

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS**

**HELEN TEIXEIRA SOUSA DE ABREU**

**O EVANGELHO DO REINO NAS MÍDIAS DIGITAIS:  
UMA ANÁLISE DO "DUNAMIS MOVEMENT" E SEUS INFLUENCIADORES**

**CAMPINAS**

**2023**

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU  
EM CIÊNCIAS DA RELIGIÃO**

**HELEN TEIXEIRA SOUSA DE ABREU**

**O EVANGELHO DO REINO NAS MÍDIAS DIGITAIS:  
UMA ANÁLISE DO "DUNAMIS MOVEMENT" E SEUS INFLUENCIADORES**

Dissertação de mestrado apresentada ao programa de pós-graduação Stricto Sensu em Ciências da Religião do Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas da Pontifícia Universidade Católica de Campinas para obtenção do grau de mestra.

**Orientador: Prof. Dr. Breno Martins Campos**

**CAMPINAS**

**2023**

Ficha catalográfica elaborada por Adriane Elane Borges de Carvalho CRB 8/9313  
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

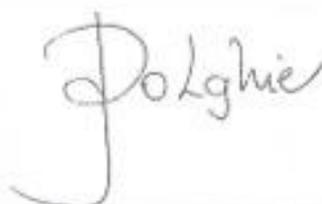
260 A162e	<p>Abreu, Helen Teixeira Sousa de</p> <p>O evangelho do reino nas mídias digitais: uma análise do "dunamis movement" e seus influenciadores / Helen Teixeira Sousa de Abreu. - Campinas: PUC-Campinas, 2023.</p> <p>117 f.</p> <p>Orientador: Breno Martins Campos.</p> <p>Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião, Escola de Ciências Humanas, Jurídicas e Sociais, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2023.</p> <p>Inclui bibliografia.</p> <p>1. Cristianismo. 2. Evangelização - Mídia digital. 3. Mensagen religiosa - Mídia digital. I. Campos, Breno Martins. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Escola de Ciências Humanas, Jurídicas e Sociais. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião. III. Título.</p> <p>23. ed. CDD 260</p>
--------------	--

**HELEN TEIXEIRA SOUSA DE ABREU**

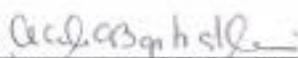
**O EVANGELHO DO REINO NAS MÍDIAS DIGITAIS: UMA  
ANÁLISE DO "DUNAMIS MOVEMENT" E SEUS  
INFLUENCIADORES**

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação de Mestrado em Ciências da Religião da PUC-Campinas, e aprovada pela Banca Examinadora.

APROVADA: 23 de fevereiro de 2023.



PROFA. DRA. JACQUELINE ZIROLDO DOLGHIE (FTSA)



PROFA. DRA. CECI MARIA COSTA BAPTISTA MARIANI (PUC-CAMPINAS)



PROF. DR. BRENO MARTINS CAMPOS – PRESIDENTE (PUC-CAMPINAS)

## **AGRADECIMENTOS**

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Agradeço também à Pontifícia Universidade Católica de Campinas pela excelência no ensino.

Aos professores do Programa de Pós Graduação em Ciências da Religião da PUC-Campinas pelo conhecimento compartilhado e pela amizade construída. Em especial ao professor Breno Martins Campos, por todos os diálogos, pela paciência e generosidade na orientação deste trabalho.

Aos colegas do mestrado pelo companheirismo e pela torcida mútua.

Aos meus amigos que sempre se interessaram pela pesquisa e me sustentaram com encorajamento ao longo de todo o processo. Em especial ao meu melhor amigo João Vinícius, que também é meu revisor (e marido!).

Ao Deus pai de Jesus Cristo que, em meio a tantas vozes dissonantes falando em seu nome, tem me ajudado a permanecer no caminho da fé, da esperança e do amor.

## RESUMO

O Dunamis Movement é uma organização paraeclesial evangélica que atua em diversas frentes, conquistando seguidores e admiradores e espalhando, por meio das mídias, sua mensagem, sua forma de compreender o cristianismo e a postura e engajamento do cristão para com a sociedade a sua volta. Esta dissertação tem como objetivo compreender de que maneira os líderes do Dunamis se posicionam enquanto influenciadores no ambiente digital. Para isso, procurou-se: descrever e analisar criticamente os principais pontos teológicos do Dunamis; desenvolver as teorias e modelos de compreensão da relação entre religião e mídia, e como essa relação se dá no contexto do Dunamis, olhando principalmente para o papel dos seus líderes enquanto influenciadores digitais; e, por fim, por meio da análise de conteúdo, olhar criticamente para as publicações desses influenciadores e para os temas que eles evocam, para compreender a forma com que se posicionam. Quanto à teologia do Dunamis, trata-se do chamado evangelho do reino, que consiste na busca por dons sobrenaturais e no modelo de engajamento cultural das sete áreas de influência. Quanto à relação entre religião e mídia, este trabalho utiliza a teoria da mediatização da religião, olhando para esse processo como consequência da secularização e da concorrência no campo religioso, no qual as instituições que se apropriam melhor das linguagens das mídias são as que mais conquistam fiéis. Além disso, olha-se também para os estudos de celebridade e dos chamados influenciadores digitais, percebendo que os líderes do Dunamis se comportam, no ambiente das mídias digitais, como influenciadores que mesclam conteúdos propriamente religiosos com outros que mostram sua rotina, hábitos de consumo e estilo de vida, de forma que seu posicionamento constrói imagens de si. São imagens que indicam elementos da juventude urbana contemporânea, ao mesmo tempo em que sustentam a própria autoridade espiritual dos influenciadores. Por último, este trabalho se dedica a fazer uma análise de conteúdo das publicações de quatro dos líderes do Dunamis, discutindo, a partir dos temas que emergem do próprio objeto, como a ideia de evangelho do reino se relaciona com a visão de engajamento político e guerra cultural, o *worship* enquanto modelo litúrgico, o papel eclesial das mulheres e a liderança cristã. Conclui-se, portanto, que pela apropriação das linguagens midiáticas típicas dos influenciadores digitais, os líderes do Dunamis continuam expandindo sua influência, disseminando a teologia do evangelho do reino e moldando o imaginário de seus seguidores a respeito de diversos temas ligados ao universo evangélico e ao engajamento cultural e político do fiel.

**Palavras-chave:** Dunamis Movement; evangelho do reino; mediatização da religião; influenciadores digitais evangélicos.

## ABSTRACT

The Dunamis Movement is an evangelical parachurch organization that operates on several fronts, gaining followers and admirers and spreading, through the media, its message, its way of understanding Christianity and the posture and engagement of Christians towards the society around them. This dissertation aims to understand how Dunamis leaders position themselves as influencers in the digital environment. For this, we described and critically analyzed the main theological points of Dunamis; developed theories and models for understanding the relationship between religion and the media, and how this relationship takes place in the context of Dunamis, looking mainly at the role of its leaders as digital influencers; and, finally, through content analysis, critically looked at the publications of these influencers and the themes they evoke, in order to understand the way in which they position themselves. As for the theology of Dunamis, it is about the gospel of the kingdom, which consists of the search for supernatural gifts and the model of cultural engagement of the seven areas of influence. As for the relationship between religion and the media, this work uses the theory of mediatization of religion, looking at this process as a consequence of secularization and competition in the religious field, in which the institutions that best appropriate the languages of the media are the ones that conquer the most people. In addition, look at studies of celebrities and so-called digital influencers, realizing that Dunamis leaders behave as digital influencers, that mix strictly religious content with others that show their routine, consumption habits and lifestyle, so that their positioning built images of themselves. These are images that show elements of contemporary urban youth, while sustaining the influencers' own spiritual authority. Finally, this work is dedicated to a content analysis of the publications of four of the Dunamis leaders, discussing, from the themes that emerge from the object itself, how the idea of the gospel of the kingdom is related to the vision of political engagement and culture war, worship as a liturgical model, the ecclesiastical role of women and Christian leadership. It is concluded, therefore, that by appropriating the typical media languages of digital influencers, Dunamis leaders continue to expand their influence, disseminating the theology of the gospel of the kingdom and shaping the imagination of their followers regarding various themes linked to the evangelical universe and to the Christian cultural and political engagement.

**Keywords:** Dunamis Movement; the gospel of the kingdom; mediatization of religion; evangelical digital influencers.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Primeiro culto Dunamis	p. 16
<b>Figura 2.</b> Culto Fornalha	p. 18
<b>Figura 3.</b> Bio do Dunamis Movement	p. 21
<b>Figura 4.</b> Publicação "Discipule as nações"	p. 29
<b>Figura 5.</b> Presidente Jair Bolsonaro no The Send Brasil	p. 43
<b>Figura 6.</b> Interação ao vivo durante momento de oração	p. 68
<b>Figura 7.</b> Publicação "As metas de Deus para o seu 2022"	p. 72
<b>Figura 8.</b> Publicação "Como não ter um 2022 medíocre"	p. 73
<b>Figura 9.</b> Publicação "Quatro características de um líder sobrenatural"	p. 78
<b>Figura 10.</b> Publicação "Como eu montei a equipe do Dunamis"	p. 79
<b>Figura 11.</b> Publicação sobre adoção	p. 84
<b>Figura 12.</b> Publicação sobre polêmica da Netflix	p. 85
<b>Figura 13.</b> Publicações de trechos de pregações	p. 88
<b>Figura 14.</b> Publicação de momento de adoração (Junia)	p. 89
<b>Figura 15.</b> Publicações de momentos de adoração (Rapha)	p. 95
<b>Figura 16.</b> Publicação sobre aborto	p. 100
<b>Figura 17.</b> Publicação sobre evangelho do reino	p. 102

## SUMÁRIO

<b>RESUMO</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>6</b>
<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
<b>2 DUNAMIS MOVEMENT E THE SEND: HISTÓRIA E INFLUÊNCIAS</b>	<b>12</b>
2.1 História do movimento	15
2.1.1 Téo Hayashi	15
2.1.2 Origem do Dunamis	17
2.2 Crenças e influências	22
2.2.1 O sobrenatural na vida natural	23
2.2.2 Teologia das sete áreas de influência	28
2.3 The Send Brasil	38
2.4 Um ambiente de crenças retroalimentadas	47
<b>3 MUDIATIZAÇÃO, CELEBRIDADES E INFLUENCIADORES DIGITAIS: NOVAS DINÂMICAS NO CAMPO RELIGIOSO</b>	<b>49</b>
3.1 Campo religioso: concorrência, midiatização e consumo	49
3.2 Celebridades e influenciadores digitais	58
3.3 Influenciadores religiosos	66
<b>4 ANÁLISE DO CONTEÚDO DOS INFLUENCIADORES DO DUNAMIS MOVEMENT</b>	<b>72</b>
4.1 Téo Hayashi	73
4.2 Junia Hayashi	88
4.3 Raphaela Gonçalves	92
4.4 Henrique Krigner	100
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>107</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>110</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Os evangélicos<sup>1</sup> são um grupo que cada vez mais cresce numericamente e influencia o debate público brasileiro. Esta pesquisa parte de uma inquietação a respeito de grupos evangélicos que representam o que há de mais contemporâneo em termos de apropriação das lógicas midiáticas e das novas tecnologias de comunicação, ao mesmo tempo em que mantêm o discurso religioso e de engajamento cultural e político típico do pentecostalismo clássico e do conservadorismo de influência norte-americana, com ênfases em avivamentos e transformação social moralista.

O objetivo deste trabalho é verificar de que forma se dá a construção de influência dos líderes de um desses grupos, o Dunamis Movement, dentro do ambiente digital. Para isso, vamos olhar para esse grupo através de uma abordagem sociológica, descrever criticamente sua história, crenças e influências; e então analisar como sua prática se desenvolve a partir da relação com os meios de comunicação, relação essa em que seus líderes se tornam influenciadores digitais na missão de espalhar sua mensagem religiosa.

Por isso, esta dissertação se apresenta com um capítulo dedicado a expor a história e as principais crenças e influências do seu objeto de estudo, a organização paraeclesial Dunamis Movement. Nele, é apresentada a ideia de evangelho do reino, uma perspectiva da mensagem cristã que enfatiza a possibilidade de se viver experiências sobrenaturais no cotidiano, como prova da ação de Deus na vida do fiel; e o modelo de engajamento cultural e social das sete áreas de influência, que entende que os cristãos devem se esforçar para ocupar espaços de poder nos negócios, na mídia, na educação, na religião, na família, na indústria do entretenimento e no governo, para influenciar, espalhar os valores do "reino de

---

<sup>1</sup> O termo evangélico pode ter significados distintos dependendo do contexto. Neste trabalho, esse termo será utilizado para generalizar todas as denominações e organizações cristãs oriundas do protestantismo, incluindo tanto as de origem histórica, quanto pentecostal ou neopentecostal.

Deus" e lutar por eles, transformando assim a sociedade em algo moralmente superior por causa do cristianismo.

Além disso, o capítulo também evidencia que os líderes do Dunamis já procuravam, desde o início, a apropriação eficaz das linguagens e modos dos meios de comunicação mais atuais. Essas crenças são a base dos conteúdos midiáticos, cursos e eventos do Dunamis, inclusive do The Send Brasil, evento de grandes proporções que aconteceu em 2020 e contou com a presença massiva de jovens e participação de convidados de todo o espectro evangélico brasileiro.

Para a produção do primeiro capítulo, diversos materiais publicados nos canais de comunicação do Dunamis foram acessados como fonte primária: vídeos de entrevistas, palestras, institucionais do canal do YouTube<sup>2</sup> do Dunamis; textos do *website* oficial<sup>3</sup>; e todos os livros de autoria de seu líder e fundador, Téo Hayashi (HAYASHI, 2017; 2018; 2019). Textos de outros líderes e organizações religiosas citados como referência pelo Dunamis também serviram de fonte primária, principalmente para compreender a teologia das sete áreas de influência, como John Enlow (2008), Jocum Brasil (2021) e Lou Engle (2020), além das análises de outros pesquisadores sobre aspectos de teologias do domínio e fundamentalismos, como Aguiar (2020), Novais (2021) e Campos (2018).

