



Apropriação de discursos religiosos: do poder político à influência digital

Tatiana Martins¹
Marta Rosa Borin²

Resumo: O presente ensaio apresentará um estudo comparativo entre o grupo *The Family*, organização que surge nos Estados Unidos em 1935 a qual reúne líderes de diferentes países e de diferentes crenças, e personalidades intituladas “*pastores digitais*”, mais precisamente os pentecostais, visando investigar a adaptação contemporânea do discurso fundamentalista religioso ao ambiente digital. No cenário atual, com as mudanças das dinâmicas sociais e o espaço ocupado pelas tecnologias digitais, esse modelo de controle simbólico foi ressignificado. O artigo explora como esses discursos religiosos são reconfigurados e adaptados às lógicas da internet, contudo, mantendo sua função central de exercer influência política e social sobre as massas, através de determinadas personalidades que apropriam-se de discursos religiosos, como a teologia da prosperidade e do domínio, integrando-os a práticas de *coaching* motivacional. Essa mescla resulta no que alguns estudos identificam como “*teologia coaching*”, uma abordagem que utiliza a fé como base para promover o sucesso pessoal e espiritual dos indivíduos, atraindo milhões de seguidores nas plataformas digitais. A análise traça um paralelo entre as estratégias de dominação e controle simbólico assumidas por *The Family* e as adotadas por figuras contemporâneas no ambiente digital, demonstrando como o poder simbólico no campo religioso é rearticulado para os tempos atuais.

Palavras chave: organismos religiosos; mediação; poder.

Appropriation of religious discourses: from political power to digital influence

Abstract: The present essay will present a comparative study between The Family, an organization that emerged in the United States in 1935, bringing together leaders from different countries and beliefs, and personalities known as “digital pastors,” specifically Pentecostals, with the aim of investigating the contemporary adaptation of fundamentalist religious discourse to the digital environment. In the current context, with changes in social dynamics and the space occupied by digital technologies, this model of symbolic control has been redefined. The article explores how these religious discourses are reconfigured and adapted to the logic of the internet while maintaining their central function of exerting political and social influence over the masses, through certain personalities who appropriate religious discourses, such as prosperity and dominion theology, integrating them into motivational coaching practices. This combination results in what some studies identify as “coaching theology,” an approach that uses faith as a foundation to promote personal and spiritual success, attracting millions of followers on digital platforms. The analysis draws a parallel between the strategies of domination and

¹ Mestranda no curso de História da Universidade Federal de Santa Maria/RS. Bacharel em Arquivologia (UFSM) e Formada em Processos Fotográficos pelo IFRS (2019). Integrante do Grupo de Pesquisas História Platina: poder, sociedade e instituições, vinculado à Universidade Federal de Santa Maria.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-3807-6333>

E-mail: tatiana.godinho.martins@gmail.com

² Doutora em Estudos Históricos Latino-Americanos, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS/RS, 2010). Atualmente é professora Associada do Departamento de Metodologia de Ensino, Centro de Educação, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1266-1688>

E-mail: marta.borin@ufsm.br



symbolic control assumed by The Family and those adopted by contemporary figures in the digital environment, demonstrating how symbolic power in the religious field is rearticulated for the current times.

Keywords: religious fundamentalism; mediatization; power.

Apropiación de discursos religiosos: del poder político a la influencia digital

Resumen: El presente ensayo presentará un estudio comparativo entre el grupo The Family, una organización que surge en los Estados Unidos en 1935, que reúne a líderes de diferentes países y de distintas creencias, y personalidades denominadas “pastores digitales”, más precisamente los pentecostales, con el objetivo de investigar la adaptación contemporánea del discurso fundamentalista religioso al entorno digital. En el escenario actual, con los cambios en las dinámicas sociales y el espacio ocupado por las tecnologías digitales, ese modelo de control simbólico ha sido resignificado. El artículo explora cómo estos discursos religiosos son reconfigurados y adaptados a las lógicas de Internet, manteniendo, sin embargo, su función central de ejercer influencia política y social sobre las masas, a través de determinadas personalidades que se apropian de discursos religiosos, como la teología de la prosperidad y del dominio, integrándolos a prácticas de coaching motivacional. Esa mezcla resulta en lo que algunos estudios identifican como “teología coaching”, un enfoque que utiliza la fe como base para promover el éxito personal y espiritual de los individuos, atrayendo a millones de seguidores en las plataformas digitales. El análisis traza un paralelo entre las estrategias de dominación y control simbólico asumidas por The Family y las adoptadas por figuras contemporáneas en el entorno digital, demostrando cómo el poder simbólico en el ámbito religioso se rearticula para los tiempos actuales.

Palabras clave: organismos religiosos; mediatización; poder.

Introdução

Nas sociedades contemporâneas, o campo religioso reproduz as divisões e hierarquias sociais, onde o poder simbólico é exercido e legitimado, com essas discrepâncias ocorrem disputas visando a dominação do poder simbólico, isto é, o poder de impor categorias de pensamento e formas de expressão. Referidas lutas simbólicas podem ser entendidas como um reflexo da disputa entre diferentes classes e frações de classes, onde cada grupo busca impor sua visão de mundo como legítima. Além disso, também envolvem a tensão constante entre o religioso e o secular, o que se reflete nas disputas por hegemonia simbólica dentro da sociedade (Bourdieu, 1989).

Assim, entendemos o campo religioso como um espaço estruturado, semelhante a outros campos sociais, como o político e o cultural. Os atores sociais (por exemplo, líderes religiosos, fiéis, instituições) ocupam posições específicas que lhes conferem certo grau de poder ou influência. Esses atores estão motivados por interesses que não são necessariamente econômicos, mas sim simbólicos. Nisto, a ideia de interesse está associada às estratégias de manipulação simbólica, que buscam influenciar a percepção e o reconhecimento social. Isso pode se manifestar por exemplo, por meio de discursos que moldam a forma como as pessoas entendem e legitimam as práticas religiosas. Então, o campo religioso, como os demais campos, é um espaço de competição simbólica, onde os atores utilizam estratégias para reforçar sua posição e influência. Essas estratégias têm como objetivo produzir efeitos sociais, ou seja, influenciar o comportamento e as crenças das pessoas. Dessa forma, os interesses que movem os agentes no campo religioso são orientados para a obtenção de capital simbólico (prestígio, reconhecimento, autoridade), o que, por sua vez, fortalece suas posições dentro desse campo específico (Borin, 2010).

Nesse sentido, o fundamentalismo religioso, pode ser entendido como uma reação à secularização, ou seja, à diminuição da influência da religião na esfera pública e no cotidiano da sociedade. Os funda-



mentalistas veem nesse processo uma ameaça à relevância e legitimidade de seus valores religiosos, o que os leva a resistir ativamente às forças que promovem a separação entre religião e política, cultura e economia. A apropriação do discurso religioso para finalidades de poder ocorre porque a religião pode ser uma poderosa fonte de capital simbólico. Assim, a apropriação de discursos fundamentalistas religiosos pode ser uma das ferramentas para a disputa e conquista de poder nas diversas esferas da sociedade.

