Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Apocalípticos e moderados: os sentidos do COVID-19 entre os líderes evangélicos brasileiros[1]

Apocalyptic and moderate people: the senses of COVID-19 among Brazilian evangelical leaders

Odlinari Ramon Nascimento da Silva
Luciana Miranda Costa

Palavras-chave: COVID-19; Midiatização; Análise de Conteúdo; Religião; Evangélicos.

1 - Introdução

Com a pandemia provocada pelo coronavírus em todo o mundo e, particularmente no Brasil, a partir de março de 2020, temos vivido dias de tensão e questionamentos quando nos referimos aos campos da saúde, político, econômico e religioso[2]. Neste último, especificamente, os atravessamentos são de toda ordem: de pautas de conduta moral e ética a questões teológicas, passando por experiências no campo midiático.

[1] Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.
[2] Campo social para Bourdieu (1998, p. 133) é um "sistema específico de relações objetivas que podem ser de aliança e/ou de conflito, de concorrência e/ou de cooperação, entre posições diferenciadas, socialmente definidas e instituídas".

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

No contexto de pandemia da COVID-19[3], a religião também se apresentou como uma das protagonistas, a começar pelo debate sobre o fechamento de templos durante a quarentena, o que foi recomendado pela Organização Mundial da Saúde, além de vários outros posicionamentos com viés político-religioso publicados e compartilhados nas ambiências das redes sociais digitais.

A pandemia foi apropriada no contexto dos campos sociais a partir de várias interpretações, dentre as quais podemos citar as três principais a partir de seus efeitos: no âmbito da fé diante dos desafios do vírus (interpretação religiosa); no âmbito da crise financeira e trabalhista (interpretação política/econômica); e no âmbito da transmissão viral (interpretação no contexto da saúde).

Diante da realidade que se redesenhou na rede comunicacional das plataformas digitais a partir da pandemia, esta pesquisa buscou conhecer e analisar o discurso de líderes evangélicos brasileiros sobre o novo coronavírus e seus desdobramentos. Que sentidos foram produzidos sobre a COVID-19 por parte dos líderes evangélicos em ambientes midiáticos e como esses discursos representaram o posicionamento das igrejas evangélicas brasileiras? Para responder a essa pergunta-problema, o nosso *corpus* de análise foram os vídeos publicados em canais no YouTube dos pastores evangélicos, conhecidos nacionalmente: Antônio Carlos Costa, Caio Fábio, Ed René Kivitz, Edir Macedo e Silas Malafaia, os quais apresentamos um resumo da identidade pastoral de cada um deles.

[3] Trata-se da doença SARS-COV-2: Síndrome Respiratória Aguda Grave 2, provocada pelo novo agente do coronavírus, descoberto em 31 de dezembro de 2019.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

2 - Os pastores e suas representações religiosas

A igreja evangélica brasileira não tem uma única liderança assim como acontece com a igreja católica. São várias igrejas, vinculadas a vários ministérios, a partir de correntes teológicas diversas resultando em uma pluralidade religiosa. Sendo assim, nem um líder representa o povo evangélico brasileiro, nem mesmo os mais midiáticos, como Silas Malafaia. No entanto, muitos deles representam uma instituição, como é o caso do próprio Silas Malafaia que é pastor presidente da Assembleia de Deus Vitória em Cristo (ADVEC), além de televangelista, graduado em psicologia e presidente da editora Central Gospel. Possui um canal no YouTube com 1,21 milhão de inscritos.

Sendo assim, é importante situarmos cada pastor em seu contexto denominacional. Antônio Carlos Alves Sá Costa, por sua vez, é teólogo, jornalista, ativista social e escritor. Foi ordenado pastor pela Igreja Presbiteriana do Brasil. Na década de 90, fundou a Igreja Presbiteriana da Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, a qual ele pastoreia até os dias de hoje. Também é fundador da ONG Rio de Paz. Seu canal no YouTube tem 42,5 mil inscritos.

Caio Fábio D'Araújo Filho é um escritor, conferencista internacional, psicanalista, ex-pastor presbiteriano brasileiro e cristão sem-filiação a qualquer grupo religioso. Caio é conhecido por fomentar o movimento dos desigrejados[4]. O canal de Caio Fábio no YouTube tem 619 mil inscritos.

[4] Neologismo atribuído ao crescimento de pessoas que se declaram cristãs evangélicas, porém sem vínculo institucional. Segundo a Pesquisa de Orçamento Familiar (POF), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em um período de seis anos o número saltou de 0,7% em 2010 para 2,9% em 2016, totalizando 4 milhões de brasileiros evangélicos não-praticantes. Disponível em: < https://istoe.com.br/152980_O+NOVO+RETRATO+DA+FE+NO+BRASIL/ >. Acesso em: 25 agosto 2020.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Ed René Kivitz é teólogo, conferencista e escritor. Mestre em Ciências da Religião pela Universidade Metodista de São Paulo. Idealizador do Fórum Cristão de Profissionais. Atua, desde 1989, como pastor presidente da Igreja Batista de Água Branca (IBAB), em São Paulo. Possui um canal no YouTube com 111 mil inscritos.