Em seguida, apresenta-se um capítulo dedicado aos estudos de midiatização da religião, celebridades religiosas e influenciadores digitais, evidenciando o caráter interdisciplinar desta pesquisa. Esse olhar se dá a partir da perspectiva de Bourdieu (2004) sobre o papel do capital simbólico nas disputas dentro do campo religioso e de Martino (2003; 2008; 2012; 2016; 2017) sobre os processos de midiatização da religião. Tal processo, no qual as vivências religiosas absorvem as lógicas da mídia, do mercado e do entretenimento, fortalece aquelas igrejas e organizações que se adaptam melhor a essa realidade na concorrência do mercado religioso. Também

---

<sup>2</sup> Disponível em: [www.youtube.com/@DunamisHangoutPodcast](https://www.youtube.com/@DunamisHangoutPodcast). Acesso em: 12 ago. 2021.

<sup>3</sup> Disponível em: [dunamismovement.com](https://dunamismovement.com). Acesso em: 13 ago. 2021.

nesse capítulo, a perspectiva de Mendonça (2002) sobre o campo religioso brasileiro é considerada.

Ao olhar para o campo religioso em disputa, é importante se atentar para o papel das mídias na concorrência pela atenção e fé das pessoas, e para a forma como os meios de comunicação passam a constituir a forma de crer das pessoas. Nesse contexto, figuras se destacam como celebridades midiáticas religiosas ou influenciadoras digitais da fé, performando uma autoridade espiritual mediada pela publicização. Para compreender o papel das celebridades nas sociedades modernas, evocamos os estudos de Rojek (2008), França (2014; 2019; 2020) e Simões (2009; 2013). Além disso, olhamos para os textos de Karhawi (2015; 2017; 2020) no que diz respeito às figuras dos influenciadores no contexto das mídias digitais. A tese de Cunha (2007) também é uma das referências, na medida em que evidencia o papel das mídias na construção da chamada cultura gospel no Brasil.

Por último, o terceiro capítulo traz algumas publicações de líderes do Dunamis para análise de seu conteúdo (BARDIN, 2011), procurando contribuir para o debate sobre essa organização evangélica e o tipo de teologia e engajamento político que ela fomenta através de sua presença midiática e influência. A partir das próprias publicações, emergem temas como liderança cristã (KOSICKI BELLOTTI, 2017), papel eclesial da mulher (MACHADO, 2005), worship e estetização da liturgia (DOLGHIE, 2007, 2010), batalha espiritual e guerra cultural (SANTOS, 2021; QUADROS, 2014), que são analisados e desenvolvidos à luz do contexto geral dos evangélicos no Brasil.

## 2 DUNAMIS MOVEMENT E THE SEND: HISTÓRIA E INFLUÊNCIAS

O *Dunamis Movement* tem mobilizado grande número de jovens no Brasil nos últimos anos. Ativa desde 2008, a organização fundada pelo pastor e missionário Teófilo (Téo) Hayashi hoje oferece cursos em diferentes formatos e durações, organiza conferências, possui uma propriedade rural em que ocorrem eventos, apoia ONGs de caráter humanitário, tem um selo musical com turnês e lançamentos nas paradas do Spotify, uma editora própria e grupos de oração em universidades e escolas, além de acumular centenas de milhares de seguidores em seus canais no Instagram e 1,6 milhão de inscritos no YouTube.

Em seu website, o *Dunamis Movement* se define da seguinte forma:

O DUNAMIS MOVEMENT é um movimento cristão, para-eclesiástico cujo foco é um avivamento sustentável. Nós buscamos DESPERTAR uma geração para que ela venha ESTABELEECER a Cultura do Reino de Deus na Terra e assim TRANSFORMAR a sociedade a sua volta. (DUNAMIS, 2021a)<sup>4</sup>.

A partir dessa definição, é possível compreender diversos aspectos do Dunamis, para compreender quais são as influências e o impacto que esse grupo tem para a religiosidade evangélica brasileira hoje. Em primeiro lugar, o Dunamis se apresenta como um movimento, termo que não traz em si o peso de ser uma instituição sólida, mas que denota fluidez e dinamismo. O próprio Téo Hayashi explica, em um vídeo, que passaram a utilizar o termo “movimento” (ou *movement*, em inglês), ao invés de “ministério”, em 2009, a partir da percepção e profecia de um pastor americano que visitava o Brasil para conhecer o trabalho de Téo nas universidades e via que este estava em constante metamorfose e transformação (DUNAMISMOVEMENT, 13 jun. 2018).

A palavra “cristão” é utilizada para dar o tom confessional. O movimento se situa dentro do cristianismo, mas não se utiliza, neste parágrafo de apresentação, da

---

<sup>4</sup> Optamos, em todo o trabalho, por manter a grafia original de todas as citações de *websites*, publicação no YouTube ou Instagram ligados ao Dunamis, incluindo possíveis erros gramaticais ou ortográficos. Disponível em: <https://dunamismovement.com/quem-somos/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

nomenclatura “evangélico”, ou outra categoria de subdivisão dentro do campo cristão. Além disso, é um movimento para-eclésiástico, ou seja, que não se propõe a ser uma igreja e não se preocupa com elementos característicos de uma igreja cristã, como cultos semanais, sacramentos, doutrinas, estruturas internas, membresia, etc. No vídeo “O que é o Dunamis?”, de 2018, Téo Hayashi, afirma: “nós não somos uma igreja, mas trabalhamos junto com ela, apoiando a igreja” (DUNAMISMOVEMENT, 8 fev. 2018, 0’25”).

O elemento que é apresentado como foco do Dunamis é o avivamento sustentável. O termo avivamento se refere, geralmente, à onda de conversões e experiências religiosas na Inglaterra e nos Estados Unidos no século XVIII, com pregadores como George Whitefield e Jonathan Edwards, que enfatizavam doutrinas da conversão pessoal. De acordo com o historiador Justo González (2011), esse movimento, inspirado pelas correntes pietistas, destacava a experiência de convicção do pecado, perdão de Deus e profundidade devocional, e atingiu principalmente as igrejas metodista e batista. Posteriormente, já no século XIX, outros grandes ajuntamentos de cristãos para ouvir pregadores ficaram conhecidos como o segundo avivamento, que teve ênfase maior nas experiências sobrenaturais. Esses eventos criaram uma mentalidade em alguns círculos protestantes americanos, nos quais pensa-se que “o normal é haver ‘avivamentos’ periódicos, e até houve igrejas que começaram a celebrar ‘cultos de avivamento’ todos os anos”. (GONZÁLEZ, 2011, p. 365).

Os pregadores e líderes do Dunamis, em diversas ocasiões, colocam-no como um movimento que deseja ser uma espécie de continuação ou desdobramento dos acontecimentos dos avivalistas dos séculos XVIII e XIX, e do movimento pentecostal clássico, que teve origem no início do século XX na Rua Azusa. A ideia é que um “mover espiritual”, ou experiência mística pessoal e coletiva que seria desenvolvida por um determinado período, geraria transformações positivas na vida individual dos participantes desse mover, que em última instância geraria também transformação social e cultural. Na linguagem usada pelo Dunamis, até mesmo um

evento pontual de uma noite de milagres e "presença de Deus" já pode ser chamada de avivamento (HAYASHI, 2018, p. 70), mas o valor desse evento está em produzir transformação social a longo prazo, com as mudanças de vida que ele provoca.

A ideia de sustentabilidade diz respeito à permanência e constância dos resultados dessa experiência espiritual. Não seriam apenas experiências sentimentais transitórias e passageiras, mas que gerariam um impacto definitivo que se sustentaria a longo prazo. No mesmo vídeo de apresentação do movimento citado anteriormente, Hayashi menciona que um dos objetivos desse avivamento é culminar em um tipo de reforma, fazendo referência também ao movimento da Reforma Protestante no século XVI (DUNAMISMOVEMENT, 8 fev. 2018, 0'35"). Na página de inscrição para a Escola Dunamis, principal curso oferecido por eles, essa referência aos marcos históricos do cristianismo também aparece, quando um dos motivos apresentados para alguém se matricular no curso é "pertencer a uma tribo de avivalistas e reformadores" (DUNAMIS, 2021b).

Os termos "transformação", "reforma" e "impacto" social são amplamente utilizados nos discursos do Dunamis, e por isso também aparecem muito neste trabalho. O significado dessas palavras é vago e maleável. De modo geral, elas significam um resultado da ação dos cristãos na sociedade, mas seu significado específico e as implicações políticas e ideológicas ficam mais ou menos explícitas, a depender do contexto e do significado atribuído pelo interlocutor. Assim, por vezes, parecem apontar para posturas reacionárias, partindo das ideias de guerra cultural e batalha espiritual, tratadas mais adiante neste trabalho. Mas, em outros momentos mais convenientes, elas parecem apenas indicar melhorias em questões como desigualdade, corrupção, pobreza, e por isso soam mais "inofensivas".

Uma característica do Dunamis que já é percebida nesses discursos de apresentação do *website* e vídeos é o seu triunfalismo. Além da associação de si mesmo com movimentos religiosos históricos que culminaram em transformações sociais, termos como "geração", "nações", "global", "revolucionário", "destino" constroem a imagem de que o movimento despertado pelo Dunamis é algo que irá

marcar a sua geração, seu tempo histórico de forma a impactar todo o globo e fazer parte de algo grande que o próprio Deus está orquestrando no mundo.

Ao longo deste capítulo, olharemos para a história do Dunamis Movement e de seu fundador, e para as principais crenças propagadas e suas origens.

## **2.1 História do movimento**

### **2.1.1 Téo Hayashi**

Para entender a história do Dunamis, é importante começar pela história do próprio Téo Hayashi, fundador e líder do movimento, pois ao longo de sua trajetória pessoal ele teve contato com as principais correntes doutrinárias em que o Dunamis se baseia hoje. Além do vídeo de seu testemunho, intitulado “Tudo ou nada” (DUNAMISMOVEMENT, 23 jun. 2017), também nos baseamos no livro "Nuvem de Glória", publicado por ele junto com sua mãe, Sarah Hayashi, e em pequenos trechos autobiográficos dos outros vídeos.

Vindo de uma família de pastores, Teófilo se apresenta como filho, neto, sobrinho e primo de pastores, e passou sua infância muito envolvido no movimento pentecostal internacional. Cresceu em uma igreja “avivada”, estudou em uma escola para filhos de missionários americanos e morou na Europa com sua família em missões. Hayashi narra sua conversão pessoal em um retiro, aos 5 anos de idade, no qual conta que presenciou milagres, compreendeu a mensagem do evangelho e fez sua primeira oração “entregando sua vida para Jesus” (DUNAMISMOVEMENT, 23 jun. 2017, 3'40").

Ainda na infância, frequentou congressos e cruzadas de milagres, no Brasil e no exterior, com pregadores pentecostais e neopentecostais como Robson Rodovalho (Sara Nossa Terra) e Carlos Annacondia (International Message of Salvation). Ao narrar sobre sua infância, Hayashi afirma: “Curas, sinais, maravilhas e orações em língua nunca foram novidade para mim, na verdade, eram coisas que

faziam parte do meu cotidiano, tanto dentro quanto fora da igreja” (HAYASHI; HAYASHI, 2019, p. 85). Quando menciona esses eventos hoje, Téo não faz ressalvas nem tenta diferenciar o tipo de unção ou manifestação sobrenatural que acontecia nessas ocasiões do que acontece hoje nos eventos em que participa. Em sua narrativa, ele se refere a esses pregadores como “homens de Deus”, não se distancia dessas referências do início do neopentecostalismo e parece haver, para ele, uma continuidade entre os movimentos.

Hayashi conseguiu uma bolsa para fazer faculdade nos Estados Unidos e, aos 18 anos, se mudou para lá. De acordo com seu relato, foi nessa época que ele “se afastou dos caminhos do Senhor” e, mesmo ainda frequentando uma igreja aos domingos, para não decepcionar sua mãe, Hayashi se afastou da fé e passou a viver “no mundo”, frequentando baladas e fazendo uso de drogas por dois anos. Ele conta que teve seu reencontro com a fé após uma experiência mística que viveu em uma festa, dois anos depois do início da faculdade. Em uma festa universitária, ele passou por um momento de intensa convicção do próprio pecado e percepção da necessidade de entregar sua vida a Deus, experiência que ele atribui ao Espírito Santo (HAYASHI, 2019, p. 87).

A partir daí, Hayashi desenvolveu uma grande paixão para o evangelismo, largou a faculdade em seguida e foi fazer um curso para missionários da organização Youth With A Mission (YWAM, conhecida no Brasil como JOCUM)<sup>5</sup>, em Kona, no Havaí. Téo conta que teve uma grande identificação e alinhamento com relação às doutrinas que aprendeu em YWAM (DUNAMISMOVEMENT, 13 jun. 2018), e afirma que foi através desse contato que “o Dunamis foi gerado”.

---

<sup>5</sup>Em seu website brasileiro, a JOCUM se define como: “um movimento internacional de cristãos de muitas denominações dedicado a apresentar Jesus pessoalmente a esta e futuras gerações, mobilizar o máximo de pessoas possível para ajudar nesta tarefa e ao treinamento e capacitação de crentes em Jesus para assumirem sua parte no cumprimento da Grande Comissão”. (Disponível em: <https://jocum.org.br/quem-somos/conheca-a-jocum/>. Acesso em 13 dez. 2022).

Ele trabalhou por três anos ligado a YWAM, nos quais foi missionário e evangelista em universidades na Índia, nas Filipinas e em outros países. Em seguida, recebeu o convite para ser mentoreado pelo pastor de uma igreja nos EUA, onde ficou por cinco anos, até retornar para o Brasil em 2008.

### 2.1.2 Origem do Dunamis

Na ocasião do aniversário de 10 anos do Dunamis Movement, em 2018, uma série de vídeos foi publicada no seu canal do YouTube (DUNAMISMOVEMENT, 13 jun. 2018), na qual Téo Hayashi conta a história da fundação do Dunamis e os acontecimentos que se deram no decorrer dos anos que se passaram. Além disso, na Bíblia Dunamis, lançada pela editora Quatro Ventos (ligada ao Dunamis), apresenta em suas primeiras páginas textos devocionais e a narrativa da história do movimento (BÍBLIA DUNAMIS, 2020).

A ideia que deu origem ao Dunamis surgiu em meio ao trabalho da YWAM de evangelismo em *campi* universitários nas Filipinas. Hayashi conta que começou a pensar como seria fazer algo desse tipo nas universidades do Brasil, e resolveu voltar ao país quando, em suas palavras, recebeu uma revelação de Deus de que essa seria sua missão.