O conceito de fundamentalismo, em seu início, teve origem nos Estados Unidos no início do século XX, quando grupos protestantes conservadores se autodenominam assim. Entre 1909 e 1915, publicaram a série *The Fundamentals – A Testimony to the Truth*, consolidando o termo e o movimento. Assim, surgido no final do século XIX, o fundamentalismo protestante, cresceu com o apoio financeiro de leigos influentes. Além disso, posicionaram-se como uma reação ao modernismo, que, segundo eles, dominava o protestantismo ao incorporar métodos críticos na interpretação da fé e da Bíblia. A aliança entre protestantismo e ciência moderna era vista pelos fundamentalistas como um desvio dos fundamentos de sua fé (fundamentalismo).

Armstrong (2001), afirma que a publicação acima referida foi um movimento para o enfrentamento de tudo aquilo que era compreendido como contraponto à “fé legítima”. Pois, o conteúdo do livro trata da extensão dos cinco dogmas essenciais à fé cristã: infalibilidade das Escrituras, nascimento virginal de Jesus, remissão dos pecados pela crucifixão, ressurreição da carne a realidade objetiva dos milagres de Cristo.

Assim, segundo Berger (2017) na era moderna todas as comunidades e tradições religiosas possuem como um desafio as questões inerentes ao pluralismo religioso. Portanto, o fundamentalismo emerge como uma tentativa de reafirmar certezas absolutas diante da fluidez característica da modernidade. Nessa conjuntura, para o autor a modernidade intensifica uma crise de sentidos que, de forma paradoxal, favorece a afirmação de certas instituições como autoridades na construção de significados e orientações, neste caso as instituições religiosas. Contudo, o contexto da modernidade promove um pluralismo marcado por processos de relativização, desafiando o controle dessas entidades. Assim, entender essa dinâmica é importante para analisar como as tradições religiosas se posicionam frente aos desafios dos novos discursos religiosos e da instabilidade inerentes à modernidade.

Nesta mesma direção, Bauman (1998) aponta que o fundamentalismo surge como uma tentativa de recuperar estabilidade e ordem em um mundo marcado por mudanças constantes e ambiguidade moral. Esse fenômeno, segundo ele, oferece aos indivíduos um refúgio psicológico e social, ao reforçar valores absolutos e uma visão binária da realidade, contrastando com a fluidez da modernidade. Embora compreenda o fundamentalismo como uma reação legítima às ansiedades do mundo contemporâneo, Bauman também o reconhece como potencialmente problemático, devido à sua propensão à exclusão, intolerância e polarização. Assim, a característica principal do fundamentalismo está na sua capacidade de oferecer aos indivíduos uma libertação das angústias inerentes ao ato de escolher. Além disso, ao aderir ao fundamentalismo, a pessoa encontra no líder do movimento uma força de autoridade suprema e indiscutível, capaz de guiar todas as decisões da sua vida, sejam elas grandes ou pequenas. Essa submissão à autoridade proporciona segurança ao evitar o risco e o medo de errar, assegurando a sensação de estar fazendo sempre o que é correto.



A partir da perspectiva destes autores, é mister reconhecer que essa busca por certezas absolutas pode ser explorada por grupos e indivíduos que visam interesses políticos e financeiros. A apropriação do discurso fundamentalista por organizações, como *The Family*, ou por pastores/coaching, como se apresenta Pablo Marçal, pode ser usado como exemplo do uso estratégico de discursos fundamentalistas com o objetivo de consolidar poder e autoridade. Nestes casos a retórica é uma ferramenta que legitima projetos de poder, como apresentaremos a seguir, pois em grande medida, estão mais alinhados com interesses de controle e influência do que com preocupações religiosas.

Assim, trataremos o fundamentalismo como um fenômeno que se alimenta das problemáticas da modernidade, oferecendo respostas simplistas e absolutas para dilemas complexos, pois seus líderes são capazes de manipular as emoções dos seguidores que estão em busca de sentido e pertencimento social, enquanto suas fragilidades acabam fortalecendo estruturas de poder que perpetuam desigualdades e promovem polarizações. Portanto, a partir disso, apresentaremos os mecanismos pelos quais determinados agentes sociais mascaram seus interesses de dominação através da apropriação de discursos religiosos, visando influenciar comportamentos e decisões nas sociedades contemporâneas.

Historicamente, grupos como *The Family* nos Estados Unidos, servem como vestígios de como discurso religioso foi utilizado como uma ferramenta de poder político. O grupo, fundado por Abraham Vereide em 1935, tendo Douglas Coe como precursor do movimento, intitula-se como uma organização cristã, mas evitava o rótulo de “religiosa”, partindo da fé para conquistar influência política em altos escalões (Sharlett, 2008). Assim, utilizando a ideologia de “*Jesus plus nothing*” (Phillipo, p.4) para manter seu foco estratégico em poder e controle, por isso, não se vinculava a nenhuma religião específica e se mantinha intencionalmente aberto a pessoas de diversas crenças (Phillipo, 2016).

Então, embora utilizassem o cristianismo como base para seus discursos, o grupo não exigia que seus membros se identificassem como cristãos. Esse posicionamento possibilita a inserção de pessoas de diferentes doutrinas religiosas em seu meio, especialmente para líderes (presidentes, ministros, dentre outros) que poderiam não querer ser limitados por uma filiação religiosa formal. Portanto, assumir esse comportamento, permitia que o grupo mantivesse uma mensagem simplificada e universal, focada no poder e na influência política, independentemente da fé dos membros, conseguindo alcançar diversas esferas do religioso e uni-las através de um discurso de prosperidade e domínio (Phillipo, 2016).

Tendo em vista as mudanças da dinâmica social com o advindo da tecnologia, visando adequar-se a nova linguagem da sociedade e suas demandas, o discurso de fundamentalismo religioso proposto nos exemplos tradicionais, como *The Family*, que parte da ideia de influenciar o poder político e de controle social através da incorporação de preceitos religiosos, passa a assumir no cenário contemporâneo um formato acessível para as massas. Deste modo, personalidades como Pablo Marçal, mesmo não sendo um líder religioso, se apropriam e reconfiguram esse discurso no ambiente digital, ao mesclar elementos de *coaching motivacional* com a teologia da prosperidade e do domínio, criando uma narrativa de sucesso pessoal e espiritual que atrai milhões de seguidores.

A postura estabelecida com a junção de coaching motivacional e discursos como a teologia da prosperidade e domínio estão em algumas pesquisas sendo compreendidos como a teologia Coaching. Esta ainda não é amplamente estabelecida como uma área acadêmica ou teológica formal, mas existem

³ “Jesus e mais nada”, tradução nossa.



autores e líderes religiosos que exploram a integração de princípios do coaching com a espiritualidade cristã e teologia. O termo geralmente refere-se ao uso de ferramentas e técnicas de coaching unidos a discursos que utilizam a fé como base para promover uma ascensão espiritual nos indivíduos (Silva, 2022; Py, 2020).

