o principal "ator" que desempenha, a partir de suas redes sociais, da sua igreja e de seus eventos, um papel central na construção e manutenção de uma rede que tem como aporte fundamental características dos processos da midiaticização da religião.

No âmbito da teoria ator-rede, os elementos da rede não são apenas humanos, mas também incluem objetos, ideias e instituições. No caso do Bispo Bruno Leonardo, sua atuação abrange diversas mediações em constante aprimoramento (das orações online às pulseiras), como descrito ao longo dessa pesquisa, e esses elementos atrelados contribuíram para a formação de sua rede.

Assim como os atores na teoria ator-rede são responsáveis por traduzir e mediar relações, Bispo Bruno Leonardo desempenha um papel crucial na tradução de valores espirituais e mensagens religiosas para um formato midiático acessível e atrativo. Sua presença ativa nas redes sociais, por exemplo, transforma-se em um meio de conexão entre a mensagem espiritual e seu público, ampliando a sua rede de influência. Apresentando uma das primeiras constatações sobre como um público consome e interage com uma celebridade religiosa nos dias atuais, sem a necessidade direta de conversão religiosa.

Por meio de sua capacidade de articular e conectar elementos diversos dentro da rede, Bispo Bruno consegue gerir sua imagem como uma figura carismática e influente na esfera

religiosa, e foi através disso que ele tomou para si o posto de profeta de um novo tempo. Dessa forma, a atuação do Bispo Bruno Leonardo se alinha à teoria ator-rede ao reconhecer a complexidade das interações e relações na formação de sua presença midiática na religião, destacando a importância dos diversos elementos que compõem a sua rede de ovelhas.

Um outro fator evidenciado ao longo do campo dessa pesquisa, faz ressurgir o interesse da legitimação da presença pública da religião pelos líderes evangélicos, pois os eventos promovidos por Bispo Bruno reforçaram “como essa categoria é capaz de articular repertórios comuns que ultrapassam as fronteiras das denominações, como certos repertórios possuem mais capacidade de circulação do que outros e como podem ser articulados com aspectos da vida cotidiana.” (Sant'ana, 2017, p.26).

Schechner (2006, p.7) descreve que “uma boa quantidade de pessoas frequentam os espaços religiosos, tanto quanto para deleite estético quanto por interatividade social, quanto por razões de crença.” Por isso, acredito que os eventos realizados por Bispo Bruno são direcionados efetivamente para a contemplação da performance do Bispo e para interatividade e integração de seus seguidores com sua presença fora das telas.

A minha participação nas experiências de campo em eventos promovidos por Bruno Leonardo reforçaram a atenção que precisa ser dada a diversos outros componentes representativos da experiência religiosa (Meyer, 2019), como os recursos midiáticos, o corpo e as subjetividades. A partir dessas análises foi possível compreender de que forma, esses imaginários se materializam em associação a esses componentes, e se manifestam no espaço público e formam assim comunidades que se integram em torno de um líder - como o Bispo Bruno Leonardo.

Por conseguinte, Bispo Bruno opera seu televangelismo por meio da internet em plataformas não institucionalizadas, de livre acesso. Para além de elucidar os novos meios de produção possíveis para propagação de ações televangelistas, o Bispo Bruno vem modificando também os discursos e a forma de apresentação do televangelismo.

Em aparência, toda apresentação do Bispo Bruno em seus canais digitais é associada a outros líderes do gênero do televangelismo; entretanto, no discurso proferido por ele é possível notar uma ponderação ao caráter proselitista em relação a seus antecessores. Como por exemplo, nas orações virtuais analisadas, que não indicam que os espectadores visitem ou busquem a igreja do líder religioso. A recomendação principal é voltada para a adoção da rotina espiritual mediada pelos canais da internet e o compartilhamento dos conteúdos com o maior número de pessoas.

Nesse sentido, para muitos seguidores do Bispo Bruno Leonardo, o apelo principal de seu trabalho não parece ter a ver com um processo tradicional de comunhão religiosa, apoiada em práticas regulares de sociabilidade entre fiéis. Pelo que esta pesquisa acessou de seu ministério, foi possível identificar a ênfase na produção e circulação de conteúdos que possibilitam a conexão dos seguidores sob a forma de uma *audiência*. O envolvimento social direto com outras pessoas, característico de cultos e ritos coletivos fora das telas, passa a dar espaço a um consumo individualizado da mensagem religiosa, mediado pelos canais digitais do Bispo.