A proposta inicial era um ministério paraeclesiástico<sup>6</sup> de evangelismo em universidades por meio de “manifestações físicas do poder de Deus” (milagres, curas, profecias, experiências místicas). Téo conta que sua ideia era atrair a atenção dos jovens universitários pelo discurso de espiritualidade, “sem falar de igreja” e “sem clichê evangélico”, para depois apresentá-los a Jesus e ao cristianismo propriamente. O vídeo em que essa história é narrada pelo próprio Hayashi mostra registros dos cultos que eram feitos nessa época (Figura 1), que já continham

---

<sup>6</sup> Para uma discussão aprofundada sobre as organizações paraeclesiásticas, suas origens norte-americanas e seu papel na disseminação do evangelicalismo fundamentalista, ver Mendonça; Velasques (1990).

manifestações de gritos, quedas, pulos e êxtase emocional (DUNAMISMOVEMENT, 13 jun. 2018, 1'45").

**Figura 1.** Primeiro culto Dunamis



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7CVxudbx1s&t=137s>.  
Acesso em: 14 dez. 2022.

Nos anos seguintes, outros braços de ação foram surgindo, tal como a primeira banda, as primeiras conferências e a produção de conteúdo em vídeo para internet, para espalhar a mensagem. Foi aí que o termo *Movement* passou a ser utilizado. Os cultos extasiantes nas universidades continuavam e cresciam em alcance, os evangélicos das faculdades se sentiam à vontade para convidar seus amigos para o culto que acontecia no campus, os líderes do Dunamis davam continuidade ao contato com os participantes dos cultos por meio de telefone e mailing.

Sobre essa fase do Dunamis, Téo afirma que o crescimento se deu porque eles acertaram na forma e no “pacote”, pois usavam a linguagem adequada para aquela geração de universitários, enquanto mantinham o conteúdo essencial. Para ele, a forma descontraída era separada do conteúdo, que se mantinha o mesmo: “boa teologia, fluir do espírito e maneira de viver o reino” (DUNAMISMOVEMENT, 13 jun. 2018). Após certo tempo, o “Culto Dunamis” precisou sair do auditório da faculdade em que acontecia, porque já não cabiam todos os participantes, e passou a utilizar a estrutura predial de uma igreja apoiadora. Nessa época, o número de frequentadores chegou a 3 mil pessoas, que Hayashi descreve como “jovens querendo viver o sobrenatural” (DUNAMISMOVEMENT, 25 jun. 2018, 0'50”).

Esse culto foi encerrado em 2012, após 4 anos, pois a liderança do Dunamis entendeu que precisava finalizar essa programação para que pudessem se dedicar a outros projetos dentro do movimento. O Dunamis permaneceu presente nos *campi* universitários com o chamado Dunamis Pockets, pequenos encontros semanais de oração e evangelismo organizados pelos estudantes com o apoio e treinamento do Dunamis. Hoje, existem 300 desses grupos espalhados pelas universidades de todo o Brasil<sup>7</sup>.

Uma das principais programações que deu continuidade ao trabalho do Dunamis foi o Forno (Figura 2), um culto de oração e de músicas de louvor<sup>8</sup>. Hayashi conta que começaram a transmitir esse evento ao vivo de forma despretensiosa mas, com o engajamento do público online, resolveram focar na experiência da transmissão e investir em equipamentos e cenários para adequar o conteúdo à internet e fazê-lo “com excelência”, para aumentar o alcance.

---

<sup>7</sup>Alguns desses grupos já foram alvo de pesquisa acadêmica. Ver referências: Silva, Teruel e Silva (2017) e Costa (2020).

<sup>8</sup>O estilo musical predominante nas produções do Dunamis é o chamado *worship*, estrangeirismo usado para se referir à forma contemporânea de música utilizada para adoração, geralmente com melodias sentimentais e repetições nas letras. Para uma análise técnica da musicalidade deste estilo, ver Cruz (2018). Analisaremos mais detalhadamente o papel do *worship* nas liturgias evangélicas no capítulo 3.

**Figura 2.** Culto Fornalha



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EI17EeuQ1WQ>. Acesso em: 14 dez. 2022.

Ainda na série de vídeos sobre a história do Dunamis, Téo Hayashi conta sobre o plano para aquisição, em 2014, da propriedade de 260 alqueires que passou a ser chamada de *Dunamis Farm*, em Registro (SP), onde acontecem eventos, cursos e retiros. Durante o processo de compra, ao visitar as fazendas, o critério que Téo afirma ter utilizado para decidir era a paz subjetiva. Onde quer que ele “sentisse paz de Deus”, aí seria o local escolhido sobrenaturalmente, que Deus daria os meios para que pudessem adquirir. Portanto, ele atribui a uma ação sobrenatural de Deus o fato de terem encontrado a propriedade específica que acabaram comprando.

O preço final foi negociado e a fazenda foi comprada por 25% do valor pelo qual havia sido avaliada, e o financiamento veio de ofertas de apoiadores (em especial, de acordo com Hayashi, um atleta profissional que quis doar uma grande quantia para esse fim), algo que também foi visto como milagre. Até o momento do vídeo (2018) ainda estava em reforma e construção, mas já havia começado a ser utilizada como centro de formação e treinamento para líderes do Dunamis. Hoje, o espaço continua sendo usado para eventos, acampamentos e cursos (nos quais os estudantes ficam internos por alguns meses), e o website<sup>9</sup> do Dunamis também indica a possibilidade de que esse espaço seja alugado para eventos sociais (como casamentos), corporativos e religiosos (como retiros e acampamentos de outras igrejas).

A partir de 2017, o Dunamis passou a ter uma maior aproximação com a YWAM Kona, devido aos contatos que Hayashi tinha com os líderes de lá. Cursos de férias (como o 21 Project) e de médio prazo (como a “DTS Fire & Fragrance”, curso de 6 meses com foco “no sobrenatural e no profético”) passaram a ser oferecidos em parceria com a YWAM Kona na Dunamis Farm. Essa aproximação também fez com que o Dunamis se tornasse um parceiro na organização do The Send, evento internacional do qual falaremos mais adiante.

Com a pandemia de Covid-19, a continuidade de alguns dos cursos, eventos e turnês ficou suspensa, mas alguns cursos online se mantiveram e, ao final de 2021, alguns eventos presenciais começaram a voltar. A ênfase para 2022<sup>10</sup> se deu nas frentes dos grupos estudantis (Pockets, nas universidades, e 1luv, nas escolas de ensino médio), no curso de missões de curto prazo (Greenhouse), no curso de duração de seis meses em parceria com a YWAM (DTS Fire and Fragrance), e o no

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://dunamismovement.com/dunamis-farm/>. Acesso em: 11 mar. 2023.

<sup>10</sup> A aba “O que fazemos” do website do Dunamis mostra as frentes de trabalho que estão ativas em dezembro de 2022: Pockets e 1luv (grupos de oração e evangelismo em universidades e escolas, respectivamente), Music (que reúne as iniciativas voltadas para louvor e música), Greenhouse e Metanoia School (cursos de preparação missionária de curto e longo prazo, respectivamente), Store (loja de roupas e acessórios da marca Dunamis), Editora Quatro Ventos, Big Wave Media (agência de publicidade e marketing), Instituto Akashi (projeto social em uma comunidade carente) e Dunamis Farm (propriedade onde acontecem parte dos eventos do Dunamis). Disponível em: <https://dunamismovement.com/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

culto presencial mensal que voltou a acontecer em São Paulo e em turnê por outras cidades (Friday Night).

Com relação a planos para o futuro, no vídeo “O Sonho Dunamis e como será amanhã”, Hayashi reafirma que seu objetivo é “transformar o Brasil”, e conta que um de seus planos é construir uma universidade na Dunamis Farm, para formar profissionais de todas as áreas do conhecimento que carreguem “paixão pelo sobrenatural”. (DUNAMISMOVEMENT, 25 mar. 2018).

## **2.2 Crenças e influências**

Ao longo dos anos, a atuação do Dunamis Movement tem tido diferentes frentes. Começou com o carro-chefe dos cultos em universidades, mas se desdobrou em diferentes iniciativas de evangelismo também em escolas, eventos, conferências, bandas e músicas próprias, conteúdo para internet (vídeos, podcasts, posts) e cursos de treinamento.

Em todas essas iniciativas, uma base teológica comum é o que se chama de "Evangelho do Reino", em oposição ao "Evangelho da Salvação". Téo Hayashi (2018) explica que, para alguns cristãos, a mensagem de Cristo parece ser apenas a de salvação eterna da alma, como uma forma de "garantir uma cadeira cativa no Céu e esperar o dia de sua morte para ir para a eternidade" (HAYASHI, 2018, p. 127). Hayashi considera essa uma visão limitada em relação ao que Jesus realmente pregava. Como ele continua explicando, os cristãos "carregam a luz e o poder que transforma o mundo" e, portanto, devem se posicionar com relevância e influência na sociedade para iluminá-la. De acordo com ele:

A verdade é que não podemos reduzir o Evangelho simplesmente ao Calvário, ao Sangue e à Cruz. Eu sei que isso pode até soar um sacrilégio, mas em uma análise objetiva é claro perceber que, primordialmente, o Evangelho que Jesus pregou não foi o Evangelho da Salvação, mas, sim, o Evangelho do Reino. O Evangelho não é o nascer de novo, mas, sim, o Reino é chegado! Entendemos, porém, que para ter parte nesse Reino que é chegado, o nascer de novo é necessário. (HAYASHI, 2018, p. 128).

Esse Reino consiste no governo do Deus Criador sobre todas as coisas, que após a ruptura do pecado inicial, começou a ser restaurado com a morte e ressurreição de Jesus, mas só será totalmente estabelecido com a segunda vinda de Cristo. O reino de Deus é regido pelas leis e princípios da Bíblia, que esclarecem sobre a conduta, as responsabilidades e os direitos das pessoas (HAYASHI, 2018, p. 86). Toda a humanidade é convidada a fazer parte desse Reino de harmonia e sem pecado. Por enquanto, os fiéis vivem a tensão paradoxal de que esse Reino já foi inaugurado, mas ainda não é pleno, e ainda convive com as consequências do pecado humano (HAYASHI, 2018, p. 13-19).

Dentro da ideia de evangelho do reino, dois eixos de crença e prática têm sido enfatizados e desenvolvidos: a ideia de “viver o sobrenatural de Deus”, ligada ao pentecostalismo clássico, e a “visão das sete montanhas” para engajamento cultural, ligada às chamadas teologias do domínio, que surgiram mais recentemente, também nos meios pentecostais. A seguir, apresentaremos os principais pontos doutrinários e referências desses dois eixos.

### 2.2.1 O sobrenatural na vida natural

Em sua página oficial no Instagram, o Dunamis Movement se apresenta em sua “bio” (espaço para uma descrição curta do que se trata a página) da seguinte forma:

**Figura 3.** Bio do Dunamis Movement



Disponível em: <https://www.instagram.com/dunamismovement/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

A expressão “*Dunamis Lifestyle*”, muitas vezes utilizada nos conteúdos do Dunamis, indica um estilo de vida que considera que o “sobrenatural”, os milagres, profecias, curas e experiências místicas acontecem no dia a dia, fazem parte do cotidiano do cristão que se abre para isso. Essa crença se baseia, principalmente, no texto do Evangelho de Marcos, capítulo 16:

E disse-lhes: Ide por todo o mundo, pregai o evangelho a toda criatura. Quem crer e for batizado será salvo; mas quem não crer será condenado. E estes sinais seguirão aos que crerem: Em meu nome expulsarão os demônios; falarão novas línguas; Pegarão nas serpentes; e, se beberem alguma coisa mortífera, não lhes fará dano algum; e porão as mãos sobre os enfermos, e os curarão. (Marcos 16.15-18)

A leitura literal dessa passagem e das narrativas de Atos dos Apóstolos, que também falam sobre milagres performados pelos discípulos de Jesus, quando passaram a pregar após sua morte, constituem a crença de que esses mesmos atos milagrosos e curas sobrenaturais continuam acontecendo através dos que anunciam o Evangelho ainda hoje, e são usados como sinais do poder de Deus para convencer os incrédulos.

Esse eixo de crenças é diretamente relacionado às influências do pentecostalismo clássico, cuja origem é frequentemente referenciada, principalmente os eventos da Rua Azusa em 1906. De acordo com Leonildo Silveira Campos, nessa ocasião, William Seymour, um pregador negro, em uma igreja abandonada em Los Angeles (CA), passou a performar "gritos, convulsões, profecias, glossolalias, curas, milagres, prodígios e toda sorte de coisas, que rapidamente chamou a atenção da imprensa e, por meio dela, de todo o país." (CAMPOS, 2005, p. 110). Negros e brancos americanos passaram a participar de cultos cheios de manifestações sobrenaturais dos “dons do Espírito”. A partir dos acontecimentos que ocorreram nessa região, o “fogo pentecostal” se espalhou para outros locais do país

(GONZÁLEZ, 2011) e do mundo, influenciando grandemente a paisagem religiosa a partir daí.

Em vídeos sobre o tema, com títulos como “Como orar sobre cura?” (DUNAMISMOVEMENT, 13 mar. 2019), “Como ser naturalmente sobrenatural?” (DUNAMISMOVEMENT, 7 mar. 2019) e “Sinais e maravilhas” (DUNAMISMOVEMENT, 4 jul. 2017), os líderes do Dunamis explicam as bases teológicas, contam histórias de experiências próprias e encorajam os ouvintes a darem esse passo de fé, se arriscando a orar para que pessoas sejam curadas ou procurar ouvir a “voz de Deus” com relação a profecias sobre a vida de alguém, por exemplo.

A ideia é que essa vida cheia de sinais sobrenaturais no cotidiano está acessível para todos os que, com ousadia e fé, se apropriam disso e pedem a Deus que passe a agir através deles. É enfatizada a possibilidade de se “ouvir a voz de Deus”, como um tipo de voz interior ou conjunto de “coincidências” que constituem, na verdade, mensagens ou revelações diretas de Deus, que podem ser percebidas no dia a dia comum de um fiel.

Também é considerado importante que os atos milagrosos sejam feitos para ajudar outra pessoa e levá-la a conhecer mais sobre Jesus, como uma porta de entrada para o evangelismo. Os milagres são um meio, usados para o fim de pregar o evangelho do reino e convencer as pessoas de que o poder de Deus é real (HAYASHI, 2018). E, mesmo que o milagre pedido não aconteça (isso é sempre uma possibilidade, já que Deus é soberano e as pessoas não podem compreender todos os seus propósitos), o simples fato de o cristão se dispor a orar por uma pessoa, mesmo um desconhecido, que precisa de cura, por exemplo, já demonstra amor e cuidado para com essa pessoa e pode gerar um impacto positivo (HAYASHI, 2018, p. 18).