E Edir Macedo é um bispo evangélico, televangelista, escritor, teólogo e empresário brasileiro. É o fundador e líder da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e proprietário do Grupo Record e da RecordTV, uma das principais emissoras do país. Seu canal no YouTube possui 659 mil inscritos.

Analisar os sentidos que os cinco pastores atribuíram ao coronavírus por meio de discursos no ambiente digital possibilita também a compreensão da multiplicidade identitária da igreja evangélica brasileira e as disputas de sentido que são estabelecidas no campo religioso.

3 - Por uma midiatização descolada do "midiacentrismo"

A teoria da midiatização oferece não só uma compreensão dos processos sociais, mas de acordo com Hjarvard (2014), um panorama teórico que lança luz sobre as implicações entre o comportamento humano (práticas sociais), a produção de sentido e a cultura midiática. E com a religião e as práticas religiosas não é diferente. Aliás, muito do "transbordamento" do campo religioso tradicional e das práticas individualizadas de fé se dão por conta da midiatização da sociedade. Hoje em dia, um líder religioso não conta apenas com a audiência restrita dos fiéis dentro de um templo. No contexto de midiatização da cultura e da sociedade, a produção discursiva da liderança religiosa rompe as paredes do domínio exclusivo da igreja e atinge os níveis de audiência da sociedade conectada por meio da internet.

"Na medida em que os meios de comunicação se tornam cada vez mais parte da vida cotidiana dos indivíduos, textos, imagens e discursos midiáticos tornam-se parte da

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

construção da identidade individual" (Hjarvard, 2014, p. 28). Nesse contexto, o que se tem não é apenas uma identidade individual, mas uma pluralidade identitária fomentada pelos discursos que são atravessados por lógicas internas e externas da circulação discursiva, potencializadas pela midiatização.

> Por midiatização da cultura e da sociedade entendemos o processo pelo qual ambas as esferas se tornam cada vez mais dependentes da mídia e de sua lógica. Tal processo é caracterizado por uma *dualidade,* no sentido de que os meios de comunicação passaram a estar *integrados* às operações de outras instituições e esferas culturais, ao mesmo tempo que adquiriram o *status* de instituições sociais *por seu próprio direito.* [...] O termo 'lógica da mídia' é aqui empregado em reconhecimento ao fato de possuir a mídia um *modus operandi* próprio e características específicas capazes de influenciar outras instituições e a cultura e a sociedade em geral, à medida que estas se tornam dependentes dos recursos que ela controla e disponibiliza (HJARVARD, 2014, p. 36).

Porém a dependência midiática de que trata Hjarvard (2014) é relativizada por outros autores. Rodrigues (2019), por exemplo, questiona se os fenômenos discursivos produzidos no aparato mediático[5] são os mesmos discursos que as pessoas produziriam em outros ambientes, como no templo. Ou seja, as esferas sociais seriam dependentes da mídia ou o contrário? O autor (2019) nos convida a entender os processos biológicos dos seres humanos sempre atrelados à invenção de objetos técnicos, incluindo a própria mídia:

[5] Rodrigues (2019) não vê razão a utilização dos termos, adotados no Brasil, de "mídia e mídias" e prefere usar o termo em inglês, a partir de sua raiz latina, "medium" e "media" (plural).

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

> Aquilo que a expressão *media* designa compreende objetos técnicos ou artefactos. Como para os seres humanos a experiência do mundo sempre dependeu da invenção de objetos técnicos, esta dependência, ao contrário daquilo que algumas pessoas parecem pressupor, não é propriamente uma característica do nosso tempo. A existência de seres humanos não depende apenas dos seus dispositivos naturais, mas esteve desde sempre dependente dos inventos técnicos, uma vez que o processo de hominização consiste precisamente na atrofia dos seus dispositivos naturais e na correspondente necessidade de elaboração de artefactos que compensem a atrofia dos dispositivos naturais (RODRIGUES, 2019, p. 28).

Dessa forma, o que Hjarvard (2014) entende por midiatização da sociedade, Rodrigues (2019) entende por "processo sociogenético da técnica", um processo no qual os objetos técnicos tendem a se transformar em dispositivos técnicos. Isso nos leva à compreensão de que todo discurso é essencialmente uma prática social de produção de sentido que pode ou não ser midiatizada através dos dispositivos comunicacionais. Nessa direção, Martino (2016) chama atenção para se evitar o "midiacentrismo", quando escreve que a mídia não cria processos sociais, apenas interfere nos processos pré-existentes ao próprio dispositivo midiático.

