

# **SE DEUS É POR NÓS, QUEM SERÁ CONTRA NÓS? Política e fé no meio evangélico<sup>1</sup>**

## **IF GOD IS FOR US, WHO CAN BE AGAINST US: politics and faith in the evangelical community**

Cristina Melo<sup>2</sup>  
Paulo Vaz<sup>3</sup>

**Resumo:** O artigo sugere que o discurso terapêutico-religioso das lideranças evangélicas atua de duas formas distintas na esfera pública: a) produz indivíduos descolados da atualidade política, mas, quando necessário, mobilizáveis a partir das guerras culturais, b) opera uma separação afetiva entre “nós” e “eles” que sistematicamente desqualifica cognitivamente e moralmente seus inimigos, ao mesmo tempo em que reafirma a sua própria confiabilidade.

**Palavras-Chave:** Evangélicos 1. Política 2. Câmeras de eco 3.

**Abstract:** The article suggests that the therapeutic-religious discourse of evangelical leaders acts in two distinct ways in the public sphere: a) it produces individuals who are detached from current political events, but, when necessary, who can be mobilized by cultural wars, b) it operates an affective separation between “us” and “them” that systematically disqualifies their enemies cognitively and morally, while reaffirming their own trustworthiness.

**Keywords:** Evangelicals 1. Politics 2. Echo chambers 3.

### **1. Os evangélicos, as eleições e a política**

O crescimento dos evangélicos no Brasil é um fato incontestável. Dados do IBGE registram que em 1950 eles eram apenas 3,6% dos cidadãos e passaram para 22% em 2010. As projeções apontam que em 2022 devem ter atingido 31% da população<sup>4</sup> e, em 2030, chegarão a 39,8%, ultrapassando os católicos, cuja estimativa é ficar em 38,6%<sup>5</sup>. Sustentando as projeções, as igrejas evangélicas continuam a se multiplicar, impulsionadas pelo forte crescimento das denominações pentecostais, que, em 2019, correspondiam a 48.781 templos em todo o território nacional (ARAÚJO, 2022).

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Cristina Teixeira: UFPE, Doutorado, cristina.melo@ufpe.br

<sup>3</sup> Paulo Vaz: ECO/UFRJ, Doutorado, paulo.vaz@eco.ufrj.br

<sup>4</sup> Os dados do último Censo ainda não foram divulgados.

<sup>5</sup> <https://www.ihu.unisinos.br/publicacoes/78-noticias/585245-transicao-religiosa-catolicos-abaixo-de-50-ate-2022-e-abaixo-do-percentual-de-evangelicos-ate-2032>

Expressando esse cenário, o voto evangélico tornou-se uma força decisiva na política brasileira, especialmente pelo apoio a candidatos conservadores a cargos majoritários. O ano de 2018 foi um marco nesse sentido. Segundo pesquisa de boca de urna do Datafolha, o voto evangélico a Bolsonaro atingiu o percentual de 70%, enquanto Haddad recebeu 29%<sup>6</sup>. Naquela eleição, pastores, bispos e outros influenciadores incitaram os fiéis contra o Partido dos Trabalhadores (PT), apresentando a legenda como uma ameaça aos valores morais e religiosos da Igreja, em especial à família. Em trabalho anterior, mostramos que a relação entre moralidade conservadora e antipetismo tem como pano de fundo as políticas públicas do PT voltadas para os Direitos Humanos (DH), em particular aquelas focadas em questões de gênero e sexualidade (MELO e VAZ, 2021; MISKOLCI, 2021). Não ao acaso, entre as fakes news que circularam na campanha de 2018 as de maior repercussão foram a “mamadeira de piroca” e o “kit gay”.

No plebiscito presidencial de 2022, o voto evangélico voltou a ser alvo de atenção da mídia e disputa entre os candidatos. Lula divulgou “Carta aos evangélicos” (19/10/2022) na qual afirmava ser “pessoalmente contra o aborto”, enaltecia os “valores da família”, defendia “o livre exercício da religião sem interferência do Estado”<sup>7</sup> e desmentia a notícia falsa de que caso a esquerda vencesse as igrejas seriam fechadas. Não adiantou muito, porém. Segundo o mesmo instituto Datafolha, a pesquisa de intenção de voto três dias antes do segundo turno apresentava a proporção, entre os evangélicos, de 62% para Bolsonaro e 32% para Lula<sup>8</sup>.

Sustentamos que fake news e teorias da conspiração contra o PT circulam com relativa facilidade entre os evangélicos em função das chamadas “câmeras de eco”. Um dos objetivos deste trabalho é justamente avaliar se as práticas de comunicação de lideranças evangélicas formam câmaras de eco que fragmentam a esfera pública no Brasil por não participarem das discussões sobre os acontecimentos selecionados pelos meios de comunicação tradicionais, ou, se discutirem, por manipularem a confiança de seu público de modo a produzir dissenso sobre a interpretação do que acontece. Mais particularmente, nossa curiosidade é saber qual o lugar da política no meio evangélico para além do que é noticiado em período de eleição. Para tanto,

<sup>6</sup> <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/26/datafolha-de-25-de-outubro-para-presidente-por-sexo-idade-escolaridade-renda-regiao-religiao-e-orientacao-sexual.ghtml>

<sup>7</sup> <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/08/apos-dizer-que-igrejas-fecharao-em-caso-de-vitoria-do-pt-feliciano-agora-fala-em-perseguicao-aos-evangelicos-por-parte-da-rf.ghtml>

<sup>8</sup> <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/noticia/2022/10/27/datafolha-lula-tem-49percent-no-2o-turno-e-bolsonaro-44percent.ghtml>

decidimos trabalhar com lideranças que têm presença relevante nas mídias sociais, já que as câmeras de eco funcionam fortemente nesses ambientes.