Ao priorizar uma condução voltada para a audiência, o líder se dirige a seus seguidores mais como espectadores do conteúdo religioso proferido por ele do que como membros de uma comunidade religiosa ativa. Assim, o fenômeno midiático que ele promove se alinha com a lógica do consumo religioso na era digital, em que a experiência espiritual é crescentemente vivida de forma individual, sem a formação necessária de laços comunitários, refletindo uma nova forma de religiosidade mediada pela tecnologia.

Vale ainda considerar como o Bispo modifica seu ethos discursivo, ao alternar entre os títulos de bispo e profeta, ajustando sua autoridade conforme o contexto de interação com seus seguidores. Como bispo, ele adota uma postura institucional e tradicional, reforçando sua liderança religiosa e seu papel dentro da estrutura da igreja. Já como profeta, ele assume um tom ainda mais carismático e visionário, apresentando-se como porta-voz de revelações divinas e direcionamentos espirituais. Essa alternância reforça a conexão emocional com os seguidores, que o veem tanto como líder eclesiástico quanto como figura mística capaz de guiar suas vidas espirituais de forma mais direta e personalizada.

A circulação do discurso do Bispo Bruno, impulsionada pelo algoritmo das mídias digitais e ampliada a partir dos compartilhamentos, expande o conhecimento e a audiência do público com relação à sua atuação. Aspectos relacionados à curta duração dos vídeos, os títulos com grande apelo emocional, as frases motivacionais proferidas e a não utilização de um discurso oral convencional evangelístico, dentre outros aspectos, aproximam Bispo Bruno Leonardo da figura de um *coach*.

Nota-se que para além da sua semelhança a de um coach, o seu modelo de apresentação televangelista já pode ser categorizado como um televangelismo coach. As atuais pesquisas relacionadas ao tema mostram que os líderes do televangelismo coach presentes nas mídias

digitais mantêm em seus discursos os aspectos da fé e da doutrina que são primordiais para a explanação do evangelismo, mas acionam nas suas apresentações novas configurações estéticas e narrativas em conexão com os anseios do espírito da modernidade. (Guerra, 2021).

É notório pelos números de visualizações dos conteúdos do Bispo Bruno Leonardo, como o consumo do televangelismo coach vem se mantendo nos dias atuais. Uma possível justificativa dessa audiência pode ser considerada a partir das ideias de Charles Taylor (2009): segundo ele, a sociedade atual busca uma autorrealização formada por indivíduos pouco seguros de sua identidade e assim “se voltam para todo o tipo de autoproclamados especialistas e guias, envoltos no prestígio da ciência ou de alguma espiritualidade exótica” (2009, p. 31).

Considera-se ainda que o sujeito consumidor desse tipo de conteúdo é instigado à busca de “seu eu interior” ou de “Jesus na essência”, devendo criar habilidades para resolver as questões sociais, familiares, financeiras ou relacionais que atravessem sua vida. Tendo os pregadores televangelistas da atualidade a função de atuar como uma espécie de mediador terapêutico, de alavancar e potencializar as competências e virtudes do ser humano. Aos pastores, como líderes de igrejas, foi relegado o papel de encontrar soluções na Bíblia e aos televangelistas do segmento coach a habilidade em elucidar a bíblia para a vida cotidiana moderna, apresentando revelações que conduzam os fiéis à tomada de decisões na atualidade. (Guerra, 2022)

Dados esses conceitos, identifica-se a associação desse público ao Bispo Bruno Leonardo. Um profeta que não tem como objetivo operar a condução de vida e moral dessas pessoas, e sim apresentar um discurso acolhedor com a indicação de possíveis respostas às adversidades, por meio das plataformas mais atuais. Dessa forma, Bispo Bruno modifica o discurso religioso que transmite a suas ovelhas e o transforma em uma narrativa de valor midiático, que está em circulação tanto em seu canal do Youtube quanto na Visita do Profeta e nas sedes da Avivamento Mundial.

O proselitismo religioso e o grande desejo de conversão ficaram para trás como ação de um televangelismo do passado. A atuação de lideranças religiosas pentecostais dos novos tempos, como no caso do Bispo Bruno Leonardo, aponta para iminência do televangelismo coach, fruto da cultura digital, que tem como objetivo prover um discurso motivacional e encorajador, que pode ser transcendente e fazer menção a diferentes formas sensoriais, sem perder o cristocentrismo, sem a existência de um forte apelo à conversão. (Guerra, 2021).