Silveira (2007) define teologia da prosperidade como um sistema teológico que prega que os cristãos não apenas podem, mas devem ser prósperos, saudáveis e felizes como parte de suas bênçãos divinas. Esta doutrina sustenta que a prosperidade financeira, a saúde perfeita e o sucesso são promessas de Deus, acessíveis através da fé e das práticas religiosas, especialmente o dízimo e as ofertas. O fiel é incentivado a “semear” e, em troca, colher essas recompensas divinas. O autor ainda salienta que, na falta de fé, o fiel deve pedi-la a Deus, e com fé é possível exigir as bênçãos, portanto, “a fé não é só mais um elemento para a conquista de sonhos; ela é o elemento primordial para que, então, se possam exigir, ordenar, determinar a Deus seus pedidos” (Silveira, 2007, p. 109).

Em seguimento, a Teologia do Domínio seria uma interpretação teológica derivada de Gênesis 1:28, onde Deus ordena a Adão e Eva que frutifiquem, se multipliquem e dominem a Terra e suas criaturas. Segundo esse viés, essa passagem bíblica é entendida como um movimento em que os cristãos teriam a responsabilidade de exercer domínio sobre os recursos e instituições terrestres, visando à construção de uma sociedade baseada em preceitos bíblicos. Assim, promove a ideia de que os cristãos devem influenciar e moldar as esferas sociais, políticas e econômicas, fundamentando suas ações nas leis divinas (Rocha, 2020).

A Teologia do Domínio e a Teologia da Prosperidade se complementam, ao compreendermos que ambas influenciam a visão política e social dos pentecostais brasileiros, especialmente no contexto neopentecostal. Ambas teologias, em consonância com Rocha (2020), oferecem uma justificativa teológica para a busca de poder e riqueza, apresentando o sucesso material e a ocupação de posições de influência como sinais provindos de Deus. Dessa forma, o autor evidencia que essas teologias contribuem para a mudança de atitude dos pentecostais, que passam a entender a participação ativa nas esferas política e econômica como parte de sua missão espiritual, buscando transformar a sociedade segundo os valores cristãos.

A teologia *coaching* surge nesse contexto como uma adaptação contemporânea a esses movimentos, em que a busca por recompensas espirituais e materiais se alinha aos preceitos do desenvolvimento pessoal e do empreendedorismo. Então, entendemos que “a religiosidade do *self* é traduzida de forma pragmática e utilitária” (Casaqui 2017, p.14), e a figura do *coach* espiritual opera como um facilitador dessa busca, promovendo a ideia de que o sucesso terreno pode ser atingido através de uma mistura de fé e estratégias motivacionais. Assim, Bezerra (2023) e Rocha (2020) explicam essa vertente ao mesclar os elementos de controle e prosperidade com o desenvolvimento pessoal, representando uma resposta direta às demandas da sociedade contemporânea, servindo como uma via para o fundamentalismo religioso adaptar-se às lógicas de mercado e ao individualismo presente na sociedade.

Neste sentido, o processo de transformação do discurso religioso podemos explicar através da teoria da midiaticização, essa entendida como uma característica na qual a comunicação social não se limita a refletir ou transmitir informações, mas passa a moldar e transformar os diversos setores da sociedade, incluindo a religião. Hjarvard (2011) aponta que, à medida que os meios de comunicação se tornam autônomos, eles exercem influência sobre outras instituições sociais, como a religião, modificando suas práticas e discursos. Por isso, “as ideologias devem a sua estrutura e as funções mais específicas às condições



sociais da sua produção e da sua circulação” (Bourdieu, 1989, p.13). É em consonância com isso, que esse processo vai além de uma simples mediação, implicando uma reorganização das práticas religiosas conforme as lógicas e formatos midiáticos, o que evidencia a adaptação das interações simbólicas e sociais da religião às dinâmicas impostas pelos sistemas de mídia.

Sob essa perspectiva, o discurso religioso sofre uma profunda transformação, deixando de ser apenas a transmissão de crenças espirituais por meio de líderes tradicionais passando a adotar os formatos e lógicas da mídia para alcançar um público mais amplo. Esse processo modifica a forma e o conteúdo do discurso religioso, que se adapta às expectativas e linguagens modernas, mas mantém o mesmo objetivo: a hegemonia de um discurso específico ao qual o interlocutor assume e difunde através de suas palavras utilizando a fé como ferramenta para promover uma orientação social específica, visando o domínio e o poder.

A simplificação das mensagens, o uso de imagens emotivas e a criação de lideranças carismáticas são exemplos de como a visibilidade midiática influencia a prática religiosa. Além disso, a religião é colocada em concorrência com outras narrativas na mídia, o que a transforma em um produto de consumo que precisa ser atrativo, de fácil compreensão e acessível através de diferentes plataformas, como transmissões ao vivo e redes sociais. Esse fenômeno resulta na desinstitucionalização da religião, onde as práticas tradicionais dão lugar a novas formas de espiritualidade mediada (Hjarvard, 2011).

O objetivo deste artigo é estudar as características e estratégias de personalidades que incorporam características do discurso fundamentalista religioso, e das teologias apresentadas, traçando um paralelo entre a postura de domínio assumida pelo grupo *The Family* e a sua reconfiguração no ambiente digital, através de figuras como Pablo Marçal que exemplifica como esse discurso se adapta às lógicas da internet. Para elaboração desta pesquisa utilizamos fontes dos arquivos disponibilizados pela Wheaton College. Além disso, utilizamos uma entrevistas disponíveis on-line com líderes do *The Family*. A bibliografia pertinente para compreensão da atuação de Pablo Marçal e Deive Leonardo está centrada nas obras de Casaque (2017), Costa (2023) e Hjarvard (2011). Ao traçarmos um paralelo sobre a atuação desses indivíduos no campo religioso, analisamos os discursos religiosos como estratégias de persuasão objetivando manter influência social e política de massas.

1 Estratégia através da apropriação da fé: o caso de *The Family*

Imigrante norueguês, Abraham Vereide chegou aos Estados Unidos com a esperança de ter encontrado “a terra prometida”. Entretanto, ao se deparar com a pobreza e a desigualdade, buscou se aproximar de homens ricos e poderosos como solução para dar fim a erradicação da pobreza. Assim, a partir daqueles que possuíam poder aquisitivo, ele preconizava que a ordem social poderia ser restaurada e as bênçãos divinas distribuídas para os desprovidos de riquezas. Ele defendia que a sua filosofia central era voltada para o renascimento espiritual, essencial para resolver os problemas sociais, políticos e econômicos; pregava que a fé cristã deveria guiar as ações dos líderes políticos e lideranças empresariais, oferecendo soluções morais para os dilemas complexos da política e da governança⁴. Quanto à pobreza, ele julgava como um sinal de desordem no mundo que precisava ser corrigido pelos detentores de poder, pois, Abraham relata

⁴ Arquivo N. CN727-4-4 - pt, 1 sob guarda do Arquivo da Wheaton College.



ter recebido uma revelação divina: “ao homem poderoso foi dada a força, ao homem pequeno foi dada a necessidade. Somente o homem poderoso era capaz de consertar o mundo”⁵. Movido por essa mensagem, em 1935 Abraham Vereide dá início a organização *The Family* (Phillipo, 2016).