Essa crença também inclui outras ênfases pentecostais clássicas, como a ideia de que é preciso um segundo batismo, o batismo do Espírito Santo, que é um tipo de confirmação do batismo com águas performado pela igreja, que concede, a

partir dessa experiência, um novo nível de intimidade com Deus. Esse segundo batismo costuma ser associado à prática de oração em línguas, ou glossolalia (CAMPOS, 2005).

Uma premissa dessa crença da contemporaneidade dos dons e milagres é a de que Deus quer que a “realidade celestial”, a condição de existência perfeita a ser experimentada futuramente no céu (relacionada com o evangelho do reino), já possa começar a ser vivida na terra. Por exemplo, de acordo com a Bíblia, no reino de Deus (entendido como o paraíso celestial) não há enfermidades, e por causa disso o cristão tem autoridade para orar e pedir por cura agora, como uma antecipação dessa realidade.

Em um dos vídeos, “O Verdadeiro Avivamento” (DUNAMISMOVEMENT, 18 ago. 2021), Teófilo Hayashi cita o trecho da oração do Pai Nosso, “seja feita a tua vontade assim na terra como no céu”, explicando que, mesmo que não se possa experimentar a vontade perfeita de Deus nesta vida e que a restauração completa seja apenas no paraíso futuro, algo dessa vida nova já pode começar a ser experimentado aqui. Por isso, é preciso que o cristão ajuste sua mentalidade, viva de acordo com essa realidade celestial, como “cidadãos do reino de Deus”, para então serem usadas por ele para realizar atos sobrenaturais (HAYASHI, 2018, p. 71).

Também é dito, embora sem tanta ênfase, que enfermidades ou problemas como solidão, tristeza, ansiedade podem ser consequência da ação de espíritos malignos, que o cristão tem poder para repreender. Mas mesmo que esses problemas sejam causados por questões puramente naturais, ainda assim é possível que a oração cure ou resolva tal problema. Essa crença se relaciona, mesmo que indiretamente, à teologia da prosperidade que, de acordo com o sociólogo Ricardo Mariano, parte do pressuposto de que “só não é próspero financeiramente, saudável e feliz nessa vida quem carece de fé, não cumpre o que diz a Bíblia a respeito das promessas divinas e está envolvido, direta ou indiretamente, com o Diabo” (MARIANO, 2005, p. 157)

Esse “mover sobrenatural” ou “fluir do Espírito”, como são chamadas as experiências místicas, é diretamente relacionado à busca por avivamento. Fazendo referência aos movimentos históricos, esse termo é utilizado repetidas vezes e enfatizado nos discursos triunfalistas, em frases como “Deus está despertando a igreja brasileira para o maior avivamento que já vimos” (DUNAMISMOVEMENT, 11 abr. 2018; 8 mar. 2019).

De acordo com o ensinamento dos líderes do Dunamis, três pontos caracterizam um avivamento: primeiro, um “despertar da igreja” com curas, milagres e eventos sobrenaturais; em seguida, uma grande onda de conversões; e por último, uma transformação social decorrente da ação dos novos fiéis. Essa noção de avivamento está circunscrita a um local geográfico, que pode ser mais localizado, como uma cidade, ou pode se estender a toda uma nação. O caso histórico da rua Azusa, já citado anteriormente, é emblemático e frequentemente citado ou referenciado. No vídeo “Como gerar avivamento sustentável”, um dos líderes do Dunamis enfatiza esses três pontos e reafirma sua convicção de que algo assim está acontecendo no Brasil, com frases como “se prepare para a maior onda de conversões do Brasil”, “o evangelho de Jesus não quer apenas salvar pessoas, mas transformar cidades e nações”, e “como seria o Brasil em 10, 20, 30 anos sem corrupção, sem imoralidade sexual, sem carnaval, sem injustiça, sem violência? Como seria tudo isso? Seria o reino de Deus invadindo a Terra.” (DUNAMISMOVEMENT, 8 mar. 2019, 3’10”).

Prega-se também contra a mentalidade do dualismo entre sagrado e secular, ao explicar que “tudo é sagrado”, na medida em que tudo que um cristão faz (trabalho, estudo) tem um propósito religioso, faz parte de algo maior, o reino de Deus. Assim, o avivamento não é o fim, é o meio pelo qual mais pessoas se converterão e passarão a viver a cultura do reino de Deus, transformando a sociedade em algo mais parecido com o que Deus quer que ela seja. As experiências de êxtase espiritual servem para manter a paixão e a sensibilidade para a presença de Deus, que vão culminar numa reforma social.

Portanto, dentro dessa visão de avivamento, os sinais sobrenaturais e as experiências místicas são uma porta de entrada para o desenvolvimento de uma “cultura do Reino”, o próximo nível de aprofundamento dos cristãos que, com a fé fortalecida, passam a influenciar a sociedade, evangelizar mais pessoas e tornam aquele país um lugar melhor, pois vive de acordo com os valores determinados por Deus.

Assim, o Dunamis reafirma sua ideia de que o maior número de convertidos e membros de igrejas evangélicas, quando organizados e devidamente "guiados pelo Espírito" e pela Bíblia, é capaz de gerar transformação social positiva. Essa ideia se desenvolve a partir do paradigma de envolvimento com a sociedade baseado na guerra cultural (SANTOS, 2021) e alimenta a narrativa política de bem contra mal, que olha para as disputas de poder da política como uma batalha espiritual, na qual existe o lado de Deus, o correto, e o lado das trevas e do Diabo. Nessa perspectiva, também, a "agenda de costumes", baseada em preconceitos conservadores relacionados principalmente à sexualidade, se torna o principal tema em que é preciso que os "verdadeiros cristãos" se posicionem. Essa mentalidade criou o espaço fértil para que o bolsonarismo crescesse e se desenvolvesse no meio do Dunamis e de outros espaços evangélicos.

Assim, o objetivo é construir a cultura do reino de Deus nessa nação terrena para abençoar todo o mundo, até que todos os reinos deste mundo se tornem o reino de Deus, no futuro escatológico após a volta de Cristo. É essa crença que impulsiona e motiva o engajamento político e social do cristão, de acordo com o Dunamis. Por isso, essas doutrinas da importância de “viver o sobrenatural” para “trazer o avivamento” estão diretamente relacionadas com o próximo eixo de ensinamentos do Dunamis, a teologia das sete montanhas.

### **2.2.2 Teologia das sete áreas de influência**

A teologia das sete montanhas (em alguns contextos difundida como a profecia das sete montanhas, ou visão estratégica de sete áreas de influência) é uma interpretação de alguns textos bíblicos que fornece um modelo para o engajamento do cristão para com a cultura e a sociedade ao seu redor. A ideia é que os cristãos devem ser relevantes e influentes nas sete áreas de formação de uma cultura: (1) mídia, (2) governo, (3) educação, (4) negócios e economia, (5) religião, (6) artes e entretenimento e (7) família, para trazer os valores do reino de Deus para esses aspectos da cultura. Tiago de Melo Novais (2021) explica que essa visão teológica compreende que

A tarefa cristã no mundo antes do retorno escatológico de Cristo é a recuperação da criação divina dos efeitos negativos do pecado. Grosso modo, nessa concepção, a recuperação (ou "reconstrução", ou "influência", ou "domínio") ocorre através do esforço cristão. (NOVAIS, 2021, p. 132)

Conta-se que, em 1975, o evangelista Lance Wallnau; o líder da organização paraeclesialística estudantil Campus Crusade for Christ, Bill Bright; e o líder e fundador da YWAM, Loren Cunningham, tiveram a mesma revelação de Deus a respeito dessas sete montanhas, ou sete áreas de influência. Quando compartilharam uns com os outros e perceberam que haviam tido a mesma interpretação dos textos ao mesmo tempo, compreenderam que era uma confirmação de que essa interpretação era, de fato, uma revelação divina (DUNAMISMOVEMENT, 15 ago. 2017, 9'00").

Um dos nomes que também desenvolveu essa ideia é John Enlow, que, inclusive, é um dos professores da Escola Dunamis sobre esse assunto. Enlow é um norte-americano, ferrenho apoiador de Donald Trump, que afirma ter recebido profecias e mensagens divinas confirmando esse apoio (RWW Blog, 2021). Seu livro "A profecia das sete montanhas: desvendando a próxima revolução de Elias", endossado por Lance Wallnau, C. Peter Wagner e Lou Engle (criador do The Call/The Send, que será citado mais adiante), traz interpretações alegóricas e simbólicas de textos dos profetas do Antigo Testamento, das palavras de Jesus nos evangelhos e dos escritos de João no Apocalipse, fazendo diversos símbolos

proféticos convergirem para uma suposta revolução que está para acontecer a partir do Povo de Deus.

O número sete é entendido como simbólico e é relacionado com a passagem de Apocalipse que fala sobre os “sete selos” que o Cordeiro, representando Cristo, era digno de abrir:

E cantavam em alta voz: "Digno é o Cordeiro que foi morto de receber poder, riqueza, sabedoria, força, honra, glória e louvor! (Ap 5.12)

Ao interpretar esse texto baseado em uma revelação pessoal e subjetiva, Enlow explica:

Após pesquisar o significado no grego original destas palavras, tornou-se evidente a mim A Profecia das Sete Montanhas que, o poder fala ao Governo, as riquezas falam à Economia, a sabedoria fala à Educação, a força fala à Família, a honra fala à Religião, e a glória fala à Celebração, e a bênção fala à Mídia. O Cordeiro foi imolado, perfazendo o último sacrifício, nos capacitando a discipular, instruir as nações nestes sete fundamentos da cultura, para que os entregássemos um a um a Ele, cumprindo, portanto Apocalipse 11:15: “ O reino do mundo se tomou de nosso Senhor e do seu Cristo, e ele reinará pelos séculos dos séculos.” Nosso Deus é digno de que todas as áreas da nossa sociedade, de cada povo, venha a estar debaixo de seu governo. (ENLOW, 2008, p. 11)

O objetivo dos cristãos, portanto, para ele, não é apenas discipular ou instruir outros cristãos, mas discipular as nações (Figura 4), exercendo influência e domínio nos pilares da cultura. Essas áreas da cultura devem, em última instância, funcionar “assim na terra como no céu” (RWW Blog, 2013), fazendo referência também à Oração do Senhor (Mateus 6.9-13). Mesmo que uma pessoa seja cristã, individualmente, se ela fizer parte de uma nação que não está cumprindo a vontade de Deus, ela não recebe todas as bênçãos que poderia receber (ENLOW, 2008, p. 55).

Figura 4. Publicação "Discipule as nações"



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CjTe-kBLOSX/?igshid=ZmVmZTY5ZGE=>.

Acesso em: 13 dez. 2022.

Essa influência faz parte de um contexto de batalha espiritual, pois compreende-se que cada uma dessas montanhas está sob um tipo de influência demoníaca, que precisa ser extirpada a partir da presença e atuação dos cristãos nesse contexto. O próprio Deus providenciará oportunidades para que os cristãos liderem as instituições e espaços de poder dessas montanhas, pois o povo de Deus foi chamado para ser “cabeça, e não cauda” (em referência a Deuteronômio 28.13). Enlow continua:

Como estratégia para o final dos tempos, já foi liberado sobre nós o favor do Senhor para “invadir” estas sete montanhas, com o intuito de estabelecê-Lo como soberano das nações. (...) Está surgindo sem precedência à oportunidade [sic] para nos posicionarmos em lugares de influência. (ENLOW, 2008, p. 11)

Os problemas da sociedade atual, nessa perspectiva, começaram a surgir quando a igreja abriu mão de sua vocação para operar milagres, profecias e sinais sobrenaturais, e passou a se preocupar apenas com doutrinas e ensinamentos, de forma racionalista. Portanto, as igrejas que rejeitam essas manifestações estão fadadas a desaparecer.

Com uma clara influência de Enlow em seu próprio entendimento teológico, Téo Hayashi afirma:

Ao longo da existência da Igreja, vemos que, nos momentos em que ela perdeu de vista o quadro maior do Reino invadindo a sociedade, ela abriu um vácuo para a escuridão se instalar. Até hoje travamos uma briga contra essa escuridão, a tal ponto de termos de lutar contra a institucionalização do pecado. Esse padrão é visto em todos os âmbitos da sociedade (...) (HAYASHI, 2018, p. 127)

Enlow também discorre sobre a diferença entre o “Evangelho da Salvação”, ao qual a maioria das igrejas se apegam, que prega sobre a libertação que Deus pode oferecer do pecado, e o “Evangelho do Reino”, que o próprio Jesus pregava e que não diz respeito apenas a algum tipo de salvação emergencial operada por Deus, mas a uma vida de abundância e plenitude, num mundo no qual a vontade de Deus é feita.

Essa ênfase no evangelho do reino também é feita por Peter Wagner, um missionário e teólogo que pregava sobre a teologia do domínio (no caso de Wagner, sem constrangimentos quanto ao uso deste termo). De acordo com Taylor Aguiar (2020), Wagner pregava que:

Deus teria criado o ser humano e lhe concedido o domínio sobre a natureza e tudo o que a compõe, característica esta que teria se perdido após a entrada do pecado no mundo. Depois do sacrifício vicário de Jesus Cristo, este domínio deveria ser recuperado, pois, com a derrota de Satanás, o controle do mundo teria passado definitivamente para o Reino de Deus. Como cidadãos deste Reino, os cristãos deveriam reivindicar a liderança e o domínio da Terra pela

expansão dos princípios que são inerentes ao Reino de Deus (AGUIAR, 2020, p. 159-160)

Essa perspectiva de Reino, de acordo com a reflexão de Aguiar, situa a relação entre o cristão e o “mundo secular”/a “cultura” em um novo paradigma, não mais de isolamento ou fuga, mas de conquista, para que este reflita o domínio do reino de Deus. Nesse imaginário, aspectos como a “nação” e o “povo” brasileiro são fundidos à ideia de reino de Deus e ocorre o intercruzamento entre o sagrado e o secular (AGUIAR, 2020, p.151).