Uma experiência típica de esfera pública fragmentada é o desconhecimento de quais são as pessoas e informações que os membros de outros grupos valorizam. Pelo desconhecimento, tomamos por base a pesquisa Radar Evangélico (2023)<sup>9</sup> que mapeou a influência evangélica na rede social Instagram e listou 44 influenciadores com ao menos 2 milhões de seguidores. O alcance individual e coletivo dessas lideranças impressiona, especialmente levando em consideração que fora do mundo evangélico elas são pouco conhecidas. Quem de nós já ouviu falar do pastor e cantor gospel Fernandinho? Não muitos, cremos. Porém, ele tem 4,9 milhões de seguidores no Instagram. Mas, há influenciadores com penetração muito maior. O Pastor Claudio Duarte tem 10,3 mi de seguidores, Deive Leonardo, 16,8 mi; e Nikolas Ferreira chega aos 17,1 mi. A título de comparação, personalidades progressistas do campo das artes e da política estão muito abaixo desses números. Caetano Veloso e Gilberto Gil têm, respectivamente, 2,7 mi e 2,6 mi de seguidores e Guilherme Boulos 2,4 mi.

Apesar de ser um fator importante, o número de seguidores não é o único parâmetro que conta para medir o impacto de um influenciador. A posição da pessoa em relação a um grupo de pessoas interligadas e suas ações nessa rede têm consequências diferentes. Por exemplo: alguém pode ter menos seguidores, mas ser uma "ponte de contato" entre subgrupos que não se conversam, o que significa que ela tem um poder diferente: disseminar informações em grupos distintos (RADAR EVANGÉLICO, 2023).

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

Na sequência, escolhemos um período marcado por acontecimentos de grande relevância, já que indício de esfera pública fragmentada é a ausência de partilha dos acontecimentos que constituem a atualidade política tal como construídos e difundidos pela mídia. Delimitamos o intervalo de 14 a 28 de novembro de 2024 como recorte temporal para investigação. Decidimos por esse período porque abrigava dois fatos bastante noticiados pelos

<sup>9</sup> <https://www.observatorioevangelico.org/o-mapa-da-influencia-evangelica-nas-redes-sociais-comentarios-sobre-a-pesquisa-radar-evangelico/>

meios de comunicação tradicionais. O primeiro é a revelação pela Polícia Federal (PF) de que houve tentativa de golpe capitaneada por Bolsonaro e militares de alta patente após as eleições de 2022. Uma série de acontecimentos derivados contribuíram para manter a tentativa de golpe no centro das atenções midiáticas. Diferentemente de como ocorreu no fim da ditadura militar, dessa vez, um general de 4 estrelas foi preso. Também ficou nítida a possibilidade de o ex-presidente Jair Bolsonaro ser indiciado. Nesse período, ainda ocorreu o ataque com explosivo ao Supremo Tribunal Federal (STF). O segundo acontecimento foi o Brasil sediar pela primeira vez o encontro da cúpula do G20, com todos os chefes de Estado presentes na cidade do Rio de Janeiro por três dias. Como episódios derivados, tivemos a atuação da primeira-dama, que xingou Elon Musk numa palestra, e a discussão sobre regulação das redes sociais. Na época ainda foram divulgadas duas notícias que têm relevância para o campo evangélico: a aprovação na Comissão de Constituição e Justiça da admissibilidade da Emenda Constitucional (PEC) que proíbe o aborto mesmo em situações previstas por lei e a morte do apóstolo Rina, da Igreja Bola de Neve.

Para discutir a fragmentação, nos interessava saber os diferentes pesos atribuídos aos acontecimentos do período da investigação. Para a nossa surpresa, poucas lideranças evangélicas da política comentaram as notícias midiáticas. O questionamento instantâneo incidiu sobre a classificação do Radar Evangélico. Verificamos que Silas Malafaia e Marco Feliciano, bastante ativos na política, foram categorizados como “motivacionais”. Decidimos, então, incluir na amostra influenciadores reputados como “motivacionais”. Dispensamos os perfis “devocionais” porque acreditávamos que nesses encontrariamos tão somente conteúdos de cunho religioso como a leitura e interpretação da Bíblia.

Apuramos também que a maioria das lideranças da lista do Radar eram conservadores e de direita. Ao menos 80% dos 44 influencers apoiaram Bolsonaro em 2016 e 2022, seja por declarações, postagens, participação em eventos de campanha ou feitura de vídeos. Priscila Alcântara, que manifestou apoio à Lula em 2022, foi a única exceção à regra. Cientes desse fato, para além da listagem do Radar Evangélico, tomando por base notícias que indicavam as principais lideranças evangélicas brasileira de esquerda, elegemos também como alvo de investigação os perfis no Instagram dos pastores progressistas Henrique Vieira e Caio Fábio<sup>10</sup>. Embora ambos tenham um índice de seguidores no Instagram<sup>11</sup> bem abaixo da mediana de

<sup>10</sup> <https://www.fuxicogospel.com.br/2022/10/conheca-os-pastores-famosos-que-sao-de-esquerda.html>

<sup>11</sup> Henrique Vieira, 970 mil e Caio Fábio 610 mil.

influenciadores do Radar Evangélico (4,2 mi), eles nos serviram de contraponto ao discurso evangélico conservador da lista que tínhamos em mãos.