Bispo Bruno é uma expressiva liderança religiosa amparada pelos avanços da midiática da religião<sup>38</sup> - prenunciador do televangelismo coach, direcionando sua atuação por meio de estratégias midiáticas que são colocadas em circulação na ambiência das mídias sociais como também fora delas. É na complexidade dos processos midiáticos que o Bispo Bruno se apresenta e é compreendido por seus seguidores, no fluxo das redes digitais.

### **“Não é sobre religião, é sobre Deus”**

Por meio das ações descritas, o Bispo põe em evidência como cada comunicador cristão viveu e vive sob a influência das culturas socialmente predominantes de sua época, entretanto, existe uma frase comum em seu repertório e difundida em grande parte de seus conteúdos, como *slogan* de sua atuação, que marca uma ruptura do domínio exclusivo da prática de um discurso religioso a uma instituição. O Bispo assim afirma que a sua atuação “não é sobre religião, é sobre Deus”.

Buscando compreender o discurso por meio da autoria de quem o professa, no caso do Bispo Bruno Leonardo, essa frase torna-se enigmática, pois ele sempre destacou a sua posição de líder religioso e fundador de uma igreja – se apresentando em seus canais digitais a partir de tal posto. Nesse sentido, como entender que os seus conteúdos não são sobre religião? Como o Bispo, que se autodenomina profeta, fará a condução de seu rebanho sem atrelá-lo a práticas religiosas?

Essa frase revelou ao longo da pesquisa uma característica sobre uma atitude simbólica do Bispo Bruno, mesmo enquanto líder da Avivamento Mundial, nas orações, em suas publicações e até mesmo na Visita Profeta. O Bispo Bruno não cita tanto a bíblia como de costume por outros pregadores evangélicos. Ao contrário, Bispo Bruno realiza a transformação da Bíblia em algo vivido e compartilhado, através de um fluxo emocional e corporal por meio de sua atuação (Campos, 2011). Observa-se, deste modo, como a atuação do Bispo busca mobilizar signos religiosos muito específicos em benefício de uma “condução das condutas” conveniente ao nosso tempo.

---

<sup>38</sup> A midiática da religião está inserida ao contexto da midiática da sociedade, de acordo com Hjarvard (2014 p.21) “Hoje, experimentamos uma midiática intensificada da cultura e da sociedade que não está limitada ao domínio da formação da opinião pública, mas que atravessa quase toda instituição social e cultural, como a família, o trabalho, a política e a religião. As mídias são coprodutoras de nossas representações mentais, de nossas ações e relacionamentos com outras pessoas em uma variedade de contextos privados e semiprivados, e deveríamos considerar essa revolução significativa também.”

Ainda com relação ao seu rebanho, associado a ele por meio do digital, podemos perceber aspectos semelhantes aos conceitos da nova era, da cultura terapêutica e da religiosidade do self. Possivelmente, pessoas que vivem na dicotomia antropocentrismo/cristocentrismo e imanência/transcendência tendem a encontrar no Bispo determinados direcionamentos, sem a necessidade da institucionalização de suas práticas. Pois, como pontuado por Campanella (2015), a religião do self estaria focalizada na individualização da experiência religiosa, mais do que numa participação e catarse coletiva.

Nesse contexto, alguns autores já versam sobre a desinstitucionalização religiosa no Brasil, especificamente de evangélicos. Em dados e pesquisas já apresentadas ao campo das ciências sociais é possível perceber a presença dos "sem-igreja", termo que é referenciado aos evangélicos que não estão mais vinculados a uma igreja evangélica para prática religiosa. Em linhas gerais ao se autodeclarar sem-igreja o indivíduo busca afirmar que decidiu viver a sua fé cristã evangélica fora do ambiente eclesiástico. (Santos; Martinez 2020, p.32).

Ainda assim, a desinstitucionalização religiosa por parte de alguns sujeitos, segundo (Beck (2016), está relacionada aos novos processos de subjetivação da sociedade, pois os indivíduos buscam cada vez menos normas dogmáticas que são encontradas nas religiões institucionalizadas, gerando o esvaziamento dos templos e o fortalecimento de uma religiosidade pós-clerical, fluida. Evidentemente, os sujeitos religiosos que deixam a igreja passam a reformular de maneira individualizada as suas crenças, em paralelo com o consumo dos novos meios e produtos originários da cultura digital, gerando uma nova forma de ser religioso que destoa do molde evangélico histórico-formal. (Santos; Martinez, 2020).