Ainda no livro de Enlow, ele passa a falar, portanto, de uma mudança radical que está por vir, que culminará com o triunfo do plano de Deus e o seu estabelecimento como governante de todas as nações. Na perspectiva escatológica de Enlow, Deus dará o poder para que os próprios cristãos completem essa missão de impor a vontade de Deus na terra, e só então haverá o retorno de Cristo (ENLOW, 2008, p. 31-41).

Essa imposição da vontade de Deus não será, como Enlow esclarece, através de uma teocracia evidente, mas através do uso que os cristãos devem fazer do aparato político já existente:

Qualquer tentativa de estabelecimento de uma teocracia física é mal planejada. O governo pode potencialmente funcionar como uma teocracia virtual, mas somente se os indivíduos que estão no poder se permitirem ser marionetes (servos) da teocracia (as regras e o reino de Deus). O objetivo é trazer uma influência dos céus para relacionar-se com o tipo de máquina política já existente (ENLOW, 2008, p. 82-83).

Portanto, o domínio que os cristãos devem exercer é mais no campo da influência do que da cristianização de instituições. Essa perspectiva das sete áreas de influência faz parte de uma corrente mais ampla e difundida, chamada de dominionismo.

Refere-se a uma suposta agenda da direita fundamentalista cristã que envolveria o soerguimento de uma nação cristã, supremacista e estritamente baseada nas leis da Bíblia a partir da captura das instituições democráticas. (CASARÕES, 2020, p. 11)

A perspectiva de Enlow não é, obviamente, a única que representa a teologia dos sete montes. Fernando Guillen, um pastor da Igreja Batista da Lagoinha (de Belo Horizonte), foi um dos nomes que desenvolveu essas ideias no Brasil. Guillen, que se auto intitulava apóstolo, profeta, reformador e revolucionário, em seu livro “Se7e Montes”, fala a respeito da “visão plena e integral do que é o Reino e do que ele significa”. Guillen, que também faz referência ao livro de Enlow, afirma que a “igreja terá que assumir o seu papel de governo e começar a legislar através dos princípios do Reino Celestial”, e por isso Deus está levantando um novo tempo de uma “reforma apostólica e profética que está transformando a nossa cosmovisão” (GUILLEN, 2009, p. 203).

Outros pregadores, organizações ou igrejas que abraçam essa interpretação podem enfatizar um ou outro ponto, com mais ou menos destaque. Além da influência de Enlow, que é a um preletor frequente nos eventos e cursos do Dunamis, e endossa os livros de Hayashi, Téo também menciona que entrou em contato com essas ideias e desenvolveu-as a partir do seu contato com a YWAM, de figuras como Loren Cunningham e Landa Cope. Cunningham, em um breve artigo, trata da missão de “mudar o mundo para Jesus”, “formar nações para Cristo”, e “pegar de volta essas sete áreas” através da oração e da guerra espiritual. Ele enfatiza o distanciamento da ideia de domínio, ao falar que a influência cristã através do serviço:

Não devemos fazê-lo de forma a dominar outros, mas sendo servos da mesma forma como Jesus o foi. Jesus deseja administrar o mundo através de nós. À medida que seguimos o exemplo de Jesus em nossas esferas de influência, trazemos o seu reino à terra. [...] Há dois reinos – luz e trevas e eles estão em guerra. Precisamos vencer para o reino da luz e o fazemos à medida que nos movemos para dentro de cada uma dessas sete áreas de influência no espírito oposto ao que satanás está trabalhando. Onde ele espalha ódio, nós devemos mostrar amor, onde a ganância prevalece, devemos dar mais do que qualquer outro. Onde a intolerância está ganhando, devemos mostrar lealdade e perdão. (JOCUM BRASIL, 2021)

Ao falar sobre essas crenças, os líderes do Dunamis Movement enfatizam, nos vídeos analisados, a ideia de influência cristã para transformar e reformar as

esferas sociais. As palavras “domínio” e “conquista” também não são realçadas, embora sejam utilizadas às vezes, nem há um destaque claro para a questão escatológica.

Téo Hayashi menciona por diversas vezes que o que a igreja brasileira precisa não é de um crescimento numérico, de mais eventos específicos para evangélicos ou de um evangelismo raso, que converte as pessoas mas não as leva para fazer do país um lugar melhor. Para ele, o que é necessário é um real engajamento dos evangélicos com sua fé, vivendo o poder sobrenatural de Deus (HAYASHI, 2018, p. 87) e influenciando as esferas. Em um vídeo do canal do Dunamis do YouTube, ele se questiona:

60 milhões de evangélicos. Por que o Brasil não muda? Por que não é um país de primeiro mundo? Por que ainda há tanta injustiça social, crise de segurança pública, corrupção? (DUNAMISMOVEMENT, 11 abr. 2018).

Para ele, portanto, o resultado desse engajamento seria um país melhor e mais justo para todos. "É nossa missão ocupar cada nação e esfera da sociedade com a cultura e o Reino de Deus" (HAYASHI, 2018, p. 97), afirma. Para que os cristãos alcancem a influência suficiente para produzir essas consequências, eles precisam sempre dar o seu melhor em tudo que fizerem. Ao fazer seu trabalho com excelência (partindo de um pressuposto meritocrático), o cristão que está envolvido em determinada área será colocado no “topo”, e terá então a chance de “ser luz” e influenciar as pessoas ao seu redor com os valores pregados pela Bíblia. Através da competência e da boa conduta, o cristão receberá influência e oportunidade de ser ouvido.

Há uma percepção, alinhada com as ideias de Enlow, que os problemas sociais enfrentados atualmente se desenvolveram a partir da ausência de participação da igreja. O problema da corrupção política, por exemplo, seria a falta de engajamento de cristãos verdadeiros e genuínos, que buscam os valores da justiça e da equidade. O discurso do vídeo em questão, “As 7 Esferas da Sociedade”, é de que os políticos da bancada evangélica em geral envergonham a

igreja e a usam para seu próprio benefício (DUNAMISMOVEMENT, 15 ago. 2017, 33'00").

A religião e a espiritualidade são vistas como o aspecto mais importante e decisivo, não apenas na vida de cada indivíduo fiel, mas de toda a sociedade. Ou seja, os problemas socioeconômicos, culturais ou políticos são vistos apenas como falta de presença e influência dos verdadeiros cristãos com os princípios bíblicos. Dessa forma, eles seriam solucionados se mais fiéis estivessem dispostos a "levar o reino de Deus" em suas esferas de atuação, com poder, milagres, curas e evangelismo.

Para além do discurso de competência e excelência, não se perde a ideia de que as ações sobrenaturais também fazem parte do papel dos cristãos, pois eles têm autoridade para representar o reino de Deus na terra, e devem viver em cada uma das áreas de acordo com as realidades espirituais desse reino, a "cultura do reino celestial". Em algumas situações, é até dito que a profissão seria "um pretexto para o agir sobrenatural de Deus naquele ambiente" (DUNAMISMOVEMENT, 15 ago. 2017).

Ao performar atos sobrenaturais e milagrosos, portas são abertas para evangelismo e conversão de pessoas ao cristianismo (HAYASHI, 2018, p. 70). O tom triunfalista também está presente nesse discurso, pois há a expectativa de que "ondas do amor e do poder de Deus estão invadindo as esferas da sociedade do Brasil e das nações" (DUNAMISMOVEMENT, 11 abr. 2018).

Um ponto importante é que a igreja é apenas uma dessas sete montanhas. "Somos chamados para expandir o Reino e isso vai além de construção de Igreja" (HAYASHI, 2018, p. 55). Ou seja, a religião em si é uma das áreas que uma pessoa pode se envolver ou que pode desenvolver sua vocação ou trabalho a longo prazo (como pastor, missionário, ou algum cargo desse tipo). Os cristãos fazem parte de uma igreja, mas apenas alguns deles são chamados para trabalhar e se dedicar à vocação propriamente religiosa. Os outros são vocacionados por Deus para viver sua fé "fora das quatro paredes da igreja", em sua área de atuação

(DUNAMISMOVEMENT, 13 jun. 2017), utilizando a linguagem própria daquela área, sem cair nos clichês religiosos ou no “evangeliquês” (DUNAMISMOVEMENT, 15 ago. 2017). Para que haja o “discipulado da nação”, os cristãos devem sair pelo mundo, e não se confinarem dentro dos limites da igreja. De acordo com Loren Cunningham, “Igreja é onde nos alimentamos para que possamos levar o reino de Deus por toda a terra” (JOCUM BRASIL, 2021).

Nesse sentido, segundo a BÍBLIA DUNAMIS (2020), o trabalho de evangelismo e avivamento nas universidades é uma frente estratégica, pois inspira e fortalece a fé dos estudantes, que serão “os próximos líderes influentes das nações”, os futuros profissionais espalhados nas “sete montanhas” e exercendo a influência cristã, e “disciplinando as nações com os valores do reino de Deus”.

Ao olhar para este panorama da história e dos ensinamentos do seu fundador e do próprio ministério, fica clara a raiz das influências norte-americanas. Para além das nomenclaturas em inglês e dos preletores internacionais, o embasamento teológico tem origem tanto nas bases do pentecostalismo clássico (ênfase no batismo com o Espírito Santo, o falar em línguas, as curas sobrenaturais e milagres) quanto nos seus desdobramentos mais recentes (as teologias de domínio), ambos de origem norte-americana.

É importante notar que o pentecostalismo do tipo do Dunamis é uma importação recente. Ou seja, por mais que as denominações pentecostais brasileiras (como a Assembleia de Deus e a Congregação Cristã do Brasil, por exemplo) tenham sido trazidas por missionários norte-americanos no século passado e já estejam estabelecidas no Brasil, o que se tem no Dunamis veio diretamente das versões atuais do pentecostalismo e evangelicalismo dos EUA.

O imaginário pentecostal brasileiro já desenvolvido pela presença anterior de pentecostais constituiu um terreno fértil para receber essas influências. Mas o modo de ser do Dunamis representa algo diferente no cenário religioso, em relação ao pentecostalismo que já se via aqui.

Aliado a isso, a roupagem contemporânea e de classe média alta que o Dunamis apresenta, com sua estética midiática, seus líderes-influenciadores digitais com estilo de vida marcado tanto pelo acesso a bens de consumo quanto pela religiosidade vibrante, fazem com que essa nova versão do pentecostalismo autêntico e antenado tenha grande apelo, principalmente na parcela da juventude evangélica.

### **2.3 The Send Brasil**

O The Send Brasil foi um evento de caráter avivalista que aconteceu no Brasil em fevereiro de 2020, simultaneamente em três estádios em São Paulo e em Brasília. Como uma espécie de culto-festival, o evento teve duração de 12 horas e contou com apresentações, orações e curtos momentos de pregação de cantores, pastores e pregadores de diversas linhas das igrejas evangélicas brasileiras, desde Nívea Soares e Ana Paula Valadão (cantoras gospel de sucesso nos anos 2000) até Priscilla Alcântara e Isadora Pompeo (cantoras jovens, muito presentes nas mídias digitais), de Silas Malafaia (tradição pentecostal) até Hernandez Dias Lopes (tradição presbiteriana/reformada), passando pelos jovens pregadores itinerantes, como Luca Martini e Deive Leonardo, que possuem milhões de seguidores nas mídias digitais, além de vários pregadores internacionais, representantes dos ministérios organizadores, como Todd White (Jesus Lifestyle) e também cantores do ministério Hillsong americano. Também marcou presença em todos os estádios a ministra evangélica Damares Alves, que fez um apelo à causa da adoção e, no evento de Brasília, o presidente Jair Bolsonaro. As breves pregações nos intervalos entre as apresentações musicais enfatizavam temas como a importância da leitura bíblica, da oração, do evangelismo e do envolvimento em questões sociais.

Essa foi a primeira versão do The Send na América Latina, e mobilizou mais de 190 mil pessoas nos locais, além de ter sido transmitido ao vivo (o vídeo da

transmissão continua disponível no canal do Dunamis no YouTube<sup>11</sup> e acumula, até esta data, 3 milhões de visualizações). Mas a história do The Send teve início décadas antes desse ajuntamento em solo brasileiro.

Em 2002, o missionário e evangelista Lou Engle organizou um grande ajuntamento de jovens em Washington DC, para um dia de jejum e oração em favor de um novo avivamento nos EUA. A partir daí, fundou o ministério The Call (“o chamado”), que continuou promovendo encontros em estádios, incentivando a juventude a se “consagrar” e buscar experiências com Deus. Engle considera que esse movimento foi o resultado de uma oração que ele fez nos anos 90, em que perguntou “Como posso levar os EUA de volta para Deus?” (LOU ENGLE, 2019, 0’30”). Além do destaque ao jejum e oração, o The Call, desde o início, apresentou uma ênfase contra o aborto e de incentivo à adoção. Hayashi conta, ao narrar essa história (DUNAMISMOVEMENT, 7 mai. 2019), que vários líderes de grandes igrejas e movimentos missionários posteriores consideram que foi no The Call que receberam o chamado divino para começar seus ministérios.

Após 18 anos, Engle considerou que era a hora de parar de liderar esse evento e passou a se dedicar a outros braços de seus ministérios. Em uma nota oficial em seu site, publicada em 2019 (CONTEND GLOBAL, 24. out 2019), ele afirma que teve uma revelação de que este seria um momento de se dedicar a mentorear e equipar seus “filhos e filhas espirituais”, que dariam continuidade ao seu ministério com ainda mais fervor. Fazendo referência ao profeta bíblico Elias, que passou sua unção em dobro para que Eliseu continuasse o ministério, Engle anuncia então o “fim glorioso” de The Call e quais são os ministérios de seus mentorados que dariam continuidade ao seu legado.

Um deles é o missionário da base de YWAM em Kona, Andy Byrd, que passou a liderar o The Send. Como uma continuidade do The Call, Byrd mudou a ênfase para a mobilização para missões, em duas frentes: nos países ainda não alcançados pelo cristianismo e nos países já cristianizados, mas que precisam

---

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0c6wBmHrVRM>. Acesso em 11 dez. 2022.

aumentar a influência cristã a partir das “sete montanhas”. Téo Hayashi, que já era próximo de Andy Byrd, passou então a participar da liderança desse projeto, que já em 2019 passou a se chamar The Send (“o envio”). O seu símbolo, que antes era uma seta vertical, apontando para a busca de um relacionamento com Deus, passa a ser uma seta horizontal, indicando o chamado para o evangelismo.