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

Guiando-nos pelas perguntas norteadoras e tendo feito uma leitura inicial das postagens, classificamos o corpus de acordo com certos topoi discursivos: atualidades do mundo, atualidades do mundo evangélico, relação com a finitude - tanto no sentido de sofrimento associado à impotência em relação aos eventos terrenos, quanto em relação à mortalidade, e a importância da autonomia, da fé e da família. Antes de apresentarmos as análises, expomos brevemente as considerações teóricas sobre as câmeras de eco, pressupondo que elas fazem funcionar uma dinâmica própria da comunicação evangélica nas redes sociais.

## 2. Câmaras de eco e fragmentação da esfera pública

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

Sua singularidade é destacada pela comparação com o modelo do broadcast, que vigorou desde o predomínio dos jornais no século XIX até o advento das redes sociais. Simplificando bastante, neste modelo, cabia aos jornalistas selecionar, para todos os cidadãos de um país, os acontecimentos que deviam ocupar sua atenção e em relação aos quais eles deveriam se posicionar e, quiçá, agir politicamente. A confiança nas fontes decorria do lugar

de confiança socialmente atribuído às empresas jornalísticas. A facticidade dos acontecimentos era sustentada nessa confiança. Uma vez estabelecida a facticidade, discutia-se socialmente a interpretação a ser dada aos acontecimentos e as alternativas de políticas públicas daí resultantes.

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

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

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

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

Nas câmaras de eco, a confiança nas fontes de informações é determinada pela proximidade moral e política. Associada à crise dos peritos – especialmente jornalistas e

cientistas que trabalham com temas de deliberação na esfera pública –, cujas razões são anteriores ao advento das redes sociais, a nova forma de atribuir confiança provoca a desregulação do “mercado cognitivo”: é uma questão da alçada de indivíduos e grupos a decisão sobre quais são as fontes confiáveis.

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

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

O fechamento de uma câmara de eco é cognitivo e obtido através da manipulação da confiança. De um lado, as fontes com opiniões divergentes são desacreditadas; do outro lado, as fontes que criticam as opiniões divergentes têm sua confiança magnificada. Em outras palavras, entre as crenças partilhadas numa câmara de eco estão aquelas que provêm argumentos para desacreditar as opiniões contrárias (NGUYEN, 2020; RECUERO et al, 2020). Daí duas atitudes costumeiras em indivíduos marcados por câmaras de eco: se são expostos a informações discordantes e desagradáveis, fazem sua pesquisa até encontrar o que querem (TRIPODI, GARCIA, e MARWICK, 2024); diante de informações contrárias, também é possível partilhar a indignação, o que implica em dizer que a exposição não provoca questionamento.

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

A comparação com o broadcast novamente esclarece: durante grande parte do funcionamento das televisões, havia poucos canais para escolher e não havia controle remoto. Assim, mesmo que só gostasse de assistir novelas, um indivíduo tendia a deixar a televisão ligada sem mudar de canal durante o período em que era exposto a notícia (PRIOR, 2008; KRUPNIKOV e RYAN, 2022). Hoje, porém, se desejar, um indivíduo pode passar todo seu tempo diante de uma tela assistindo a vídeos de gatinhos sorridentes ou a notícias sobre celebridades.

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

Um elemento não tecnológico que tende a favorecer a existência de câmaras de eco é, ao nível individual, o viés de confirmação, isto é, a preferência pela ignorância e pela homofilia de opiniões (LODGE e ABER, 2013). O que é o viés de confirmação, senão acreditar no que se deseja acreditar? Trata-se de evitar ideias desafiadoras e procurar ideias que reforcem sua perspectiva. No nível social, um elemento não tecnológico é a passagem de conflitos distributivos para conflitos de identidades ou guerras culturais. Gera-se uma sociedade cada vez mais polarizada politicamente, pois, além de ser difícil negociar um compromisso em questões de identidade, aqueles com quem disputamos tendem a ser vistos como imorais. A polarização é afetiva e certamente não teria tal força sem a ascensão das políticas de identidade na esquerda e na direita (IYENGAR, SOOD, LELKES, 2012).

Até aqui, tomamos como dada a existência de câmaras de eco. Mas não seria essa atitude uma câmara de eco em relação às câmaras de eco? Ao longo dos últimos dez anos, houve vários estudos empíricos visando determinar a sua existência. Uma pesquisa recente, no entanto, constatou que há efetivamente formação de câmaras de eco (GONZÁLEZ-BAILÓN,

2023). Feita em parceria com a Meta, a pesquisa analisou todas as URLs classificadas como notícias políticas partilhadas por 208 milhões de usuários adultos (praticamente todos os usuários adultos estadunidenses da plataforma) de setembro de 2020 a janeiro de 2021, isto é, a análise compreendeu a partilha de notícias políticas durante o período eleitoral. As notícias vinham de amigos, das páginas e dos grupos. A posição política dos usuários foi determinada pelos algoritmos do Facebook e não por autodeclaração.

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

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

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

Nos últimos 10 anos, foi adicionada uma novidade às teorias conspiratórias: a conspiração sem teoria (MUIRHEAD; ROSENBLUM, 2019). Usualmente, estas teorias acumulavam detalhes para convencer os céticos. Agora, com as câmaras de eco, não há mais ceticismo. Basta insinuar que a fonte noticiosa de um acontecimento é um adversário poderoso e com interesses escusos para difundir a possibilidade de conspiração. A existência de um evento ou algumas de suas características básicas (como a separação entre agressores e vítimas) pode ser atribuída à intenção maléfica de nossos inimigos, que querem nos enganar.