“Falar em evangélico sem-igreja pressupõe uma largada a partir do esvaziamento do conceito “igreja”, por sua vez enraizado nas categorias sociológicas tradicionais da sociologia da religião” (Santos; Martinez, 2020, p.48). Em associação a essas ideias, pode-se dizer que existe uma nova configuração de um grupo religioso, que se identifica com uma forma particular da fé cristã sem a obrigatoriedade do seguimento de uma instituição ou da convivência da fé em comunidade.

Por conseguinte, torna-se possível pensar como o televangelismo coach pode ser um abastecimento aos sem igreja, e pode ser um espaço para que líderes como o Bispo Bruno Leonardo possam atuar a partir da desinstitucionalização das religiões. Visualizamos a partir dos conteúdos apresentados pelo Bispo Bruno uma identidade pessoal individualizada em

contraposição a uma identidade pastoral vinculada a uma instituição, o que corrobora para o público dos sem igreja ou sem religião.

De acordo com Silva e Costa (2021), líderes religiosos, em grande parte pentecostais, com a ação de direcionamento da sua atuação para os meios digitais e promoção do televangelismo coach, promovem uma ruptura do domínio exclusivo da prática e do discurso religioso associada a uma instituição específica. Embora principal Bispo da Igreja Avivamento Mundial, ao direcionar seu trabalho para internet Bispo Bruno Leonardo não busca representar sua igreja nem muito menos fazer uma conversão online de fiéis para a Avivamento Mundial. O que é possível notar a partir de sua atuação digital é a promoção de sua imagem, tornando-se assim uma celebridade religiosa, ou seja, um fenômeno de autorreferencialidade, um “eu” midiático constituído através de sua atuação religiosa. Ação essa que possivelmente lhe promova a titulação de Profeta – título que historicamente é relacionado para aquele que leva a boa nova para todas as criaturas, e a boa nova nos dias atuais talvez não esteja atrelada a religião alguma.

Por fim, de acordo com Meyer (2019, p.45) “a religião e a mídia se concretizam e geram formas e formações tangíveis na vida social.” Assim, com base nessa pesquisa, identifiquei como a atuação do Bispo Bruno Leonardo sugere contornos do rebanho dos novos tempos e da existência do líder como uma celebridade religiosa e um profeta digital.

## 6. Referências.

AGUIAR; Carlos Eduardo Souza. **Secularização em Questão: o Ativismo Religioso Digital e as Eleições Presidenciais de 2018**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Serviço Social do Comércio – SESC São Paulo PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 2019.

ALPION, Gëzim. **Mother Teresa: saint or celebrity?** New York: Routledge, 2007.

ASAD, Talal. **A construção da religião como uma categoria antropológica**. Cadernos de campo, São Paulo, n. 19, p. 1-384, 2010.

BARBOSA, Nelma Cristina Silva. **Um texto identitário negro : tensões e possibilidades em Cajazeiras, periferia de Salvador (Bahia)**. Universidade Federal da Bahia. Programa de Pós Graduação em Cultura e Sociedade. 2009.

BARTHES, Roland. **La chambre claire. Note sur la photographie. Paris: Cahiers du Cinéma**; Gallimard; Seuil, 1980. Trad. bras.: A câmara clara: notas sobre a fotografia. 7 ed. Tradução de Julio Castanon Guimarães Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2018. Coleção Clássicos de Ouro.

BARTHES, Roland. **A mensagem fotográfica**. in O Óbvio e o Obtuso . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1961.

BECK, Ulrich. (2016), **O Deus de cada um: a capacidade das religiões de promover a paz e o seu potencial de violência**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro

BIRMAN, Patricia. **O Espírito Santo, a Mídia e o Território dos Crentes**. Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião, Porto Alegre, ano 8, n. 8, p. 41-62, outubro de 2006.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo, Perspectiva, 6º edição, 2005.

BOYD, Danah. (2014). **It's complicated: the social lives of networked teens**. New Haven; London: Yale Universit Press.