A edição de 2019, que aconteceu em Orlando-FL, contou com um bloco de apresentação de cantores brasileiros ligados ao Dunamis: Raphaela Gonçalves, Zoe Lilly (irmã de Téo), Brunão Morada e Priscilla Alcântara. No momento das ministrações brasileiras, o próprio Lou Engle quebrou o protocolo de seguir os horários determinados para cada bloco de apresentações, e estendeu o tempo dos brasileiros, alegando um mover espiritual diferente e profético. A plateia, composta por americanos e pessoas de diferentes países, passou a cantar em português e ter fortes experiências espirituais, e os cantores narram que sentiram que Deus queria fazer algo específico através da nação brasileira.

A equipe do Dunamis anunciou, em uma transmissão ao vivo pelo YouTube, ainda em 2019, que haveria o The Send Brasil em 2020. O discurso foi que essa decisão se baseou na ideia de que havia chegado a hora do Brasil, enquanto nação escolhida, de fazer a diferença espiritual em todo o mundo, e esse impacto durante a apresentação dos brasileiros era um sinal disso. De acordo com eles, outras figuras proféticas, como Cindy Jacobs, também haviam profetizado a respeito do Brasil e de um momento espiritual especial para essa nação.

Eles anunciaram o The Send como o “maior ajuntamento para envio missionário da história da humanidade”, como uma forma de “guerra contra a inatividade”, que despertaria os participantes para fazer a diferença. Na perspectiva deles, esse evento seria o catalisador de um movimento no mundo espiritual, e Deus está “com pressa” para fazer sua obra a partir dessas pessoas (DUNAMISMOVEMENT, 7 mai. 2019).

Segundo essa perspectiva, o Brasil até então não viveu tudo que Deus quer que ele viva, mas agora está entrando num “tempo novo”, numa nova etapa. De

acordo com eles, nos acontecimentos recentes (sem especificar quais acontecimentos) a juventude e a população brasileira estão se posicionando e abraçando para si a vocação que Deus os deu enquanto nação. Na percepção da equipe do Dunamis no vídeo em questão, ao viajar pelo país viram que a geração atual do Brasil está mais “atenada” e se preparando para um avivamento, que depende da unidade entre diferentes igrejas.

Ao anunciar o The Send Brasil, Hayashi traz sua perspectiva no que diz respeito à história das igrejas protestantes no Brasil e à situação atual da igreja brasileira. Para ele, os missionários americanos que vieram para o Brasil no último século já cumpriram seu propósito, e agora é a hora do Brasil levantar suas próprias lideranças e, após um avivamento, também enviar seus missionários para outros países. Para ele, essa é a colheita do que os missionários anteriores plantaram, o The Send representa apenas o começo dessa nova onda de evangelismo, e esse é o momento ideal para haver uma transformação e reforma social no Brasil a partir da ação dos evangélicos, que devem influenciar a cultura. Nessa perspectiva, com uma noção abstrata do país enquanto um sujeito, se o Brasil não “aproveitar essa janela”, em 10 anos Deus irá levantar outra nação para liderar espiritualmente as nações no avivamento e no movimento missionário.

Aqui também, o tom triunfal se manifesta pois, além de haver uma exaltação da importância espiritual do Brasil para as outras nações, o próprio Téo Hayashi explica que é preciso pensar em termos de “década”, “legado”, “geração”, olhando para o todo e se colocando como parte de uma grande história da ação divina no mundo.

Esse discurso aponta para um tipo de “destino manifesto”<sup>12</sup> brasileiro, que entende que o Brasil, enquanto país, tem algum tipo de missão especial de espalhar o evangelho tanto internamente quanto para todo o mundo, trazendo uma

---

<sup>12</sup> Destino Manifesto é o nome que se dá à “percepção de que os Estados Unidos possuem uma missão providencial em defender a liberdade [em todo o mundo]” (MARQUES DOS SANTOS, 2023), que tem fortes raízes na religiosidade protestante norte-americana.

transformação social na medida em que as pessoas se convertem e passam a viver de acordo com os valores do reino de Deus.

Um dos convidados que aparece em outro vídeo de divulgação do The Send, o jovem pastor Victor Azevedo, confirma a ideia do Brasil como a nação escolhida que está vivendo um momento espiritual coletivo específico:

A igreja está sendo colocada por Deus como principal [influência] não só no âmbito da espiritualidade no sentido religioso, mas também na política, na escola... eu creio nisso e temos visto isso acontecer, tem aparecido gente de Deus em diversas áreas da sociedade, é simplesmente uma profecia se cumprindo nos últimos dias. E graças a Deus que isso faz parte de uma forma sobrenatural do Brasil em específico (...) Hoje estamos experimentando o maior derramar do Espírito na história da Igreja (...) desde Atos 2. (DUNAMISMOVEMENT, 25 jun. 2019, 1'35").

Em um outro vídeo de divulgação, Andy Byrd diz que “é tão evidente que Deus está levantando o Brasil como um catalisador nesse momento da história” (DUNAMISMOVEMENT, 25 jun. 2019, 47'14").

Para eles, essa janela de oportunidade que o Brasil vivencia hoje, com mais pessoas propensas à conversão, é resultado de batalhas espirituais e atos proféticos das gerações anteriores de pastores. Novamente, a análise apresentada não leva em conta outros fatores socioeconômicos e culturais que podem resultar no aumento do número de conversões, mas entende que profecias individuais e coletivas estão se cumprindo no Brasil. Esse aumento do número de evangélicos deve, portanto, gerar transformação social, a partir do espaço de evidência que a igreja passa a ocupar. Os crentes devem “estourar a bolha gospel”, pois receberam “a unção de Deus para mudar o mundo” e precisam alcançá-lo com sua influência transformadora.

Essa visão também aponta para a perspectiva política que, embora não seja sempre explicitada, aparece de formas mais ou menos sutis nos discursos. Ao falar sobre a ideia de que “chegou a hora do Brasil”, os representantes do Dunamis explicam que, pela primeira vez, existe uma força unificada do Brasil que não está em defesa de algum candidato ou partido específico ou interessada em poder, mas

que quer avançar politicamente. Segundo o mesmo vídeo, a comunidade internacional está vendo que o Brasil “vai decolar de vez” e o contexto social atual, de convergência de movimentos, transformações na política, aumento numérico da igreja evangélica, era da informação, vulnerabilidades econômicas (que são oportunidade de melhora), indicam que o Brasil está sendo preparado por Deus para viver um avivamento. Eles afirmam explicitamente que as rupturas políticas que o governo Bolsonaro parece representar apontam para alguma transformação política que Deus está operando no país (DUNAMISMOVEMENT, 7 mai. 2019).

No dia do evento, os seguintes eixos temáticos guiaram os blocos de apresentações musicais, orações e pregações: evangelismo em escolas, em universidades, missões transculturais, leitura bíblica e a questão da adoção e da orfandade. A partir de um aplicativo, os participantes poderiam, ao longo do evento, se comprometer com alguma ação relacionada a essas principais causas tratadas pelos pregadores, e posteriormente receberiam mais informações sobre como levar adiante sua preparação para colocar em prática esse compromisso.

Outra coisa notável que ocorreu no dia do evento foi a já citada participação de uma ministra de Estado e do próprio Presidente da República. A ministra Damares Alves, do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos participou, em todos os locais, da parte da programação a respeito de adoção e da reflexão sobre o papel da igreja cristã na questão da orfandade no Brasil. Damares enfatizou o papel que a igreja deve ter na proteção das crianças e adolescentes, e que a adoção é uma das formas de contribuir para com a realidade difícil que algumas crianças enfrentam no país. Segundo a ministra, a igreja cristã que crê que foi adotada por Deus através de Jesus, também deve se propor a adotar; e essa igreja não pode buscar o avivamento para a nação e deixar crianças e adolescentes para trás, sem um lar (DUNAMISMOVEMENT, 8 fev. 2020, 6h27'20").

Já o presidente Jair Bolsonaro falou apenas em Brasília (Figura 5), com o seguinte discurso, na íntegra:

É muito bom estar entre amigos. Melhor ainda quando esses amigos têm paz no coração. Estou aqui porque acredito no Brasil. E nós, nós

estamos aqui porque acreditamos em Deus. O Brasil mudou. Palavras, antes proibidas, começaram a se tornar comuns: Deus, família, pátria. Somos um só povo, uma só raça. Queremos prosperidade, queremos paz, queremos harmonia. Vocês decidiram, vocês foram o ponto de inflexão há dois anos, decidindo mudar o destino do Brasil. Devo a Deus a minha vida por ocasião das eleições. Devo a vocês a missão de dar o norte para o destino do nosso Brasil. O Estado pode ser laico, mas Jair Bolsonaro é cristão. Se eu não sei como estou aqui, algo muito, mas muito importante me conforta: Deus sabe. Nada fazemos se não for por ele. Ninguém esperava, uma pessoa da minha origem, da minha atividade política, conseguir vencer. O verdadeiro mecanismo, mais conhecido como *establishment*. Chegamos lá, mas não basta. Peço mais que sabedoria a Deus todos os dias. Peço coragem pra bem decidir o futuro do nosso Brasil. Sabia que não iria ser fácil. Perseguições teria, ataques e opressões, lutas por poder. Mas sabia, acima de tudo, que teria sempre o povo ao nosso lado. Vocês fizeram a diferença e hoje temos um governo que respeita os valores familiares. Temos um governo que deve lealdade ao seu povo e, acima de tudo, que é temente a Deus. Vamos acreditar no Brasil. Uma andorinha só não faz verão, mas todo verão começa com uma andorinha. O verão de 2018 será cada vez mais forte. Passamos a acreditar nas instituições e na maneira séria e honesta de fazer política. Vocês são responsáveis por isso. E nesse momento, já agradecendo a oportunidade de dirigir a palavra para vocês, eu só tenho uma coisa para concluir: obrigado a vocês e... Brasil acima de tudo, Deus acima de todos. (AVANTE, 10 fev. 2020)

Esse discurso de Bolsonaro, que foi ovacionado pela plateia presente no estádio em Brasília, também foi mencionado no Morumbi, o estádio de São Paulo de onde acontecia a transmissão para o YouTube. Ali, Todd White, pastor e líder do ministério Lifestyle Christianity, anunciou que havia recebido a notícia que o Presidente havia “nascido de novo” (“*born again*”), em referência a uma conversão pessoal ao cristianismo por parte de Bolsonaro. Essa frase foi traduzida no momento pelo intérprete Titus Liu como “o seu presidente acabou de confessar a Jesus Cristo” (DUNAMISMOVEMENT, 8 fev. 2020, 8h04'45"). Essa fala também gerou uma reação animada e comemorações efusivas na plateia em São Paulo, que pareciam compreender que o presidente havia se tornado um evangélico.

Esse curioso (e até cômico) erro de tradução e compreensão demonstra o aparente descolamento do preletor Todd White, norte-americano, do contexto político polarizado do Brasil de 2020. Novamente apontando para a visão simplista de que, se uma figura como a do presidente se convertesse ao cristianismo

evangélico em uma participação em um evento religioso, mudanças significativas para melhor poderiam acontecer no país.

**Figura 5.** Presidente Jair Bolsonaro no The Send Brasil



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qJUzbksmYCA>. Acesso em: 13 dez. 2022.

O discurso do presidente também ressalta essa percepção de que seu governo representou uma ruptura, uma mudança em relação ao "establishment", já que agora as palavras Deus e família não estão mais "proibidas", mas voltaram a ser centrais no país. Isso ressoa o discurso de líderes do Dunamis (DUNAMISMOVEMENT, 7 mai. 2019) de que o governo Bolsonaro é um sinal de que Deus está preparando "um tempo novo" para o Brasil. Além disso, o presidente também destacou a participação dos evangélicos na sua eleição, alimentando o sentimento de que, nessa "nova fase" que Deus tem para a igreja brasileira, ela será responsável por grandes ações, transformações e influências na nação. Logo em seguida a essa fala, o próximo preletor fez uma comparação do presidente com

Moisés, personagem bíblico que guiou o povo de Deus para a libertação da escravidão, e afirmou que, após sua eleição, "pela primeira vez olhamos com muita esperança para o futuro dessa nação" (AVANTE, 10 fev. 2020), indicando não só o apoio político a Bolsonaro mas também um significado profético e espiritual para sua missão como presidente.

Assim, a participação de Bolsonaro (e também de Damares Alves) constitui uma apropriação política de mão dupla do evento: enquanto eles consolidavam seu capital político entre os públicos evangélicos representados ali, os organizadores e participantes do The Send se sentiam honrados e influentes por ter autoridades políticas ao seu lado.

Ao olhar para o The Send como um todo, o triunfalismo continua sendo uma marca. Por causa da magnitude do evento (a mobilização de estrutura necessária, o número de participantes e espectadores, etc), passa-se a ideia de haver sido um marco histórico, que irá começar um movimento que de alguma forma vai mudar o país e o mundo. O fato de ser um evento itinerante, que se propõe a acontecer em diferentes países todo ano, também gera um senso de pertencimento a uma comunidade global que alimenta essa ideia de fazer parte de algo maior.

De qualquer forma, o The Send constituiu um caso sem precedentes de coesão de diferentes setores do evangelicalismo brasileiro, pois trouxe ao mesmo local lideranças de setores muito diferentes desse campo tão dividido. Mesmo embora quase todas as organizações responsáveis pela organização do evento fossem norte-americanas, um grande número de figuras notáveis e celebridades evangélicas brasileiras se fizeram presentes. Isso pode se justificar, além da proposta de impacto espiritual que o evento representou - a ideia de um avivamento, despertar para ação e reforma, mobilização da juventude -, por causa do aparato midiático do Dunamis, que gerou uma importante visibilidade daqueles que participaram.

## 2.4 Um ambiente de crenças retroalimentadas

Para compreender esse movimento religioso, como qualquer outro, é preciso fazer o exercício metodológico de olhar para a realidade a partir dos pressupostos e da lógica interna de sua visão de mundo.

Quando olhamos para o Dunamis Movement, o que vemos é uma comunidade inteira, formada tanto pelos eventos presenciais quanto pela produção de conteúdo nas mídias digitais, que baseia seu estilo de vida e seus objetivos ministeriais nas doutrinas pentecostais dos dons espirituais e na ideia de transformação social a partir da influência cristã na cultura.