Há uma relação estrutural, portanto, entre câmaras de eco e teorias conspiratórias. A primeira se constitui por desacreditar fontes de informação com perspectivas diferentes daquelas do grupo; a segunda denuncia um complô de nossos inimigos para nos fazer acreditar nas notícias sobre acontecimentos. A relação estrutural pode se estender ao populismo conservador, que se caracteriza não apenas pela separação entre o povo inocente e uma elite maléfica, inimiga; mas também por fazer acreditar que esta elite privilegia um certo grupo dentre o povo (MUDDE; ROVIRA 2017; MÜLLER, 2017). Nestes três conceitos tão importantes para se pensar a atualidade, vemos a mesma crença básica: há inimigos poderosos que desejam nos enganar e prejudicar.

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

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

Numa esfera pública fragmentada, porém, as posições preexistem ao processo de deliberação; de fato, a existência de um problema público qualquer parece ser apenas a ocasião para os grupos antagônicos manifestarem sua indignação com a posição dos adversários. Além disso, em várias ocasiões, não há reconhecimento pelos grupos em disputa da facticidade de

um acontecimento ou, mais precisamente, negar a realidade do acontecimento é um modo de disputar qual é a ação adequada em relação a um problema público.

A seguir, buscamos analisar como as câmeras de eco funcionam nas redes sociais evangélicas no que se refere ao debate político, bem como aos temas motivacionais. Uma possibilidade de os influenciadores favorecerem a existência de uma esfera pública fragmentada é produzir um público despolitizado, mas fiel, pois vinculado a eles através do discurso terapêutico-religioso, e, portanto, possível de ser orientado nos momentos de eleição. Dito de outro modo, pode-se estar produzindo indivíduos descolados da atualidade política, mas mobilizáveis quando necessário. Uma segunda possibilidade é produzir um discurso sobre a atualidade política que sistematicamente opera uma separação afetiva entre “nós” e “eles” que sistematicamente desqualifica cognitiva e moralmente os inimigos, ao mesmo tempo em que reafirma a sua confiabilidade. As duas possibilidades não são excludentes.

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

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

Todas essas lideranças abordaram os acontecimentos relacionados ao 8/01/23. Assunto inescapável para aqueles que estão em cargos oficiais. No caso das lideranças de direita, quando mencionaram tais assuntos, a intenção era mostrar que Bolsonaro é vítima de perseguição política. Para tanto, desqualificaram quem fala em contrário - a mídia tradicional, o STF, a PF e a esquerda. Essa manipulação da confiança é típica de uma câmara de eco.

Por exemplo, no dia 21/11, Nikolas Ferreira postou um vídeo em que acusa Alexandre de Moraes de ocupar posições conflitantes nos casos que julga (“réu”, “vítima”, “promotor”, “investigador”, “advogado”, “juiz”). O deputado do PL fez uma série de associações a fim de insinuar que existe um “joguinho casado” entre Governo Federal, STF, STE, PF e Senado contra Bolsonaro. Essas associações são apresentadas como uma espécie de revelação da

verdade. Para além da ideia de que esses supostos conchavos prejudicam Bolsonaro, Nikolas quis mostrar que a própria Justiça está ameaçada no país em função da atuação dos “imorais” que estão no poder. Nesse sentido, ele reproduziu de forma descontextualizada a seguinte uma frase do ministro Gilmar Mendes: “Muitos personagens que estão hoje aqui, inclusive o presidente Lula, só estão aqui porque o Supremo enfrentou a Lava Jato.” Na sequência, ironizou: “Mas a Lava Jato não foi a operação contra corruptos? Então, o STF lutou contra a condenação de corruptos?”. Dessa forma, Nikolas constrói uma situação em que de um lado estão os bons, aqueles que lutam contra a corrupção, e do outro os maus, os corruptos. Ele encerra o vídeo dizendo da importância de não se desistir colocar “boas pessoas” no legislativo, no judiciário, no executivo, pois, nas palavras dele: “só ocupando esses espaços a gente vai tirando essa galera”.

Silas Malafaia também opera numa distinção entre Nós X Eles, assim como investe na tese de perseguição política. Malafaia abre um vídeo (15/11) dizendo que “gostaria de ficar calado, mas sua consciência não permite”. Dirigindo-se ao “povo abençoadão do Brasil”, ele acusa integrantes da mídia, PF e STF de serem “esquerdopatas de carteirinha”, de “terem lado” e justo por isso “não tem moral para falar nada”. A fim de mostrar que as instâncias de poder agem com 2 pesos e 2 medidas, Malafaia compara o caso do atentado a bomba ao STF à facada dada por Adélio Bispo em Bolsonaro na campanha de 2017. Ele acusa a imprensa e o STF de à época não o ter vinculado Adélio a grupos políticos, mas agora associar o atentado da Praça dos Três poderes à Bolsonaro e ao 8/01 a fim de tirar de pauta a anistia. Sobre o 8/01, Malafaia ainda enfatiza que quem ocupou o Planalto eram donas de casa, faxineiras, ou seja, “gente inocente”, sem “poder de armas”, que não tinha intenção de tirar Lula da presidência, e que agora, segundo ele, está sendo tratada como “subversiva” e “terrorista”. Ele encerra o vídeo clamando à Deus por juízo e justiça e “profetizando” que “vai cair gente grande”, porque “não é possível tanta injustiça, tanta maldade, perseguição política pra incriminar gente inocente.”