Inicialmente, na *The Family* que também era conhecida como *The Fellowship*, Vereide defendia que o Evangelho tinha como pressuposto uma reforma social, a partir de uma experiência espiritual ele passa a querer conquistar territórios em nome da fé. Foi quando ele começou a construir uma rede de influência com líderes empresariais e políticos, entendidos por ele como “homens-chave”, escolhidos por Deus para governar a sociedade. Defendia que suas ações deveriam ser vistas como uma extensão da vontade divina, sem a necessidade de serem responsabilizados pelas suas decisões, mesmo que estas pudessem infringir leis ou direitos humanos (Phillipo, 2016).

Vereide, ao assumir esse discurso partindo da perspectiva que somente os líderes têm a responsabilidade de promover a outros as bênçãos divinas, como se fossem escolhidos de Deus, adentra em um processo de adesão a esse conceito de pressão constante que Durkheim (1996) explica, que a sociedade exerce sobre os indivíduos para que aceitem as categorias de pensamento sem necessidade de prova (tempo, espaço, causa e número) impostas para funcionamento da sociedade e coesão social. Portanto, os líderes incorporados para reforçar a ordem e promover a coesão influenciam as formas de pensar e interpretar o mundo, utilizam o poder sobre as categorias sociais e de pensamento, para fortalecer sua própria influência. Neste sentido, a principal estratégia de Vereide foi a criação de grupos de oração ou “células de oração”, pequenos e íntimos, com a intenção de fortalecer os laços entre esses líderes influentes e a fé cristã, discutir política e negócios, com isto, promover uma visão de sociedade e assegurar que haja pouco espaço para dissidências ou confrontos ideológicos que desestruturam o grupo.

Vereide acreditava que, ao influenciar esses “homens-chave”, poderia moldar decisões políticas e sociais, canalizando o poder para implementar sua visão de um governo e sociedade regidos pelos princípios divinos (Phillipo, 2016). Seria o que Bourdieu aponta como poder simbólico, “uma forma transformada, irreconhecível e legitimada das outras formas de poder” (1989, p.15), ou seja, uma maneira invisível de atuar, transformando relações de força em dominação simbólica. Assim, o discurso religioso e a escolha de seus “homens-chave” mascaravam as relações de poder subjacentes, transfigurando-as em uma missão divina. A ideia de que esses líderes agiam em nome de Deus fornece uma justificativa simbólica que oculta articulações políticas reais, e protegia-os de qualquer responsabilização. Dessa forma, o capital simbólico a eles atribuído transformava suas ações em “efeitos reais sem dispêndio aparente de energia” (Bourdieu, 1989, p.15).

Esse movimento de Abraham Vereide absorve também os preceitos da vida religiosa ao definir um grupo por práticas, ritos e objetivos que lhes são comuns. Essa estrutura, independentemente da vertente do culto, sempre existe, assim, “sempre são celebrados por uma coletividade – a família ou a corporação” (Durkheim, 1996,p.28). Vale lembrar também, que os membros do grupo são chamados de “irmãs” ou “irmãos”, ressaltando o laço criado entre quem escolhe fazer parte da organização, como uma forma de

⁵ “To the big man went strength, to the little man went need. Only the big man was capable of mending the world” Jeff Sharlet, **The Family: The Secret Fundamentalism at the Heart of American Power** (New York: Harper Collins Publishers, 2009), 88 apud PHILLIPO, Erika. “**The Family**” & **Faith: The Theology of Power**. 2016.



manipulação, de fidelidade, de controle. Essa afetividade entre os membros do grupo é intencional pois gera a conquista de domínio e poder.

Por meio dos Grupos de Café da Manhã, ele conectava essas lideranças em redes de influência que tinham em comum a fé em Cristo. Essa conexão era fortalecida por meio de encontros regulares, conferências e iniciativas altruístas como a construção de escolas em regiões estratégicas, como em Hong Kong, e a formação de grupos em centros de poder como em Washington D. C., Wall Street e grandes capitais europeias. O impacto global dos Grupos de Café da Manhã era evidente também nas conferências internacionais promovidas por Vereide. Em Zurique, por exemplo, ele organizou um encontro que envolveu líderes de diversos países para discutir os desafios da reconstrução europeia e o papel central da fé cristã nesse processo. Este eventos globalistas serviam como a base para promover a sua estratégia de formar uma rede de influenciadores cristãos que ajudariam a moldar, tanto as políticas internas de seus respectivos países, como também a direção global da sociedade.⁶

Portanto, como resultado desse poder simbólico Vereide investiu na fundação, em 1953, do *National Prayer Breakfast*, um evento anual para reunir líderes políticos e empresariais em torno da fé cristã, ou mais especificamente focando na figura de Jesus e da oração. A rede de influência já construída por Vereide foi peça chave para o lançamento do evento, quando fizeram-se presentes figuras políticas de alto escalão, como o presidente Eisenhower. Assim, este evento rapidamente se tornou um local onde líderes políticos discutiam questões espirituais enquanto faziam alianças políticas e negócios. Além disso, essa rede político-religiosa ajudou a estabelecer relações com líderes importantes dos Estados Unidos, e contribuiu para atribuir poder simbólico no juramento Americano ao incluir a frase “sob Deus” e o acréscimo nas moedas norte-americanas da frase “Em Deus Confiamos” (*In God We Trust*) (Phillipo, 2016).

Além dos Estados Unidos, Abraham Vereide promoveu esses grupos de Café da Manhã em diversos países do mundo. Em um relatório escrito por ele, em 29 de maio de 1950, por exemplo, ele relata sua atuação em Frankfurt e Berlim, onde organizou encontros com líderes locais e membros do governo alemão, como o Presidente da República, Dr. Heuss. Essas reuniões foram fundamentais para discutir a reconstrução moral e espiritual da Alemanha no pós II Guerra Mundial, e novos grupos de liderança cristã foram formados nessas regiões. Vereide conseguiu mobilizar líderes políticos e comunitários para integrar a fé cristã como parte central da reconstrução europeia. Ele também promoveu encontros espirituais que resultaram em compromissos renovados com Jesus Cristo por parte de autoridades alemãs, mostrando o alcance de sua influência⁷.

Podemos evidenciar também suas ações em Hong Kong, através da criação da Liderança Cristã Internacional (ICL) em 1944. Vereide construiu um prédio de cinco andares, na Península de Kowloon, perto da fronteira comunista, visando ministrar aulas para crianças e adultos sob uma perspectiva cristã. Esse projeto deve ser compreendido como uma resposta direta à ameaça do comunismo na região. Portanto, pretendia influenciar a sociedade local com valores cristãos enquanto a oportunidade ainda existia, minando as forças do comunismo.

⁶ Arquivo N. CN727-4-4 - pt, 1, sob guarda do Arquivo da Wheaton College.