Nesse ambiente, fala-se com naturalidade de milagres, curas, momentos de êxtase e todo tipo de manifestação sobrenatural. Um tipo de escatologia triunfalista também faz parte dos pressupostos gerais, de forma que todos crêem que seus projetos fazem parte de algo muito maior, uma obra de Deus, sua ação na história que irá culminar na instauração completa do reino de Deus futuramente.

Joe Creech (1996), ao se referir à cobertura jornalística dos acontecimentos da Rua Azusa, menciona essa naturalização dos milagres e essa forma de ver o mundo imanente como constantemente afetado pelo transcendente:

O mundo deles era constantemente visitado por atividades sobrenaturais — eles percebiam até mesmo os eventos mais mundanos como intervenção divina, julgamento ou bênção. Além disso, eles esperavam que, a qualquer momento, Deus instigaria um reavivamento mundial sinalizando o breve retorno de Cristo (CREECH, 1996, p. 407, tradução nossa).

Esse é também o mundo do Dunamis, um mundo no qual Deus está em plena ação, e seus seguidores são incluídos em seus grandiosos planos na medida em que se deixam usar e em que se tornam um representante de seus poderes na terra.

Ao falar sobre o fundamentalismo<sup>13</sup> Breno Martins Campos (2018) ressalta uma característica importante: “Estar com a verdade e cercado por muitos que concordam com isso, convenhamos, é uma espécie de proteção em rede ou em cadeia” (CAMPOS, 2018, p. 370). No caso do Dunamis, essa característica é percebida pelo fato de o ministério ser composto e cercado de pessoas que pensam da mesma forma, ou passam a pensar, impactadas pelo senso de pertencimento comunitário, triunfalismo e estilo de vida marcado pelo consumo e pela estética jovem e antenada com a moda, e também pelos atos milagrosos e místicos.

Em termos estéticos, tanto nas mídias digitais quanto nos eventos presenciais, o Dunamis acompanha as tendências e tecnologias da juventude de classe média alta, com muitas influências norte-americanas. O que também é importado de lá é a ênfase conservadora na moral e de leitura literalista da Bíblia, acompanhando os movimentos pentecostais.

Assim, cria-se redes em torno de um pensamento único, “mais do mesmo”, em que o contraditório não tem lugar, e não há intercâmbio com outras áreas do conhecimento ou da vida social (a presença dos Pockets na vida universitária, por exemplo, se dá apenas pela via da apologia e do convencimento para conversão, sem diálogo de ideias num contexto de pluralismo). Mesmo que tenha havido um ambiente de aparente diálogo, pelo menos dentro do campo evangélico, durante o evento The Send, pela variedade de representantes, as ideias apresentadas ficaram em um nível raso, de concordância aparente, sem entrar no mérito das diferenças.

Por isso, um ambiente de unanimidade gera um ciclo de retroalimentação das mesmas crenças que, por serem cultivadas desde a adolescência e juventude, tornam difícil o olhar para a vida, a fé, a cultura e as relações sociais por fora desses paradigmas.

---

<sup>13</sup> Embora esse termo tenha adquirido uma polissemia pejorativa em seu uso popular nos últimos anos, ele é entendido aqui como fazendo referência aos movimentos de reação à modernidade dentro do protestantismo dos EUA do fim do século XIX e início do século XX e seus descendentes diretos.

### **3 MEDIATIZAÇÃO, CELEBRIDADES E INFLUENCIADORES DIGITAIS: NOVAS DINÂMICAS NO CAMPO RELIGIOSO**

A modernidade trouxe transformações estruturais na relação do campo religioso com a sociedade. Algumas dessas transformações perpassam o papel dos meios de comunicação e a relação da religião e da fé com os códigos e linguagens das mídias. Neste capítulo, olharemos para o processo de mediatização da religião, e como ele fomenta a constituição de celebridades midiáticas religiosas e influenciadores digitais, apontando também para como esse processo se dá no contexto do Dunamis Movement.

#### **3.1 Campo religioso: concorrência, mediatização e consumo**

A secularização, conforme o sociólogo Antônio Carlos Pierucci (1998) explica sobre a teoria de Max Weber, é parte do processo social de diferenciação das esferas culturais-institucionais. Esse processo se dá a partir das sociedades modernas de matriz puritana (principalmente na Europa e América do Norte).

Weber também apresenta a ideia de desencantamento do mundo, que é um processo religioso de racionalização e eliminação da magia, reduzindo a experiência religiosa a uma ética. O desencantamento do mundo tem uma relação direta com a secularização, que é entendida em termos de perda para a religião e emancipação em relação a ela. Então, a religião deixa de ser um ator privilegiado no espaço público e há um deslocamento dela para questões de foro privado.

Desde então, esse conceito tem sido desenvolvido, criticado e revisado e é um termo em disputa. Enquanto autores, como Pierucci (1997), reforçam que a religião perdeu, sim, sua relevância pública na modernidade, mesmo que se possa identificar crescimento de diferentes igrejas e movimentos religiosos, outros autores, como Jorge Botelho Muniz (2017), ressaltam as falácias dessa teoria e concluem que, ainda que usemos esse conceito, é preciso ter cautela com modelos que

pretendem ser universais e levar em conta as modernidades múltiplas e as variações regionais desses processos de transformação do campo religioso.

Este trabalho, que não se propõe a aprofundar neste extenso debate sobre as nuances da secularização, parte do pressuposto do desencantamento do mundo na modernidade, e entende a secularização, conforme define Luís Mauro Sá Martino (2017), como o "processo pelo qual a religião e os assuntos a ela ligados foram perdendo sua prerrogativa de definir o universo de representações simbólicas e práticas no contexto social" (MARTINO, 2017, p. 101).

Portanto, desde o início da modernidade, com os desdobramentos da Reforma Protestante no século XVI, houve o declínio da influência hegemônica do cristianismo católico na esfera pública, e outros processos (também associados à modernidade, como a industrialização e a urbanização) proliferaram novas formas de crenças, movimentos religiosos e de espiritualidade diversos, assim como o aumento de pessoas que não professam nenhuma crença religiosa ou não se filiam a alguma instituição dessa natureza.

A descrença passa a ser uma possibilidade, assim como diversos tipos de crenças. Danièle Hervieu-Léger (2005) descreve as dinâmicas de trânsito religioso (observadas no contexto francês, mas que também encontram ressonância em outros espaços), nas quais a decisão sobre a crença religiosa é autônoma, individual e do âmbito privado, baseada na identificação pessoal. A associação com instituições religiosas pode ser temporária, baseada em grandes eventos, e forma-se assim uma religião *a la carte*, combinando diferentes crenças de várias fontes, num movimento de bricolagem de crenças.

Nesse contexto de trânsito religioso e possibilidade de crenças e descrenças variadas, o campo religioso fica em uma situação de competição e concorrência. A religião se encontra fragmentada e em um cenário fértil para novos movimentos religiosos. Por isso, as instituições religiosas se veem em disputa e precisam competir entre si para alcançar a atenção e a adesão de fiéis e assegurar sua própria sobrevivência.

Nessa disputa, é importante o que o sociólogo francês Pierre Bourdieu chama de capital simbólico. O autor destaca que nas instituições de um campo, o capital simbólico é o poder de atribuir significados e criar grupos que se organizam em torno desses sentidos:

O capital simbólico é um crédito, é o poder atribuído àqueles que obtiveram reconhecimento suficiente para ter condição de impor o reconhecimento: assim, o poder de constituição, poder de fazer um novo grupo, através da mobilização, ou de fazer existir por procuração, falando por ele enquanto porta-voz autorizado, só pode ser obtido ao término de um longo processo de institucionalização, ao término do qual é instituído um mandatário, que recebe do grupo o poder de fazer o grupo. (BOURDIEU, 2004, p. 166)

O autor continua: "O poder simbólico é um poder de fazer coisas com palavras [...] é um poder de consagração ou de revelação, um poder de consagrar ou de revelar coisas que já existem." (BOURDIEU, 2004, p. 167)

As instituições religiosas, portanto, se tornam agentes de produção de sentido, produtoras de capital simbólico e sentimento comunitário. Como afirma Martino (2003), "a religião contribui para a imposição dos princípios de estruturação da percepção e do pensamento do mundo" (MARTINO, 2003, p. 45) e assim, com seus bens e serviços religiosos, produz capital simbólico.

E no âmbito do campo religioso no contexto secularizado e plural, que possui diversos tipos de organizações religiosas, esse capital se torna a moeda de troca e de concorrência entre as diversas igrejas, organizações paraeclesiais, editoras, gravadoras e outras organizações religiosas que fornecem sentido para a vida do fiel.

Assim, na concorrência do mercado de bens simbólicos, persistem os que produzem melhor os bens de salvação e serviços religiosos, e que ofertam de acordo com as demandas. E quanto mais pluralidade de instituições, mais "a qualidade simbólica dos bens oferecidos exige estratégias particulares de convencimento cada vez mais complexas para dar conta de todo o contexto de ofertas" (MARTINO, 2003, p. 135).

Para que uma instituição religiosa exista, portanto, é preciso que ela se adapte ao contexto social e encontre uma maneira de manter suas estruturas já existentes (MARTINO, 2003, p. 19). As instituições e movimentos religiosos que continuam existindo, crescendo e obtendo influência pública, mesmo no contexto de secularização, são aquelas que se adaptam ao mundo moderno e mudam seu próprio *modus operandi*, ajustando sua produção simbólica.

Esse processo toma novas formas também quando há o surgimento de uma nova instituição ou movimento religioso. Conforme afirma Antônio Gouvêa Mendonça, como nenhum deles surge em um campo desocupado, sempre aparecem em um contexto de mercado religioso já em disputa, toda nova religião surge com sua estrutura de bens simbólicos para disputar o mercado, e isso desencadeia arranjos e rearranjos internos, inclusive na religião hegemônica (MENDONÇA, 2002, p. 35-36).

Assim, como afirma Martino (2003), "cada instituição é partícipe de um universo social mais amplo de luta pelo monopólio tendencial da produção e difusão dos bens materiais" (MARTINO, 2003, p. 45). E nessa batalha simbólica, os meios de comunicação<sup>14</sup> se tornam essenciais para as instituições religiosas, enquanto produtoras e mantenedoras de capital religioso-simbólico.

A religião por si só já é uma instância de mediação, pois media a relação entre o ser humano e o divino, o sagrado. Principalmente no caso das religiões de revelação, há a ênfase comunicativa na mensagem de uma crença a ser transmitida, espalhada e abraçada. Na perspectiva dessas religiões, Deus se comunica com os

---

<sup>14</sup> Em algumas perspectivas teóricas, a palavra mídia pode ter um sentido mais amplo, como se referindo, por exemplo, à fala ou ao corpo. Neste trabalho, no entanto, a palavra mídia se refere aos meios técnicos de comunicação, como a imprensa, o rádio, a TV e os meios digitais, de forma que o termo "meios de comunicação" é utilizado como sinônimo e de forma intercambiável.

seres humanos através da revelação, e isso se transforma em uma mensagem que deve ser comunicada a outros. Por isso, o processo comunicativo faz parte dos pressupostos da religião.

Martino (2012) aponta, também, que o próprio campo semântico dos termos "comunicação" e "religião" remete a conceitos parecidos, que dão ideia de colocar em relação termos previamente desligados (MARTINO, 2012, p. 113). E a religião cristã, que pelo menos no ocidente sempre esteve vinculada aos ambientes midiáticos de cada época, desde a transmissão oral de ensinamentos na praça pública, se encontra aberta para incorporar novas formas de comunicação.

A mídia, por sua vez, possui um duplo efeito de determinação: ao mesmo tempo que é produto de uma realidade, ela também produz novas realidades (MARTINO, 2003, p. 183). É uma instância produtora de sentido, que media a relação com o real e constrói imaginários e enquadramentos na forma de ver o mundo. José Luiz Braga (2007) considera que a midiatização está se tornando o processo interacional de referência, pois a mídia passa a dar os termos de uma sistemática social.

A mídia estrutura práticas cotidianas e estabelece realidades sociais. Assim, a religião é constituída pela mídia pois é um conjunto simbólico que precisa ser compartilhado e assimilado para continuar existindo. Como afirma Bourdieu:

[para compreender a religião é preciso] observar, portanto, os produtores da mensagem religiosa, os interesses específicos que a animam, as estratégias, como a excomunhão, que empregam na luta (BOURDIEU, 1997, citado por MARTINO, 2003, p. 14)

Entretanto, por mais que afirmemos que um novo tipo de religiosidade se desenvolve através da apropriação de tecnologias midiáticas, procuramos entender os processos sociais no contexto das relações humanas, sem cair em um midiacentrismo. Não se trata de uma consequência da existência de determinados meios de comunicação em si, mas da forma como as pessoas criam, desenvolvem e utilizam essas mídias, em relação com outras pessoas e instituições. As mídias têm

essa atribuição de produtora de sentido justamente por causa das pessoas que as desenvolvem e utilizam.

Para compreender melhor as dinâmicas do mercado de bens religiosos, que se tornou disputado e concorrido devido à pluralidade de crenças proporcionada pela secularização do mundo moderno, é preciso voltar o olhar para a relação da religião com as mídias.

No contexto atual, os meios de comunicação se tornam mais do que ferramentas a serem utilizadas por instituições e atores religiosos para aumentar o alcance de suas mensagens. As mídias se tornam elementos constitutivos das práticas e crenças religiosas. É através da produção de bens simbólicos, que perpassa as mídias, que as instituições e atores religiosos asseguram seu capital religioso, sua permanência e poder simbólico. Portanto, a partir de Luís Mauro Sá Martino, se dá o nome de midiatização da religião aos processos nos quais as mídias passam a constituir os modos de crer e a mediar a experiência religiosa (MARTINO, 2016).

Em meio ao processo de secularização da sociedade, também acontece um aumento cada vez mais expressivo da visibilidade midiática de instituições, discursos e movimentos religiosos, inclusive em discussões públicas e políticas. Essa característica aponta para o fato de que a secularização não é um processo linear, simplista, e que dirigir o olhar para a relação entre mídias e religião é um caminho para compreender suas complexidades. Martino (2012) aponta que as instituições religiosas que têm estratégias deliberadas de articulação da cultura da mídia são as que também têm mais interferência em questões de relevância pública e participação direta no campo político.

Adicionando mais uma camada de fatores que fazem diferença na visibilidade e presença pública da religião, nas últimas décadas experimentamos o surgimento de novos meios de comunicação em massa que, submetidos também às lógicas de mercado, têm suas formas próprias de funcionamento e produção. Se instituições religiosas já vinham se constituindo nos ambientes midiáticos do rádio e da TV

desde os anos 1940<sup>15</sup>, agora sites, mídias sociais, canais de vídeo e outras plataformas digitais também fazem parte do ecossistema simbólico de igrejas e outros movimentos religiosos.