Uma linha comum de pensamento identificada em Hjarvard (2014), Martino (2016) e em Rodrigues (2019), portanto, é a incorporação dos dispositivos midiáticos nos processos sociais, dentre eles, os religiosos. "Esta é provavelmente a característica mais importante que os distingue das outras modalidades de objetos técnicos e decorre do fato de serem dispositivos técnicos ou artefatos incorporados ou interiorizados no nosso organismo" (Rodrigues, 2019, p.35).

Dessa forma, a circulação discursiva só é possível se o ambiente das mídias sociais, concordando com Rodrigues (2019), levar em conta a natureza comunicativa das pessoas conectadas. A mídia se apropria de outros discursos e atua na visibilidade ou não deles. Um exemplo disso é o contexto dos discursos dos pastores Antônio Carlos Costa, Caio Fábio, Ed René Kivitz, Edir Macedo e Silas Malafaia, que se destacam a

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

partir do grande número de acessos aos seus canais e por meio do compartilhamento social de seus vídeos em outras redes, entre muitos outros pastores e líderes evangélicos que também compartilharam seus conteúdos discursivos como produção de sentido sobre a COVID-19.

Nosso trabalho apresenta a midiatização, a partir da produção de sentido dos líderes religiosos, como chave hermenêutica (Gomes, 2017) para a compreensão dos fenômenos midiáticos religiosos.

4 - Enfoque metodológico

Compreendendo a partir de Bardin (2011) que a análise de conteúdo pode ser definida como um método empírico e que se aplica também a discursos, priorizamos esse método por atender ao objetivo principal do nosso trabalho. O recorte da pesquisa, ao selecionar um vídeo de cada pastor, justifica-se no fato de que o conteúdo publicado por cada líder religioso em questão sintetiza o pensamento dele em relação à pandemia do coronavírus. Mesmo que o pastor seja o presidente de uma instituição, como é o caso de Ed René Kivitz, Edir Macedo e Silas Malafaia, a coleta dos vídeos se deu no próprio canal do pastor e não no canal da denominação em que cada um deles faz parte.

Com as técnicas da análise de conteúdo, foi feita a coleta de dados quantitativos, como por exemplo, a quantidade em que as expressões “coronavírus”, “pandemia” e “COVID-19” foram citadas em cada vídeo e de que forma cada líder produziu sentidos religiosos a partir da mensagem publicada em vídeo no canal, caracterizando-se desta forma, como uma pesquisa qualitativa-quantitativa. Inclusive, os vídeos foram encontrados a partir da seleção algorítma do próprio YouTube ao digitar a palavra “coronavírus” no campo de busca em cada canal. O segundo critério de seleção dos vídeos foi perceber, na primeira leitura do material, se o pastor se referiu, ao menos uma vez, ao contexto da pandemia do COVID-19. O nosso foco foi, dessa forma, a

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

mensagem midiatizada de cada pastor a respeito do coronavírus e a compreensão, através da análise de conteúdo, dos sentidos religiosos e sociais das mensagens.

Cada vídeo analisado possui, em média, 5 minutos e cada pastor ocupa o seu respectivo lugar de fala quando se refere a COVID-19. Portanto, nossa pesquisa, analisou os discursos dos pastores e estabeleceu categorias de análise de conteúdo entre os discursos moderados e apocalípticos, os quais serão apresentados com detalhes no artigo completo.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Quadro 1 – Temas compartilhados pelos pastores evangélicos no YouTube

Pastor	**Tema**	**Link de acesso**
Antônio Carlos Costa	*Cristãos mortos pela pandemia*	https://www.youtube.com/watch?v=EGOt4bJW7yk
Caio Fábio	*O coronavírus e a revelação dos pastores do cassino*	https://www.youtube.com/watch?v=OE2JEG-Se6M
Ed René Kivitz	*Na dúvida fique do lado do pobre*	https://www.youtube.com/watch?v=7TWNzpIAFbk
Edir Macedo	*"Eu venci o mundo"*	https://www.youtube.com/watch?v=UbxMf_XkRUs
Silas Malafaia	*Coronavírus! Coitado do povo brasileiro*	https://www.youtube.com/watch?v=2gAT_vje7nA

Fonte: Tabela elaborado pelos próprios autores (2020)

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Ed. 70, 2011.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico.** Tradução de Fernando Tomaz. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil: 1998.

GOMES, P. G. **Dos meios à midiatização: um conceito em evolução = From media to mediatizacion: na evolving concept.** São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2017.

HJARVARD, S. **Midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.

RODRIGUES, A. D. O que são afinal os media? **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 8, n. 1, 2019.

MARTINO, L. M. S. **Mídia e Poder Simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso.** São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais.** São Paulo: Paulus, 2016.

_____. **Métodos de Pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.