⁷ Arquivo kjm v; N. CN727-4-4, pt, 1 sob guarda do Arquivo da Wheaton College.



Outra estratégia de Vereide, para promover essa atuação, se dava ao envolver a elite política e militar temos como evidência, por exemplo, a correspondência de 6 de março de 1952⁸ com o General Alfred M. Gruenther, chefe do Estado-Maior do SHAPE (Quartel-General Supremo das Potências Aliadas na Europa). O encontro, sobre temas como “Fortificações Espirituais” fora planejado para ocorrer no Palace Hotel, em Haia, nos Países Baixos. Assim, contando com a presença de líderes empresariais e políticos, como senadores norte-americanos e membros da realeza europeia, incluindo a Princesa Wilhelmina dos Países Baixos, bem como, o General Dwight D. Eisenhower, que foi comandante supremo das forças aliadas durante a Segunda Guerra Mundial e, posteriormente, presidente dos Estados Unidos. Ao reunir essa elite em eventos religiosos, Vereide promoveu uma visão de liderança baseada em valores morais, buscando integrar a espiritualidade cristã às questões de defesa e política internacional.

Ao longo de mais de três décadas, até sua morte em 1969, Vereide consolidou *The Family* como uma organização influente. Ele mobilizou líderes empresariais e políticos, principalmente durante a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria, e teve grande impacto ao se posicionar contra o comunismo, criando alianças estratégicas que fortaleceram sua influência em Washington. Após sua morte, Douglas Coe assumiu a liderança, expandindo a influência tanto nacional quanto internacionalmente, mas o *National Prayer Breakfast* foi uma das maiores conquistas de Vereide, um símbolo duradouro de sua visão (Phillipo, 2016).

Douglas Coe, sucessor de Vereide, apresenta-se como alguém cuja vida foi profundamente centrada em Cristo, marcada por crises pessoais e por um processo contínuo de crescimento espiritual. Quando jovem, o seu momento de transformação foi quando propôs a si mesmo um “experimento de oração”. Nesse, ele decidiu testar a eficácia da oração por meio de um método sistemático. Durante três meses, ele registrou em um caderno de química pedidos específicos de oração e observou se havia respostas que, segundo ele, indicariam a existência de um Deus ativo, que ouvia e atendia pedidos. Após esse período, ele passou três meses sem orar, com a intenção de comparar os resultados e descobrir que havia uma diferença significativa nos acontecimentos de sua vida e das pessoas ao seu redor.⁹

Esse processo, começou como uma curiosidade meramente científica, que o levou a questionamentos sobre a relação entre as orações e os eventos da vida cotidiana, para ele, era clara a conexão entre o espírito de uma pessoa, a forma como ela pensa e o criador, entretanto, por se tratar de questões subjetivas ele reconhecia que não poderia provar essa correlação para os outros. Isto é, Coe relata que nunca vivenciou uma experiência concreta, como “ver Deus”, mas, sua vivência pessoal o leva a ter essa crença, e então, sugere que isso é uma questão de fé, não há como, mesmo com a aplicação de seu método quantificar isso de maneira objetiva. Esse experimento consolidou sua fé em Cristo e influenciou a maneira como Coe viveu sua espiritualidade. Ele deixava evidente em suas palavras que suas ações foram sempre guiadas por um esforço constante de alinhar sua vida e suas decisões com os ensinamentos de Cristo. No

⁸ Arquivo N. CN727-4-4 - p2, 1 sob guarda do Arquivo da Wheaton College, enviados pela arquivista responsável.

⁹ Entrevista com Douglas Coe em 8 de junho de 1988 por Clark Hansen para a Série de História Oral do Senador Mark O. Hatfield, da Oregon Historical Society e da Willamette University. Disponível em: <https://digitalcollections.ohs.org/sr-1320-oral-history-interview-with-douglas-e-coe>. Acesso em 12 de setembro de 2024. Tradução nossa.



entanto, mantinha uma postura reservada e discreta em relação à sua espiritualidade, sem a imposição ostensiva de crenças.¹⁰

Coe deu continuidade à missão de Vereide, mas com uma abordagem mais discreta e voltada para a expansão da rede de poder político global, fortalecendo ainda mais a conexão entre fé e política, enfatizando a importância de manter a organização, invisível ao público. Ele acreditava que a grande influência estava nisto, argumentando que quanto menos visível a organização fosse, mais poder ela teria. Tal escolha, permitiu que *The Family* se tornasse uma força silenciosa nos bastidores da política global, influenciando decisões sem ser amplamente reconhecida através de um nome (Phillipo, 2016).

Um exemplo dessa postura está explícita em sua entrevista, de 8 de junho de 1988, realizada por Clark Hansen para a Série de História Oral do Senador Mark O. Hatfield, da Oregon Historical Society e da Willamette University, onde a ausência de menções diretas ao grupo *The Family* reflete sua convicção de que a organização deveria operar discretamente objetivando maximizar sua influência sobre líderes e estruturas de poder. Durante sua fala, a única menção a algo que poderíamos relacionar ao grupo seria quando ele explana sobre seu papel como conselheiro espiritual para figuras políticas influentes, entretanto, ainda com uma abordagem discreta.

Coe acreditava que a eficácia do grupo dependia de sua capacidade de cultivar relacionamentos pessoais e íntimos com figuras influentes, sem a necessidade de visibilidade pública ou reconhecimento institucional.¹¹ Essa postura silenciosa, longe dos holofotes, era estratégica para garantir que a mensagem cristã e os princípios defendidos pela *The Family* pudessem permear os círculos de poder de maneira sutil, tornando-se algo natural, conquistando líderes e territórios sem o escrutínio que acompanha organizações religiosas mais públicas.

A exemplificação do sucesso da estratégia de Coe, podemos observar na postura de seu amigo Mark Hatfield, político em Oregon, ao qual o líder religioso influenciou na vida pessoal e na carreira política. Após um tempo de diálogos espirituais com Coe, durante um discurso no leste de Oregon, Hatfield, que normalmente evitava trazer questões religiosas ao público, acidentalmente mencionou Deus ao final de seu discurso. Ele falou sobre a importância de o povo levar Deus mais a sério, destacando a figura de Jesus Cristo como um caminho para resolver problemas. Inicialmente, Hatfield temeu que isso pudesse arruinar sua carreira política, mas o resultado foi inesperadamente positivo. Muitas pessoas começaram a procurar Hatfield em busca de conselhos pessoais e espirituais, demonstrando o impacto positivo desse momento, tanto em sua vida política quanto nas relações pessoais. Situações como esta, incentivavam Coe a manter sua postura, ou seja, silenciosamente seguir conquistando indivíduos e territórios.¹²

¹⁰ Entrevista com Douglas Coe em 8 de junho de 1988 por Clark Hansen para a Série de História Oral do Senador Mark O. Hatfield, da Oregon Historical Society e da Willamette University. Disponível em: <https://digitalcollections.ohs.org/sr-1320-oral-history-interview-with-douglas-e-coe>. Acesso em 12 de setembro de 2024. Tradução nossa..