Quando do indiciamento de Bolsonaro, Damares também saiu em defesa do ex-presidente (21/11). Logo de cara ela afirma que “indiciamento não é crime”. Contra a acusação de que Bolsonaro tem envolvimento no 8/01, ela assevera que ele sempre atuou “dentro das quatro linhas da Constituição” e que, se alguém do entorno dele agiu diferente, deve responder sobre seus atos. Numa clara tentativa de agregar apoio ao ex-capitão, ela dirige-se ao interlocutor indagando: “Eu tô com Bolsonaro! E você? E afirma que apesar da perseguição do “sistema”, Bolsonaro se multiplicou e agora o país “tem líderes apaixonados pelo Brasil que

odeiam a corrupção, que não fazem alianças com o crime organizado e que amam as crianças, as famílias brasileiras, a liberdade e a Pátria.” (28/11).

As lideranças evangélicas de esquerda também se posicionam em relação aos acontecimentos de 8/01. O pastor Henrique Vieira veiculou dois vídeos no dia 14/11 enfatizando a relação do atentado à bomba do dia anterior ao discurso de ódio promovido pela extrema direita, bem como a Bolsonaro. Em função disso, ele se coloca contra a anistia daqueles que participaram do 08/1 e finaliza um dos vídeos afirmando que seu posicionamento não constitui “vingança”, mas um ato “pela democracia, justiça, memória e verdade”.

O pastor progressista Caio Fábio, por sua vez, chama o homem que detonou a bomba na Praça dos Três Poderes de “terrorista” para em seguida classificar o minuto de silêncio que um deputado da bancada evangélica pede na Câmara dos Deputados pela morte do sujeito que detonou o explosivo de ato “inadjetivável”, “inconcebível”, “inacreditável”. No dia 15/11, enquanto imagens do 8/01 são exibidas, ele repete o enunciado “Eu creio que o Brasil pode conhecer Jesus ...” seguido das seguintes afirmações sequenciais: “não por fanatismo”, “não por engajamentos políticos”, “não por enlouquecimento, pra produção de tormentos na mente de pessoas que integram torcidas organizadas vândalas, perversas e golpistas”. Logo depois, afirma que o conhecimento de Jesus deve servir para que as pessoas se amem umas às outras e tornem o Brasil um país de paz, preocupado com a preservação ambiental e cuidado com a natureza.

Fora os acontecimentos já assinalados, apenas mais 2 notícias de interesse público foram alvo de comentário de pelo menos 2 lideranças evangélicas: a realização do G20, a PEC que proíbe o aborto mesmo em situações previstas por lei:

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

---

<sup>12</sup> Desde 1940, a legislação brasileira proíbe o aborto, mas abre a possibilidade de interrupção legal da gravidez quando a gestação decorre de estupro ou para salvar a vida da mulher.

No dia 27/11, Marco Feliciano e Damares Alves comemoraram a aprovação da admissibilidade da referida PEC. Feliciano abre seu post falando que a casa legislativa fazia justiça naquele dia dando voz aqueles que nunca poderão falar porque foram assassinados. Embora afirme lamentar a violência e a barbárie sofrida pelas mulheres que são estupradas, ele diz lamentar ainda mais a morte de uma criança no ventre da mãe. Damares, por sua vez, explica que aquela PEC garante que “a vida é inviolável desde a concepção”. Tanto Damares quanto Feliciano lembram a luta que foi chegar até ali, caracterizando uma dinâmica de Nós X Eles. Ao se colocarem na posição de defesa de “bebês indefesos”, eles assumem o lugar do bem contra seus inimigos, vistos como “monstruosos” e “imorais”.

A fim de distanciar aqueles que não aprovam a PEC 164/12 da imagem de monstruosidade, no dia 28/11, o pastor Henrique Vieira divulgou um post intitulado “O que a PEC do estuprador tem a ver com as mulheres cristãs?” onde argumenta que a maioria das mulheres evangélicas (mães, irmãs e filhas) é negra, pobre e periférica e que esse é o principal recorte de quem sofre violência sexual e doméstica. Enfatizando que a PEC quer proibir o aborto em casos de estupro, quando o feto não tem chances de sobreviver fora do útero ou em casos de risco de vida para a mulher, ele indaga “Por que a bancada da bíblia não liga pra vida de quem já nasceu?” e interpela seu público a responder a seguinte questão “Você acredita que essa PEC protege ou desampara nossas meninas?”. Ao final, o post faz um chamamento para que as pessoas se engajem na campanha promovida pelo grupo Mulheres Profetizando Vida.

O julgamento de imoralidade é muito importante para a dinâmica da guerra cultural. Por exemplo, em relação ao G20, no lugar de comentarem o que estava se discutindo no encontro, os evangélicos de direita, além de a repercutir a fala da atual primeira-dama contra Elon Musk, se limitaram a questionar o uso de verbas públicas para promoção de shows organizados também por Janja durante o evento. Damares insinua que os artistas que participaram do apelidado “Janjapalooza” consumiram bebidas alcoólicas a custas do dinheiro público enquanto “parte da população sofre com necessidades básicas” (18/11). Nikolas Ferreira também denuncia o suposto uso de verba pública no “Janjapalooza” e critica a fala de Janja no G20.