- CAMPOS, Leonildo Silveira. **Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídiaradiofônica e televisiva**. REVISTA USP, São Paulo, n.61, p. 146-163, março/maio 2004.
- CAMPOS, Roberta Bivar Carneiro. **O profeta, a palavra e a circulação do carisma pentecostal**. Revista de Antropologia, São Paulo, USP, 2011, V. 54 N° 2.
- CAMPANELLA, Bruno; CASTELLANO, Mayka. **Cultura terapêutica e Nova Era: comunicando a “religiosidade do self”**. Comunicação, Mídia e Consumo. 12. 1-30. 10.18568/1983-7070.1233171- 191. 2015.
- CAROSO, C., TAVARES, F., and PEREIRA, C., orgs. **Diversidade, visibilidade e dimensão pública da vida religiosa na Baía de Todos os Santos**. In: Baía de todos os santos: aspectos humanos [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 479-527. ISBN 978-85-232-1162-2.
- CESAR, Larissa de Oliveira; SALDANHA, Patrícia Gonçalves. **Pastor Silas Malafaia e o uso estratégico das mídias digitais: o novo púlpito religioso no cotidiano midiaticizado**. Recis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, v. 13, jan-mar. 2019.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração, teoria, processo e prática**. São Paulo: Makron Books, 1994.
- COELHO, Maria Cláudia. **A experiência da fama: individualismo e comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.
- COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA. Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca (ENSP/Fiocruz). **Normas e Diretrizes Regulamentadoras de Pesquisas Digital**. Acesso público e irrestrito. p. 11, 2020.
- CÔRTEZ, Mariana. **O mercado pentecostal de pregações e testemunhos: formas de gestão do sofrimento**. Religião e Sociedade, Rio de Janeiro, v. 34, n. 2, p. 184-209, 2014.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os Sentidos da Moda**. São Paulo: Annablume, 2005. 146p.
- CUNHA, Magali do Nascimento. **Indústria cultural e o processo de construção da linguagem que delimita o mundo protestante**. Fragmentos de Cultura (Goiânia), Goiânia, v. 7, n.N. 29, p. 95-116, 1997
- CUNHA, Magali. **Vinho novo em odres velhos. Um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil**. Universidade de São Paulo. 2004.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DE PAULA, Leandro Santos. **Entre a opinião e o risco: Sobre religião e opinião pública**. Rio de Janeiro. 2016.

DE PAULA, Leandro Santos; SALGADO, Julia. **Usos da -fé inteligente: a hermenêutica empreendedora da IURD**. Comunicação, Mídia e Consumo (Online), V. 15, P. 138-157, 2018.

FACIOLI, Lara; PADILHA, Felipe. **Ética e pesquisa em Ciências Sociais: reflexões sobre um campo conectado**. Mediações, Londrina, v. 24, n. 1, p. 228-258, jan.-abr. 2019.

FREIRE; Adriana do Amaral. **Celebridades Religiosas, Influência e Presença Digital: Evangelização na Rede**. Contemporanea | comunicação e cultura - v.16 – n.02 – mai-ago 2018 – 519-538

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo, Edições Loyola, 1996.

GONÇALVES, Alonso S. **Os batistas no Brasil: pluralidade contestada e conservadorismo institucional**. Protestantismo em Revista, São Leopoldo, v.42, p. 130-140, 2016.

GONZALES, Zuleika; BAUM, Carlos. **Desdobrando a Teoria Ator-Rede: Reagregando o Social no trabalho de Bruno Latour**. Polis e Psique, Vol. 3, n. 1, 2013.

GIUMBELLI, Emerson. **A presença do religioso no espaço público: modalidade no Brasil**. Religião e Sociedade, Rio de Janeiro, 28(2): 80-101, 2008.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GUERRA, Adonay. **“Você é o ponto fraco de Deus”: Televangelismo Coach como subgênero audiovisual no Youtube brasileiro**. Salvador: XVII ENECULT - Encontro de estudos multidisciplinares em Cultura, 2021.

GOMES, Pedro Gilberto. **O processo de midiaticização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas socios simbólicas na contemporaneidade. A relação mídia e religião**. In: FAUSTO NETO, Antônio (Org.). *Midiaticização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008. 333 p. (Coleção Comunicação)

HOOVER, Stewart. **Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático**. C&S – São Bernardo do Campo, v. 35, n. 2, p. 41-68, jan./jun. 2014.