¹¹ Entrevista com Douglas Coe em 8 de junho de 1988 por Clark Hansen para a Série de História Oral do Senador Mark O. Hatfield, da Oregon Historical Society e da Willamette University. Disponível em: <https://digitalcollections.ohs.org/sr-1320-oral-history-interview-with-douglas-e-coe>. Acesso em 12 de setembro de 2024. Tradução nossa.

¹² Entrevista com Douglas Coe em 8 de junho de 1988 por Clark Hansen para a Série de História Oral do Senador Mark O. Hatfield, da Oregon Historical Society e da Willamette University. Disponível em: <https://digitalcollections.ohs.org/sr-1320-oral-history-interview-with-douglas-e-coe>. Acesso em 12 de setembro de 2024. Tradução nossa.



A ideia de justificar todas as ações do “Homem-chave” como a vontade de Deus, fez com que Coe buscasse estabelecer relações até mesmo com ditadores e líderes autoritários. Mesmo que estes fossem frequentemente acusados de violações dos direitos humanos, isso não impedia que fossem inseridos no grupo, já que as ações deles também eram consideradas por Coe como instrumentos da ação de Deus, líderes capazes de conduzir suas nações sob a vontade divina. Sua estratégia era “converter os fracos, cercar os fortes”, buscando aliados que pudessem consolidar seu poder, não importando suas táticas governamentais (Phillipo, 2016).

Portanto, durante o período em que Coe liderou *The Family*, ele expandiu significativamente o alcance da organização para além dos Estados Unidos, conseguindo estabelecer o *National Prayer Breakfast* como um evento de influência global, onde assuntos políticos e espirituais eram discutidos à sombra do cristianismo. Coe acreditava que “Jesus deveria governar todas as nações através do poder americano¹³”, e, com isso, buscava influenciar políticas em países como Somália, Angola, Brasil e Uganda. Do mesmo modo, ele também continuou a operar com base em uma estrutura de pequenos grupos de oração, mantendo a proximidade e a intimidade entre os membros, garantindo que os líderes políticos e empresariais se apoiassem mutuamente, na esfera espiritual e estratégica, certificando-se que grupo continuasse a moldar decisões políticas e sociais por meio de sua rede de líderes poderosos, tanto nos Estados Unidos quanto em outras partes do mundo (Phillipo, 2016).

Neste sentido, as redes de relações e conexões que Coe ou o grupo podem mobilizar para obter vantagens dentro de um campo social específico, pode ser entendido como capital social (Bourdieu, 1980). No contexto do evento organizado por Coe, a reunião de dignitários internacionais e a manutenção de pequenos grupos de oração, desempenhavam um papel social importante ao reforçar os laços entre membros do grupo e auxiliar no investimento do capital político utilizado para influenciar decisões governamentais na esfera global, muitas vezes mudando a ordem política das nações. A participação nesses grupos oferece um espaço privilegiado para o fortalecimento de relações e para a troca de apoio mútuo, transformando a fé em uma ferramenta estratégica para a acumulação e o exercício de poder. Este fenômeno reflete o que Bourdieu (1989) descreve como a conversão do capital social em outras formas de poder, consolidando a posição de influência dos participantes no cenário político mundial.

2 A midiatização do discurso religioso nas redes sociais

A invisibilidade da influência do grupo *The Family* pode ser atribuída, não somente à proposta estratégica do seu líder espiritual, mas sobretudo ao tipo de comunicação da época, pois a partir das mudanças sociais advindas do avanço tecnológico, podemos compreender a mídia como um elemento central na vida cotidiana, uma ferramenta avessa a invisibilidade. Tais plataformas digitais proporcionam, não somente o recebimento imediato de informações, interações sociais e culturais, entretenimento, educação, mas a visibilidade de seus proponentes. Portanto, essas faces da mídia possibilitam uma reconfiguração

¹³ “Jesus must rule every nation through the vessel of American power”, 218 Jeff Sharlet, **The Family: The Secret Fundamentalism at the Heart of American Power** (New York: HarperCollins Publishers, 2009), 198 apud PHILLIPO, Erika. “**The Family**” & Faith: **The Theology of Power**. 2016.



de como os indivíduos se posicionam no seu meio, e de como a mídia pode servir de ferramenta para influenciar percepções, comportamentos e ideias.

Portanto, “por midiaticização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a torna-se dependente da mídia e de sua lógica” (Hajarvard, 2008, p.64). Assim, a mídia é pontuada como um conceito intenso e mutante dentro da cultura e sociedade atuais, por isso ao controlar narrativas e oferecer representações específicas de estilos de vida, valores e expectativas, a mídia determina o que é relevante, bem como, define os parâmetros de pertencimento e exclusão nos diversos espaços sociais. A lógica disto, “refere-se ao modus operandi institucional, estético e tecnológico dos meios, incluindo as maneiras pelas quais eles distribuem recursos materiais e simbólicos e funcionam com a ajuda de regras formais e informais” (Hajarvard, 2008, p.65). Assim, a mídia se consolida como uma alavanca principal de mudança nas sociedades contemporâneas, influenciando de maneira decisiva o modo como as pessoas vivem, se conectam e se posicionam no mundo.

Essa reconfiguração do social, reflete uma mudança também na forma como a fé é disseminada, experimentada, consumida e interpretada no campo religioso, nisto as experiências religiosas “são moldadas de acordo com as exigências dos gêneros populares da mídia. Símbolos, práticas e crenças religiosas existentes tornam-se matéria-prima para a própria narração de histórias pela mídia sobre questões seculares e sagradas” (Hajarvard, 2011, 124). Ao moldar experiências religiosas conforme as novas exigências das massas, a mídia populariza os símbolos religiosos de acordo com um discurso que se apropria de bases teológicas e as unifica com teorias *coaching* que estão em alta nas mídias sociais. Ou seja, discursos que são consumidos, por isso, tornando o sagrado uma mercadoria cultural.

Segundo Hjarvard (2011), a mídia passou a assumir funções culturais e sociais que antes eram exclusivas da religião, como a orientação espiritual, moral e a criação de um sentimento de pertencimento e comunidade. Essa transformação implica uma descentralização da autoridade religiosa, na medida em que os meios de comunicação, ao fornecerem conteúdos sobre espiritualidade e questões morais, competem diretamente com as instituições religiosas (Py, 2020). Entretanto, essa abordagem de apropriação de um fundamentalismo religioso objetivando o controle das massas, não é novo, Abraham Vereide e, sucessivamente, Douglas Coe, abordam a religiosidade da mesma forma. Entretanto, as mídias no campo religioso contemporâneo se apresentam como uma ferramenta eficaz para que essas ideias sejam disseminadas e alcancem um número maior de pessoas. Com isso, trata-se de uma readequação, a descentralização da autoridade em si já existia, bem como, observamos que *The Family* não assume vínculo institucional com nenhuma vertente religiosa, justamente porque sua autonomia entre as religiões era o que a tornava atracente para indivíduos de todos os credos.