Nesse ponto vale lembrar o que sustentava o grande ideólogo da direita Olavo de Carvalho sobre o chamado “marxismo cultural”. Para Olavo de Carvalho, mesmo tendo sido derrotados em 1964, os “comunistas” teriam encontrado um campo aberto para militância no campo da cultura e da educação no país e seriam essas as transformações culturais que dariam

suporte às transformações políticas e econômicas. Portanto, a suposta hegemonia cultural de esquerda precisaria ser combatida por uma direita capaz de promover transformações de cunho conversador e liberal. É justamente o combate ao “marxismo cultural” o cerne da postagem de Nikolas Ferreira em que ele exibe o vídeo de um pai denunciando que o trabalho escolar de seu filho foi alvo de censura na escola por tratar de um político de direita, o próprio Nikolas (26/11).

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

#### **4. Fé e prosperidade**

Do ponto de vista temático, 2/3 do corpus são posts devocionais ou que afirmam valores evangélicos. Uma grande parte aborda a importância de se manter a fé para superar o sofrimento e obter felicidade e prosperidade. Nesse contexto, são muito frequentes os relatos em 1<sup>a</sup> pessoa em que as lideranças confessam que já tiverem muito momentos de “fraqueza” e “desesperança”, mas a persistência na fé os fez vencer, no sentido de ter paz e harmonia no lar, equilíbrio emocional, saúde, emprego e crescimento financeiro. Muitos ilustrativos neste sentido são os “testemunhos” de Marco Feliciano sobre sua batalha espiritual para se manter na igreja. No dia 19/11, por exemplo, ele revela que aos 20 anos desistiu de seguir na vida religiosa, estava decidido a ser empresário do ramo de velas, mas o seu pastor foi até ele e, “como um psicólogo”, após ter conseguido dele uma confissão de desânimo, o incentivou a seguir o seu Chamado. Desde então ele atua como pregador itinerante. Sua mensagem final é: “não é quando e como queremos é como Ele quer. E aconselha: “Não pare e creia”.

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

Quando acontece uma mudança material positiva na vida do sujeito, os evangélicos consideram que ela é graça de Deus; contudo, a graça foi suscitada pela fé. O sujeito sempre pode, portanto, atribuir a si a responsabilidade pela mudança. Portanto, uma transformação positiva nunca é atribuída ao Estado, à política. Além disso, os evangélicos só se responsabilizam pelo sucesso, nunca pelo fracasso. Diante do fracasso é preciso ter esperança,

porque o tempo de espera é tempo de provação. Se alguém fracassa é porque desistiu ou não professou uma fé verdadeira. Assim, os pastores alertam que não devemos perder a esperança, desistindo da religião ou mudando de Igreja, porque não entendemos os caminhos de Deus e, muitas vezes, Ele pode demorar.

*Tem dias que os problemas parecem se multiplicar [...] demais para carregar [...] bate um cansaço na alma [...] e isso nos faz questionar: “será que um dia melhora?” [...] Aí vem a tentação de enxergar tudo com pessimismo, de se deixar levar pela ideia de que as coisas não vão mudar, que Deus está distante ou que estamos sozinhos nessa. Não estamos. Deus é fiel. [...] Mesmo quando não entendemos o propósito, Ele está ali, trabalhando para cumprir suas promessas. (Claudio Duarte, 23/11)*

*Deus é especialista em mandar situações difíceis antes de cumprir a grande promessa. E essa situação difícil não é pra te derrubar, é pra te limpar, pra te purificar. (Tiago Brunet, 26/11)*

*“Há tempo para todas as coisas. Deus não se apressa conosco, pois Ele sabe o momento exato para as coisas acontecerem em nossas vidas.” (Pastor Antônio Júnior, 25/11)*

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

*“O terceiro nível de fé é a inabalável, você não precisa ver pra crer, você acredita e você começa a ver, essa é a fé que vai te levar para outro nível, que vai te garantir uma semana fora do comum, extraordinária, sobrenatural.” (Bispo Bruno Leonardo, 21/11)*

*“2025 será um ano profético, sobrenatural sobre sua vida, portas antigas, milagres que estão parados, portas fechadas irão se abrir, milagres vão acontecer, o favor de Deus será derramado sobre sua vida.” (Deive Leonardo, 25/11)*

Do ponto de vista do gênero discursivo, a maior parte das mensagens motivacionais são trechos de louvores e cânticos. Não podemos esquecer que muitos desses influenciadores são cantores. Inclusive, a revista norte-americana de negócios e economia, Forbes, incluiu os brasileiros Gabriela Rocha, Fernandinho, Aline Barros, Bruna Karla e Yudi Tamashiro na sua lista de cantores gospel mais influentes de 2024<sup>13</sup>.

Outra grande massa de mensagens são trechos de pregações ou sermões realizados em igrejas, templos ou espaços produzidos para receber eventos religiosos de grande porte. Nesses casos, é frequente a montagem audiovisual alternar entre a imagem do pastor pregando e/ou

<sup>13</sup> <https://comunhao.com.br/forbes-aponta-os-cantores-gospel-mais-influentes/>

cantando no púlpito e o público atento, reagindo às mensagens. No caso das cenas da plateia, os planos abertos permitem mostrar o volume de gente no local e os gestos de louvor em massa, enquanto os planos fechados evidenciam os rostos das pessoas emocionadas, ora chorando, ora sorrindo, ora de olhos fechados. Nesse formato, as postagens de Deive Leonardo merecem destaque. São plasticamente muito bem elaboradas. Ele costuma falar sentado num banco com o microfone bem-posicionado à sua frente. Sua fala é mansa, não há alteração de voz, e ele costuma sorrir quando profetiza. Veste invariavelmente uma camisa esportiva de cor lisa, jamais estampada.