- HINE, C. **Virtual Methods and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge**. Oxford: Berg, 2015.
- HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JUNGBLUT, Airton Luiz. **Os Evangélicos Brasileiros e a Colonização da Internet**. Ciências Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião, Porto Alegre, ano 4, n. 4, p.149-166, out 2002.
- JUNIOR, Mauricio Cleonardo. **Revisando o conceito de carisma: líderes pentecostais, entre o virtuosismo e o capital religioso, da dominação à performance**. Revista semestral do Programa de Educação Tutorial - Ciências Sociais da UFRGS, ano 2, n. 2, jul. 2011, Porto Alegre. PET - Ciências Sociais UFRGS.
- JUNIOR, Antonio Costa. **A figura do profeta em Dêutero-Isaías e no presente, relações de poder comparados ao mercado da fé do século XXI**. Projeto de Pesquisa ESCRAVIDÃO, IDENTIDADE ÉTNICA E QUESTÕES RELIGIOSAS: UMA LEITURA A PARTIR DO DÊUTERO-ISAÍAS. Grupo de Pesquisa RELIGIÃO, TEOLOGIA E SOCIEDADE, PUC Goiás, 2022.
- KEANE, Webb. **Religious Language**. Annu. Rev. Anthropol. 1997. 26:47–71.
- KEANE, Webb. **Sincerity, "modernity," and the Protestants**. Cultural Anthropology; Feb 2002; 17, 1; Research Library.
- KOZINETS, Robert. **Netnography: doing ethnographic research online**. Sage, 2010
- LAMBERT, Karina Inácio de Araújo. **Reencantamento Digital? A Internet Como Ferramenta de Poder da Igreja**. Universidade Federal do Espírito Santo. 2017.
- LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social: uma introdução à teoria do Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012.
- MACHADO, Carly Barboza. **Fazendo política em outros congressos: tramas religiosas, práticas midiáticas e a estética da política nas periferias urbanas do Rio de Janeiro**. Debates do NER (UFRGS), v. 2, p. 19-59, 2020.

MACHADO, Mônica. **A Teoria da Antropologia Digital para as Humanidades Digitais**. Revista Z Cultural, Revista do Programa Avançado de Cultura Contemporânea, ISSN 1980 9921, 2017.

MARSHALL, David. **Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture**. Univ of Minesota. Estados Unidos. 1997.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Rumo a uma teoria da midiatização: exercício conceitual e metodológico de sistematização**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 45, p. 16-34, maio/ago. 2019.

MARQUES, Thiago Gomes; FULGENCIO, Leopoldo. **O desenvolvimento dos objetos transcendentais e da religião fundamentado na teoria freudiana**. Psicol. estud., v. 28, e53035, 2023.

MEYER, Birgit. **A Estética da Persuasão: As Formas Sensoriais do Cristianismo Global e do Pentecostalismo**. Debates do NER, Porto Alegre, ano 19, n. 34, p. 13-45, ago./dez. 2018.

NETO, Antônio Fausto. **Processos midiáticos e construção das novas religiosidades**. Galáxia. n.3. 2002.

NEVES, Rosemary Francisca. **Missão profética: uma experiência de libertação e esperança no exílio da babilônia a partir do segundo canto do servo de yhwh (is 49,1-6)**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião, Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2007, 91 f.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso. **O Trabalho do Antropólogo: Olhar, Ouvir, Escrever**. Revista de Antropologia, Vol. 39, No. 1. 1996.

OLIVIER, Driessens. **A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade**. Ciberlegenda. 2014. ISSN 1519-0617.

PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. **A aliança entre a religião e a mídia**. Tempo Presença, v. 1, p. 2, 2009.

PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. **Fala que eu te escuto: O interdiscurso e a intertextualidade na fala dos pastores/apresentadores da Igreja Universal**. Symposium (Recife), v. Ano 10, p. 117-132, 2007.

- PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. **O Fragmentado sujeito pós-moderno e a religião midiática**. Revista Brasileira de História das Religiões, v. 01, p. 14, 2008.
- REINHART, Bruno. “**Os estudos críticos da religião e do secularismo: virada ou paradigma?**”. Revista Crítica de Ciências Sociais, 123, Dezembro 2020: 97-120.
- RECUERO, Raque. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- ROEJK, C. **Leisure and culture**. Palgrave Macmillian, 2000.
- ROJEK, C. **Celebrity**. London: Reaktion Books, 2008.
- ROJEK, C. **The labour of leisure**. London: Sage, 2018.
- ROJEK, C. **Pop music, pop culture**. Cambridge: Polity, 2011.
- ROJEK, C. **Fame attack: the inflation of celebrity and its consequences**. London: Bloomsbury Academic, 2012.
- ROJEK, C. **Event power: How Global Events manage and manipulate**. London: Sage, 2013.
- SAAD, Maria Amélia; ROSENZWEIG, Patrícia Quitero. **Jovens conectados: a vivência da inteligência coletiva com o sagrado no Bote Fé**. Revista Panorama, v. 5, n. 1, jan./dez. 2015. ISSN 2237-1087.
- SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2001. E-BOOK. ISBN 9788522126989.
- SANT'ANA, Raquel. **A nação cujo Deus é o Senhor: a imaginação de uma coletividade “evangélica” a partir da Marcha para Jesus**. Tese (Doutorado em Sociologia e Antropologia) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2017.
- SANTOS, Douglas Alessandro Souza; MARTINEZ, Elias David Morales. “**A igreja sou eu, é você, somos nós**”: notas sobre a desinstitucionalização evangélica no Brasil a partir da observação da Comunidade Caminho da Graça. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 40, n. 2, p. 31-53, 2020.
- SBARDELOTTO, Moisés. **Public Religion: unfoldings of the mediatization of religion on the digital culture**. São Leopoldo | v. 3 n. 1 | p. 73-86 | jan.-jun. 2014.
- SBARDELOTTO; Moisés. **Deus digital, religiosidade online, fiel conectado: Estudos sobre religião e internet**. Cadernos Teologia Pública ano IX - número 70 –2012.

SCHECHNER, Richard. 2006. **“O que é performance?”**, em Performance studies: an introduction, second edition. New York & London: Routledge, p. 28-51.

SENNA, Carlos Henrique Corrêa. **Mediatização do Campo Religioso: A recepção da celebridade Padre Fábio de Melo por seus fãs/devotos**. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

SILVA, Emanuel Freitas. **A problemática sociológica do carisma: a definição weberiana, apropriações sócioantropológicas e um estudo de caso a partir da noção conceitual**. INTER-LEGERE | Natal, v. 2, n. 24, jan/abr, 2019 | ISSN 1982-1662.

SILVA; Marcos Vinicius Meigre. **O acontecimento João de Deus e os enquadramentos na mídia televisiva**. Rumores. número 27 | volume 14 | janeiro - junho 2020.

SILVA, Odlinari Ramon Nascimento da; COSTA, Luciana Miranda. **O pastor de internet e a mediatização digital da religião**. Revista Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura, v. 10, n. 1, julho de 2021.

SILVA, Ítalo da. **Religião, sentido e dominação: uma organização religiosa analisada a partir da abordagem sociológica weberiana**. Revista Pensamento & Realidade, v. 35, n. 2, pp. 87-104, mai./ago. 2020. ISSN 2237-4418.

SIMÕES, Paula. **Celebridades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea**. E-compós (Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), ISSN 1808-2599, v. 23, jan–dez, publicação contínua, 2020.

SOVIK, Liv. **Aqui ninguém é branco**. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2009. 176p.

SOARES, Samara Souza Diniz; STENGEL, Marcia. **Netnografia e a pesquisa científica na internet**. Psicologia USP, 2021, volume 32.

SPYER, Juliano. **Povo de Deus**. Geração Editora. São Paulo. 2020.

TAYLOR, Charles. **A ética da autenticidade**. Lisboa: Edições 70, 2009.

TAYLOR, Charles.. **As fontes do self: a construção da identidade moderna**. São Paulo: Loyola, 2005.

TAYLOR, Charles.. **Uma era secular**. São Leopoldo: Unisinos, 2010.

TONIOL, Rodrigo. **Judaicização do pentecostalismo brasileiro**. Estadão. Estado da Arte. 2019. Disponível em <https://estadodaarte.estadao.com.br/judaicizacao-do-pentecostalismo-brasileiro/>.

VERLINGUE; Karina Lisboa. **O Médium e a Mídia: Repercussões da Participação de Chico Xavier no Programa Pinga-Fogo em 1971**. Universidade Estadual de Londrina, UEL, Brasil. 2017

VELHO, Gilberto. **Observando o familiar**. In: NUNES, Edson de Oliveira. **A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 1 – 13.

ZOVIN, Cristiane. **Celebridades: a influência nos padrões de consumo no Brasil**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010

WEBER, Max. **Sociologia das Religiões**. São Paulo: UNESP, 1999.