Portanto, inserido nestes meios, podemos apontar como exemplificação na atualidade pessoas que mesmo não possuindo título de personalidade religiosa, como Pablo Marçal destacam-se nesta vertente, a qual combina a incorporação de discursos religiosos com técnicas *coaching*. Portanto, dando ênfase para o triunfo pessoal, com mensagens que objetivam passar para os seus seguidores a busca da felicidade, a visibilidade e a prosperidade, através de conquistas materiais, minimizando o sofrimento em favor do sucesso e superação. Em seu discurso, o referido *coaching*, apresenta o uso de frases de impacto “transmitidas, frequentemente, a partir de citações aleatórias de textos bíblicos, músicas religiosas como trilha sonora, por vezes com a voz embargada e, em outros casos, por meio da imposição de autoridade enquanto o su-



jeito da fala (Costa, 2022, p.100), isto é, metáforas que salientam o poder pessoal, o apelo emocional que cada deve buscar em si, o desbloqueio de seu potencial. Marçal apresenta uma forte presença nas redes sociais, especialmente no Instagram, para criar uma conexão direta e visual com o público.

Partindo da mesma perspectiva, Costa (2022) ao analisar as falas de Deive Leonardo destaca as evidências de uma relação com a teologia coaching, sendo que sua abordagem se diferencia de outros pregadores ao focar no sucesso espiritual. Deive, é pastor evangélico, pregador e influenciador digital. A vertente seguida por Deive está ligada ao cristianismo evangélico neopentecostal. Em suas pregações ele utiliza-se da mescla de elementos como fé, cura emocional e superação pessoal com forte apelo emocional e espiritual. O contato com os fiéis se dá principalmente pelas mídias digitais, amplamente divulgadas nas redes sociais, principalmente no Instagram e YouTube. Além disso, ele têm como base a crença no poder da fé em Deus para transformar vidas, superar desafios e alcançar sucesso, o que o alinha também com aspectos da Teologia da Prosperidade, muito presente nas igrejas evangélicas neopentecostais

Logo, Deive Leonardo e Pablo Marçal, dois líderes que, apesar de diferenças na ênfase discursiva, compartilham um compromisso com a motivação pessoal e o sucesso. Mesmo que Deive seja mais centrado na espiritualidade e no fortalecimento interior e Marçal mais explicitamente na prosperidade como uma meta alcançável por meio de ações e mentalidade positiva. Costa (2022) mostra que ambos utilizam as redes sociais como ferramentas centrais em suas comunicações, marcando a transformação do discurso evangélico para um formato mais midiático e consumível. O ethos de cada um é construído em torno de sua trajetória pessoal de superação, e a interação com o público digital reforça suas imagens de sucesso e autoridade dentro da teologia *coaching*, de forma paralela o mesmo discurso era pregado por Abraham Vereide e Douglas Coe, através do conceito de “Jesus e mais nada” e sua idealização dos “homens-chave” para alavancar a sociedade.

Do mesmo modo podemos analisar também o evento “Chamado dos Generais do Reino”, ocorrido em Goiânia, em 2021, com a presença de mais de 15 mil pessoas, liderado por Pablo Marçal, que proporciona uma interessante análise dos fenômenos relacionados a teologia *coaching* inseridos no campo religiosos contemporâneo. Nesta ocasião, Pablo Marçal, tenta curar uma mulher sem mobilidade nas pernas, entretanto, logicamente não teve sucesso. Marçal culpou a plateia pela falha, sugerindo que a falta de concentração e fé dos presentes impediu o milagre. Esse episódio exemplifica uma releitura moderna de práticas religiosas que são reenquadradas dentro do contexto de uma cultura de positivismo e sucesso material, central no discurso *coaching*, bem como, ajusta-se a práticas religiosas tradicionais aos contextos de mídia digital e cultura de consumo, reforçando o objetivo de “empoderar” espiritualmente através da prosperidade e da autorrealização (Costa, 2022).

Contudo, conforme observado em Phillip (2016), o uso de eventos religiosos como ferramentas para alcançar grupos de poderosos, e também, criar um evangelho político, inserindo figuras influentes em um esquema de dominação espiritual e política, como aqueles no círculo de Abraham Vereide e seus “grupos de oração”, também tinha uma base similar. O foco de ambos os casos está em recrutar indivíduos influentes e projetar um discurso religioso que molda a espiritualidade como um meio de alcançar poder e sucesso mundano, o que não é um fenômeno novo, mas uma readequação às linguagens e mídias atuais.

Coe acreditava no poder de uma rede de líderes espirituais que, discretamente, moldava decisões políticas e sociais em escala global. Da mesma forma, Marçal e Deive Leonardo utilizam sua plataforma



virtual para influenciar o comportamento político e econômico de seus seguidores, criando um impacto político significativo, ainda que de maneira indireta. Nestes casos, a espiritualidade se torna uma ferramenta de poder político, com uma retórica que legitima a ascensão econômica e o sucesso pessoal como sinais de bênção divina e competência. A tentativa de cura pública e o discurso de prosperidade revelam um modelo de liderança religiosa que mobiliza grandes audiências, e acumula capital simbólico, influência política indireta e bens de capitais. Esse fenômeno não é novo, como exemplificam as estratégias de Abraham Vereide e Douglas Coe, que utilizaram a fé para construir redes de poder entre elites mundiais.

Conclusão

A apropriação do discurso religioso por figuras de poder, como inicialmente proposta por Abraham Vereide ao fundar *The Family*, e em sequência, continuada por Douglas Coe, aborda uma estratégia de uso da fé cristã para legitimar e sustentar relações de poder. O foco central deste movimento sempre foi instrumentalizar a religião para criar uma rede de influência que pudesse impactar diretamente as decisões políticas e econômicas globais, algo que *The Family* exemplifica ao reunir líderes de diversas nações, moldando um discurso onde a fé se entrelaça com interesses políticos e financeiros. Essa lógica, hoje, pode ser observada em figuras como Deive Leonardo e Pablo Marçal, que utilizam as redes sociais como novas plataformas de propagação de uma mensagem religiosa com fortes conotações de liderança, empreendedorismo e sucesso pessoal. A partir disso, podemos compreender esta atuação contemporânea como uma atualização da estratégia de apropriação do discurso religioso adaptada às tecnologias e mídias digitais.

A midiaticização faz uma diferenciação entre esses acontecimentos quando pensamos na lógica de *The Family* onde há uma concentração de poder em um grupo fechado com os “homens chave”, diferentemente, nas redes sociais o poder se distribui mais amplamente, ou seja, Marçal, por exemplo, sustenta que todos indivíduos devem buscar pela sua libertação, pelo seu sucesso pessoal. Neste caso, não há uma centralidade e foco em pessoas exclusivamente abastecidas de poder aquisitivo, mas, há um alcance desse discurso entre as massas também, entre todas as classes sociais, de certa forma, aumentando o domínio deste tipo de discurso.