Aqui vale frisar o figurino da maior parte dos influencers evangélicos. Não importa se usam uma roupa mais tradicional ou arrojada, eles buscam estar sempre elegantes. Em todas as ocasiões os cabelos estão arrumados e, no caso das mulheres, maquiadas. Quando filmados em casa o cenário deixa resvalar, quando não uma casa luxuosa, uma habitação muito confortável. Também são frequentes postagens deles em viagens, o que denota riqueza, sucesso, prosperidade. Marco Feliciano, por exemplo, postou vídeos de uma viagem que fez aos Estados Unidos na qual, além de seus cultos, teve oportunidade de fazer um teste drive do carro Cybertruck, de Elon Musk. Tudo isso contribui para a constituição do ethos de “vencedor” que se coaduna com a teologia da prosperidade que apregoam. A exceção são alguns dos poucos evangélicos progressistas investigados. Por exemplo, o pastor Caio Fábio com seus cabelos longos desgrenhados, barba e bigode parece cultuar uma imagem de profeta da antiga Jerusalém. Além disso, ele costuma falar contra a propalada “prosperidade” de certas igrejas evangélicas. Por exemplo, no dia 21/11, ele afirma: “Enquanto o perigo vem, muitos pastores distraem você com “prosperidade”, e em 25/11 ele provoca: “A igreja evangélica não carrega a qualidade do evangelho, muito menos seus pastores.”

Outro conjunto de postagens muito relevantes são aquelas dirigidas à audiência feminina na intenção de reforçar uma pedagogia do comportamento da mulher evangélica. Em 27/11, Vitória Souza posta um vídeo se maquiando enquanto comenta sobre as “mentiras” que ouviu quando decidiu casar-se jovem: o julgamento de que estava grávida e por isso decidiu casar, ao que ela contrapõe a afirmação de que casou virgem; o conselho de é melhor fugir do casamento enquanto é tempo, ao que ela contra-argumenta dizendo que só fala isso quem tem um casamento frustrado; a ideia de que iria sofrer porque não saberia cuidar do lar, ao que rebate dizendo que quando casou já sabia fazer serviço doméstico; a avaliação de que iria sofrer financeiramente, ao que ela refuta dizendo que “casar é construir uma vida juntos”.

Muitas influencers mulheres costumam postar sobre moda e estilo de vida. Num vídeo de 14/11, Bruna Hamú fala de uma marca que “faz roupa com propósito” e sustenta que “existe propósito em tudo o que a gente faz, inclusive no vestir”. Ela afirma que a marca que ela está divulgando quer revelar a beleza interior e a graça de cada pessoa.

Ana Paula Valadão, por sua vez, promove uma série de cursos associados à instituição que dirige, a Escola de Mulheres Diante do Trono. São cursos para a formação da mãe, esposa, mulher evangélica. No dia 22/11 ela postou o vídeo “Muitas mulheres querem se casar, mas não querem ser esposas.”

A exemplo de Ana Paula Valadão com sua escola, há inúmeros posts em que as lideranças evangélicas divulgam um evento ou curso de cunho religioso. Silas Malafaia faz diversos anúncios da Escola de Líderes Associação Vitória em Cristo (ESLAVEC). André Valadão anuncia a Virada Brasil/USA, um mega evangélico de virada de ano nos EUA com transmissão do SBT do qual várias lideranças participam. Aliás, é comum grandes eventos congregarem a presença de muitos famosos bem como a presença de um público extenso e uma audiência significativa. É o caso do DUNAMIS 2024<sup>14</sup>, movimento cristão para-eclesiástico que busca angariar novos membros através de distintas ações, e que foi motivo de postagens de diferentes influencers. Entre os eventos, chama atenção ainda a promoção, por vários dos influencers, de viagens e excursões à Israel. O anúncio reiterado, bem como a cobertura de tais festividades religiosas indica qual o mundo partilhado por tal comunidade, que não é o mundo da esfera pública, mas o mundo de Deus, da família e da própria igreja, o que, por sua vez, reforça a ideia de bolha.

## 5. Considerações finais

Voltemos à questão inicial do texto: será que uma parte significativa dos evangélicos se informa no interior de câmaras de eco? Um primeiro resultado diz respeito à partilha, pelos influenciadores conservadores, dos dois acontecimentos mais importantes selecionados pelos meios de comunicação tradicionais entre 14 e 28 de novembro de 2024, a saber, a revelação de que houve tentativa de golpe por Bolsonaro e militares de alta patente de seu governo e o fato de o Brasil sediar o G20. Menos de 5% das 418 postagens dos evangélicos de direita analisadas

<sup>14</sup> Na Bíblia, Dunamis se refere ao poder do Espírito Santo.

reverberaram os acontecimentos e eventos derivados, como o atentado ao STF e a discussão sobre a adequação do comportamento da primeira-dama brasileira ao xingar Musk.

Pelo tipo de endereçamento assumido pelos líderes conservadores, os evangélicos parecem ser indivíduos com pouco interesse em política e que só se mobilizam em época de eleição a partir de pautas pertinentes às guerras culturais. A ausência de partilha de acontecimentos, ao mesmo tempo que o estabelecimento de vínculos a partir de outros acontecimentos próprios à religião evangélica (shows, encontros, grandes pregações etc.), é indício da existência de câmaras de eco, formando uma esfera pública fragmentada em que pessoas que habitam o mesmo planeta parecem habitar diferentes mundos pela diferença na dieta midiática, mais precisamente, pelas diferenças nas escolhas dos acontecimentos que vinculam indivíduos.