Vereide, ao criar *The Family* já havia percebido que o poder religioso poderia ser alavancado por meio de conexões políticas de elite, consolidando uma espécie de “teologia do poder”, onde líderes eram vistos como escolhidos por Deus para guiar nações e influenciar políticas, sem necessidade de justificar seus atos. Coe expandiu essa ideia ao utilizar a mensagem de “Jesus e mais nada” como um conceito flexível, aplicável a qualquer situação de poder e controle. Esse discurso permitiu que a organização agisse nos bastidores, influenciando decisões sem se comprometer publicamente. Em ambos os casos o texto litúrgico ou do Evangelho é apropriado por eles como convém ao discurso de seus líderes.

Hoje essa mesma lógica é reconfigurada por influenciadores religiosos contemporâneos, que vêm nas redes sociais uma ferramenta de amplificação de poder, mesmo que diferente de Coe eles expõem a sua figura como central, a ideia presente no discurso torna-se a mesma, segue o modelo da instrumentalização religiosa, onde a teologia se torna um veículo para influenciar e moldar comportamentos e valores, entretanto agora dentro de um contexto de mercado e consumo digital.



Portanto, de acordo com essas explicações presentes nos discursos desses influenciadores podemos entendê-las como a continuidade da atuação de de Abraham Vereide e Douglas Coe, adaptadas às novas tecnologias. Não se trata de um fenômeno religioso novo, mas de uma modernização das ferramentas de influência, mantendo o núcleo da mensagem intacto: a fusão entre fé e poder. As mídias sociais, nesse contexto, servem como o novo “espaço de oração” onde os influenciadoras que não são propriamente líderes religiosos e os seguidores formam suas “células de oração digital”, construindo uma comunidade, bem como era em *The Family*, que constitui as células de oração. Assim como no grupo americano, na atualidade, neste caso em questão, os influenciadores espirituais são guiados por ideais de obediência, liderança e conquista, ressoando as práticas de Coe e Vereide, apenas sob uma nova dinâmica social. Com isso, a apropriação do discurso religioso hoje não é algo diferente do que ocorria no passado, mas sim uma reconfiguração que mantém as mesmas intenções de influência e controle, ajustadas para o cenário contemporâneo das redes digitais.

Ainda, a ideia de que a midiaticização torna o discurso religioso, a religiosidade, um produto está presente também na lógica de controle e influência do *The family* visando quase que exclusivamente a manipulação política através do poder religioso. Vereide e Coe vendiam uma ideia para uma elite, e quem a comprava disseminava esses ideais de lealdade, de crença de que as elites eram predestinadas a governar o mundo, que os mais fortes eram os membros das elites mundiais, e as massas cabia aceitar. O meio de disseminação do grupo era através de homens chave, que na atualidade podemos dizer que esses novos agentes possuem as mídias para realizar este papel de líderes, não precisando de intermediários, apenas uma figura de poder (quem discursa) e seu público, isto é, todos que utilizam as redes sociais são um alvo em potencial, basta se sentir atraído pelos breves discursos e frases de impacto.

As questões inerentes a esta positividade excessiva, presente nos discursos neopentecostais, também é evidenciada em *The Family*, que tende a evitar questionamentos profundos sobre os desafios e complexidades da fé, ou de uma vertente religiosa específica, para se atentar a uma abordagem que utiliza destes discursos para o controle e dominação. Nesse contexto, assim como na pregação da Teologia Coaching, a fé não é vista necessariamente pelo viés das devoções, dos cultos, do sagrado, mas neste caso, como estratégia para a obtenção de poder e sucesso, desviando-se de seu propósito original.

Embora em *The Family* o enfoque esteja mais diretamente vinculado ao contexto político, o processo de midiaticização da fé is revela uma correlação importante entre as duas abordagens: Ambas utilizam a religião como um meio para alcançar objetivos materiais e de influência política, obscurecendo o papel da espiritualidade como uma busca mais profunda por significado do ser no mundo, e abrindo espaço para uma fé manipulada pelas demandas do consumo e do poder. Essa instrumentalização da fé, seja no âmbito político ou motivacional, indica a maneira como discursos religiosos podem ser moldados para atender às dinâmicas contemporâneas de controle e sucesso, distanciando-se, assim, dos princípios fundadores de muitas tradições religiosas.



REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- BERGER, Peter. *Os múltiplos altares da modernidade: rumo a um paradigma da religião numa época pluralista*. Petrópolis: Vozes, 2017.
- BEZERRA, A. F. M. *Imaginário utópico na Teologia Coaching: Uma breve análise da Cultura da Inspiração no discurso de Deive Leonardo*. 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. PUC-Minas, 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0815202323154064dc314c6325d.pdf. Acesso em 18 de setembro de 2024.
- BORIN, Marta Rosa. *Por um Brasil católico: tensão e conflito no campo religioso da República*. 2010
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998
- CASAQUI, V. *Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora*. E-compós, Brasília, v. 20, n. 2, p. 01-18, 2017. Disponível em: <https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/1355>. Acesso em 16 de setembro de 2024.
- COSTA, R. *Mediatização, consumo e Teologia Coaching: Sentidos de positividade e sucesso na rede social digital Instagram*. Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte), Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 2023. Disponível em: <https://repositorio.sis.puc-campinas.edu.br/xmlui/handle/123456789/16778>. Acesso em 13 de setembro de 2024
- DURKHEIM, É. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo, Martins Fontes, 1996
- HJARVARD, S. *The mediatization of religion: Theorising religion, media and social change*. Culture and Religion, v. 12, n. 2, p. 119-135, 2011. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/b8e4/046b5dc4b377aed1274bbb483ce8da927601.pdf>. Acesso em 18 de setembro de 2024.
- MARTY, Martin; APPLEBY, Scott. *Fundamentalisms comprehended*. Vol. 5. University of Chicago Press, 2004.
- PHILLIPO, E. *The Family & Faith: The Theology of Power*. 2016. Disponível em: https://digitalcommons.linfield.edu/relsstud_theses/3/. Acesso em 13 de setembro de 2024.
- PY, F. *Pandemia cristofascista*. São Paulo: Recriar, 2020.
- ROCHA, D. *Faça-se na Terra um pedaço do céu: Perspectivas messiânicas na participação dos pentecostais na política brasileira*. Perspectiva Teológica, Belo Horizonte, v. 52, n. 3, p. 607-632, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pteo/a/8CW9t4FndNxRbQcBGxc5KPL/>. Acesso em 18 de setembro de 2024.
- SILVA, O.; TRINDADE, A. *Pregadores na internet e Pregadores de internet: uma transição decorrente da mediatização*. Anais do 31º Encontro Anual da COMPÓS, Imperatriz, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/pregadores-na-internet-e-pregadores-de-internet-uma-transicao-decorrente-da-midi?lang=pt-br>. Acesso em 18 de setembro de 2024.
- SILVEIRA, M. *O Discurso da Teologia da Prosperidade em Igrejas Evangélicas Pentecostais. Estudo da Retórica e da Argumentação no culto religioso*. 2007. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8142/tde-07022008-113110/pt-br.php>. Acesso em 13 de setembro de 2024.