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

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

A partir das postagens que analisamos, vimos que usualmente os influenciadores não discutem os acontecimentos que os meios de comunicação selecionaram; quando discutem,

manipulam a confiança de forma a impedir qualquer tipo de questionamento das crenças que vigoram no grupo. Temos, então, dois indícios fortes de câmara de eco: não partilhar acontecimentos que vinculam e, se partilhar, manipular a confiança de modo a evitar que a descrição dos acontecimentos perturbe as crenças do grupo.

Mas são apenas indícios, pois nossos dados são limitados – apenas 25 influenciadores conservadores durante um curto período de tempo – e não suportam a afirmação de que os evangélicos operam dentro de câmaras de eco. Do lado da oferta, se praticamente ninguém fala de política no Instagram, pode ser que falem no Facebook, X ou YouTube. Do lado da demanda, pode ser que os evangélicos sejam uma audiência fiel do Jornal da Record, do SBT ou até do Jornal Nacional.

Os influenciadores mal falam de política; ao mesmo tempo, sabemos que são muito relevantes na política brasileira atual. Como essa simultaneidade é possível? A confiança do público no influenciador evangélico não é formada na retórica conspiratória. Ela se constrói a partir do discurso terapêutico, na forma como permite ao público lidar com o sofrimento e manter a esperança no futuro.

Vimos que nos discursos terapêuticos-religiosos há uma prevalência imensa de uma orientação mundana, o que faz todo sentido para a teologia da prosperidade, calcada no par saúde e dinheiro, bem como se articula com o predomínio da visão de futuro nesta vida. O discurso das lideranças fala de um Deus todo-poderoso que vai ajudar o indivíduo a lidar com sentimentos e emoções a fim de alcançar ascensão social. Nesse contexto, são muitos os conselhos terapêuticos. A ênfase está no discurso da esperança, na ideia de que o futuro vai ser melhor. Nesse sentido, a maior tentação é não crer que Deus estará do seu lado. Isto é, perder a fé. É necessário convencer o indivíduo de que Deus pode demorar, mas que Ele faz sofrer para purificar e, depois, concede o que o indivíduo profetizou, porque Deus é poderoso.

## 6. Referências Bibliográficas

ANDERSON, B. R. O. **Imagined communities: reflections on the crigin and spread of nationalism.** Revised edition ed. London New York: Verso, 2016.

ARAÚJO, Victor. **A religião distrai os pobres? O voto econômico de joelhos para a moral e os bons costumes.** São Paulo: Edições 70, 2022.

BOLTANSKI, L.; ESQUERRE, A. **Qu'est-ce que l'actualité politique? événements et opinions au XXIe siècle.** Paris: Gallimard, 2022.

GONZÁLEZ-BAILÓN, S. et al. Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook. **Science**, v. 381, n. 6656, p. 392–398, 28 jul. 2023.

HABERMAS, J. Reflections and Hypotheses on a Further Structural Transformation of the Political Public Sphere. **Theory, Culture & Society**, v. 39, n. 4, p. 145–171, jul. 2022.

IYENGAR, S.; SOOD, G.; LELKES, Y. Affect, Not Ideology. **Public Opinion Quarterly**, v. 76, n. 3, p. 405–431, 1 set. 2012.

KEELEY, B. L. **Of conspiracy theories**. v. 96, n. 3, p. 109–126, 1999.

KRUPNIKOV, Y.; RYAN, J. B. **The other divide: polarization and disengagement in American politics**. Cambridge: Cambridge university press, 2022.

LODGE, M.; TABER, C. S. **The rationalizing voter**. Cambridge ; New York: Cambridge University Press, 2013.

MELO, Cristina e VAZ, Paulo. Guerras culturais: conceito e trajetória. In: Revista Eco-Pós - **Dossiê Guerras Culturais**, v.24, n.2, 2021. p.6-40.

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

MUIRHEAD, R.; ROSENBLUM, N. L. **A lot of people are saying: the new conspiracism and the assault on democracy**. Princeton (N.J.): Princeton University press, 2019.

MUDDE, C.; ROVIRA KALTWASSER, C. **Populism: a very short introduction**. New York, NY: Oxford University press, 2017.

MÜLLER, J.-W. **What is populism?** London: Penguin Books, 2017.

NGUYEN, C. T. Echo chambers and epistemic bubbles. **Episteme**, v. 17, n. 2, p. 141–161, jun. 2020.

PRIOR, M. **Post-broadcast democracy: how media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections**. Reprint ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

RECUERO, R.; SOARES, F.; ZAGO, G. **Polarização, Hiperpartidarismo e Câmaras de Eco: Como circula a Desinformação sobre Covid-19 no Twitter**. 28 ago. 2020. Disponível em: <<https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/1154/version/1232>>. Acesso em: 2 jan. 2025

ROSA, H. Social Media Filters and Resonances: Democracy and the Contemporary Public Sphere. **Theory, Culture & Society**, v. 39, n. 4, p. 17–35, jul. 2022.

TRIPODI, F. B.; GARCIA, L. C.; MARWICK, A. E. 'Do your own research': affordance activation and disinformation spread. **Information, Communication & Society**, v. 27, n. 6, p. 1212–1228, 25 abr. 2024.