Ao serem apropriados pela religião, todos esses meios de comunicação impuseram certas configurações próprias do mundo do entretenimento e do mercado, que foram absorvidos também pela religião. Assim, os bens simbólicos religiosos passaram a ser produzidos e difundidos de forma atrelada a essas lógicas: daí surgiram as missas-show, os pastores e cantores celebridades, a cultura gospel, os cultos-programas de TV, transmissões online de rituais religiosos, influenciadores digitais cristãos etc.

Através da religião midiaticizada, o público busca o conforto ético-moral que a religião pode oferecer, mas em uma roupagem de "adequação dessa mensagem às suas referências e mediações cognitivas" (MARTINO, 2012, p. 120). As linguagens e modelos se assemelham aos dos programas de auditório, novelas, shows e outros produtos de entretenimento, mas integrados com o discurso religioso.

As igrejas e instituições religiosas utilizam os meios de comunicação não apenas como estratégia de proselitismo e difusão de uma mensagem para públicos externos, mas para estabelecer complexas redes de construção de sentido também para o público interno, ou seja, os fiéis que já fazem parte ou acompanham tal instituição. Através da presença midiática, as igrejas e líderes religiosos criam imaginários e alimentam identidades, em um entrelaçamento do uso de diversos meios de comunicação e discursos. Num contexto em que a atenção das pessoas é disputada pelo excesso de informações e estímulos nos meios eletrônicos e digitais, igrejas e personalidades religiosas competem pela atenção dos públicos nos ambientes midiáticos.

---

<sup>15</sup> Martino (2012, p. 228 a 231), ao falar da midiaticização da religião em perspectiva histórica, menciona os principais autores que pesquisaram sobre os televangelistas norte-americanos e brasileiros e outros casos de absorção de lógicas midiáticas por igrejas e religiosos a partir dos anos 1940.

Os fiéis, por sua vez, em meio a todas essas fontes de conteúdo, constroem sua crença de forma fluida, somando diferentes influências, tradições, movimentos e atribuindo sua própria interpretação, fazendo uma bricolagem a partir de suas inclinações pessoais. Segundo Eliane Gouveia e Luís Martino (2008),

o ciberespaço se configurou como o espaço de fragmentação da identidade religiosa, ao qual pode-se juntar as peças estabelecendo uma nova interpretação para as diferentes simbologias ressignificadas em determinados contextos. (GOUVEIA, MARTINO, 2008, p. 12)

Essa dinâmica também reconfigura a questão da autoridade religiosa, já que personalidades que se constituem como celebridades midiáticas ou influenciadores digitais são vistas como referência em termos de crença, teologia e prática religiosa, mesmo não tendo nenhum cargo institucional definido.

Dessa forma, conforme afirmam Mihaela-Alexandra Tudor e Agnos Milian Herteliu (2017), criam-se redes religiosas que comunicam sobre a fé sem necessariamente haver uma vinculação institucional com compromissos, tanto da parte dos fiéis para com as instituições, quanto vice versa. A integração dos públicos com as instituições é personalizada e pode atingir diferentes níveis, dependendo da inclinação pessoal de cada um. Assim, a experiência religiosa se dá num lugar simbólico, sem fronteiras ou materialidade definidas.

Essa apropriação de discursos religiosos na mídia sem uma vinculação institucional acontece com igrejas, mas é ainda mais evidente em movimentos paraeclesiais, como o Dunamis Movement. Essas organizações, geralmente, não funcionam com sistema organizacional de membresia ou cultos públicos, e algumas também não possuem locais de reunião fixos.

Por isso, quando elas estão presentes nas mídias e atraem "seguidores" e públicos influenciados por seus conteúdos, torna-se ainda mais fácil manter uma relação distante. Os movimentos paraeclesiais, principalmente no contexto de religião midiática, podem mobilizar e fazer parte da formação religiosa de diversas pessoas, contando com seu engajamento e audiência, assim como a presença em grandes eventos esporádicos, mas não precisam arcar com o envolvimento que a

proximidade institucional poderia proporcionar, como o cuidado pastoral pessoal, resolução de conflitos e apoio comunitário.

Dessa forma, as instituições religiosas que sobrevivem e estão adequadas ao contexto moderno, secularizado e midiático são aquelas que conseguem ajustar sua configuração simbólica e realizar rearranjos internos, mantendo elementos de suas estruturas internas. Como afirma Martino (2017), "a presença da religião na sociedade contemporânea derivaria, ao contrário, exatamente de sua precisa adequação às demandas da modernidade" (MARTINO, 2017, p. 102)

Assim, a crença e a prática religiosa das pessoas perpassa as mesmas plataformas, formatos e referências de outros tipos de conteúdos e experiências que fazem parte de sua vida, como o entretenimento, o jornalismo e a publicidade. Fica, então, difícil diferenciar as fronteiras entre essas dimensões. Existem humoristas gospel, novelas bíblicas, campanhas publicitárias de movimentos religiosos e redes inteiras de comunicação vinculadas a igrejas.

Nesse contexto, doutrinas e crenças se misturam com marketing e consumo, e assim como o mercado é regido por demanda dos consumidores, os discursos religiosos também se adaptam às necessidades dos públicos. Ao mesmo tempo em que a religião se apropria das lógicas das mídias, ambas integram também as lógicas do mercado e do consumo.

No caso dos evangélicos no Brasil, a integração da religião com a mídia e o consumo é claramente percebida na chamada cultura gospel, descrita e analisada por Magali do Nascimento Cunha (2007) e que será explorada mais à frente neste capítulo. A partir do final do século XX, uma série de cantores, bandas e ministérios de louvor aqueceu o mercado fonográfico evangélico, e a partir disso surgiu uma série de eventos, roupas, livros e outros produtos segmentados para o nicho de consumidores evangélicos.

Como também descrevem Jacqueline Dolghe e Breno Martins Campos (2010), o fenômeno gospel inclui valores seculares, litúrgicos e de mercado. Na busca por sentido na modernidade, o espetáculo se tornou uma mercadoria de

consumo, a religião passou a ser um espetáculo a ser consumido e a música e o sacerdote, elementos estéticos das liturgias, passam a ser formas de mercadoria e espetáculo. No universo evangélico brasileiro, a associação à crença religiosa é quase indissociável do consumo de produtos e experiências de cunho religioso. Assim, as fronteiras entre mídia, entretenimento e consumo ficam cada vez mais difíceis de se definir.

O Dunamis Movement, objeto de estudo deste trabalho, se mostra como uma instituição religiosa que surgiu em 2008, como uma oferta de bens simbólicos para os quais havia demanda no mercado religioso brasileiro. O uso primoroso que faz de mídias digitais, design, técnicas de marketing e outras lógicas de entretenimento aponta para a absorção de formas seculares, enquanto mantém sua estrutura interna de sustentar o conservadorismo teológico (do pentecostalismo clássico) e político.

Uma das formas que essas lógicas midiáticas se apropriam é o fato de que algumas figuras da liderança do Dunamis, muito presentes em seus perfis pessoais de mídias digitais, se comportam como influenciadores digitais. Através da própria imagem e dos discursos construídos nas postagens, sua vida e a sua religiosidade são expostas e se tornam também referência e fonte de sentido para os fiéis ou seguidores.

### **3.2 Celebidades e influenciadores digitais**

O comportamento digital dos líderes do Dunamis se assemelha muito ao que se tem denominado, desde 2015, de influenciadores digitais (tradução do termo que foi cunhado em inglês, *digital influencers*). Esse é um fenômeno recente, que vem sendo observado e explicado por acadêmicos de comunicação social (como a professora da USP Issaaf Karhawi) e por agências e departamentos de marketing de empresas. Nos últimos anos, observou-se um *boom* de novas pessoas influentes se

destacando entre os usuários comuns nas plataformas digitais, produzindo conteúdo sobre si ou temas de nicho nas mídias sociais e influenciando milhões de pessoas.

Por se tratar de um fenômeno que está em desenvolvimento acelerado atualmente, é um desafio definir adequadamente o que são influenciadores digitais e apontar as diferenças e aproximações com o conceito de celebridades midiáticas (o qual já vem sendo estudado há mais tempo pelos acadêmicos). Tentaremos, aqui, descrever características do fenômeno das celebridades, associado às mídias de massa que surgiram ao longo do século XX e, em seguida, desenvolver o conceito mais recente de influenciadores digitais, associado ao surgimento da internet.

É importante destacar, de início, que esses conceitos se imbricam, na medida em que figuras famosas transitam entre diversas mídias e constroem sua relação com os públicos através de linguagens e interações diferentes. Assim, uma celebridade que surgiu no contexto da televisão, por exemplo, pode também assumir práticas de influenciadores digitais, ao mesmo tempo em que um influenciador que se tornou famoso produzindo conteúdo para o YouTube ou Instagram pode atuar em um filme ou participar de um programa de TV.

Por acreditarmos que muitas das características atribuídas às celebridades e abordadas a seguir, como as dinâmicas de visibilidade, identificação e projeção dos públicos e ressonância de valores, também se aplicam à construção de um influenciador digital, iremos operacionalizar os dois conceitos (tanto de celebridades quanto de influenciadores digitais) para tratar os objetos desta pesquisa, a saber, Téo e Junia Hayashi, Henrique Krigner e Raphaela Gonçalves, associados ao Dunamis Movement. Entretanto, em termos de surgimento e alcance midiático, consideramos que a ideia de influenciador digital está mais próxima do que é observado nos perfis desses líderes do Dunamis, pois eles surgiram publicamente já no contexto da internet e fazem uso das lógicas das mídias digitais.

Ao longo da história, existiram figuras célebres, pessoas reverenciadas e conhecidas em uma comunidade devido a algum feito impressionante ou qualidade de personalidade. Leo Braudy e Georges Minois, citados por Vera França e Paula

Simões (2019, p. 3), fazem reflexões históricas sobre o fenômeno das celebridades e o associam a figuras como Alexandre, o Grande, na Antiguidade, os santos na Idade Média e artistas, escritores e intelectuais no Renascimento.

Desde o surgimento das formas de comunicação em massa, entretanto, o cenário midiático se alterou e, com ele, também alteraram-se as celebridades. Assim, surgiram as celebridades midiáticas, associadas principalmente ao mercado de entretenimento, como cinema, TV, música e esporte. Essas figuras, que se constituem através da visibilidade midiática, aglutinam grande número de pessoas ao redor de sua imagem. De admiradores moderados até os fãs mais apaixonados, os públicos se entretêm não apenas com o produto artístico, esportivo ou de outra natureza que a celebridade entregue, mas com sua própria imagem e acontecimentos da vida pessoal.

França e Simões (2014) associam o fenômeno das celebridades ao processo de midiaticização da sociedade. Em meio a uma experiência fragmentada e desenraizada, e em um fluxo de informações que deixa os sujeitos atordoados, típico das sociedades com alto grau de midiaticização, as celebridades funcionam como figuras de referência, pontos de convergência de sentido para grupos de pessoas. Ainda de acordo com as autoras,

A identificação com as celebridades pode conceder um lugar de acolhimento aos indivíduos nesse cenário móvel, marcado pela fragmentação. Ao se projetarem nas trajetórias de vida célebres e se posicionarem em relação a elas, os sujeitos manifestam o desejo de endossar certos valores que consideram importantes em sua própria vida, ao mesmo tempo em que podem rejeitar outros. (FRANÇA, SIMÕES, 2014, p. 1078)

Assim, pessoas se aglutinam em torno de figuras com visibilidade midiática e formam comunidades. A relação entre os públicos e as celebridades se dá tanto pela projeção, quando as pessoas desejam ser e ter acesso à vida daquela celebridade por algum motivo (seja beleza, reconhecimento, dinheiro, talento, etc), quanto pela identificação, na medida em que as pessoas se veem naquela imagem da

celebridade, se identificam em alguma característica ou percebem-nos como uma versão possível de si, com os mesmos valores.

No que diz respeito ao surgimento de uma celebridade, ou a constituição de uma celebridade como tal, não é suficiente olhar apenas para a dimensão dos dispositivos midiáticos que possibilitam a visibilidade, ou apenas para o carisma, talento ou alguma característica da pessoa que se torna célebre. Para compreender esse fenômeno em sua complexidade, adotamos uma abordagem relacional, que entende que as celebridades se constituem através das relações entre as próprias celebridades, os dispositivos midiáticos, os públicos e o contexto social em que estão inseridos (SIMÕES, 2013, p. 114).

As celebridades, portanto, estão vinculadas tanto à presença e circulação midiática quanto ao quadro de valores da sociedade em que estão inseridas (FRANÇA, 2014). Elas são referências tanto de virtudes como de vícios (PIMENTEL, 2005) e encarnam convicções e padrões que encontram ressonância nos públicos. Em uma relação de reflexividade, as celebridades ecoam os valores do público e da sociedade em que se inscrevem, ao mesmo tempo em que reforçam esses valores. Como afirma Simões (2009), "os significados construídos nos dispositivos midiáticos sobre os famosos retornam para vida social, irrigando o universo simbólico que a constitui".

Assim, uma celebridade é uma pessoa que reuniu em sua figura não apenas algum talento, carisma<sup>16</sup> e visibilidade midiática, mas também uma atribuição de valor segundo o que é considerado válido naquela cultura e o contexto social em que se insere.

O fenômeno das celebridades também desloca as categorias de público e privado, devido ao constante interesse da audiência, principalmente dos fãs, nos acontecimentos da vida pessoal dos artistas ou outras pessoas famosas. Algumas

---

<sup>16</sup> SIMÕES (2013) e KARHAWI (2020) se utilizam da categoria de carisma, como descrita tanto por Max Weber quanto por Clifford Geertz, para tratar das características apresentadas pelas próprias pessoas que se tornam celebridades. Porém, como as próprias autoras salientam, essa categoria por si só não explica todo o fenômeno, sendo necessário olhar para o contexto social geral.

delas que surgiram atreladas à indústria da música, do cinema, da televisão ou do esporte ainda conseguem manter certo distanciamento entre o que é parte do seu trabalho, de âmbito público — o produto em si (filme, programa de TV, etc), as entrevistas e participações públicas que fazem parte da divulgação dos produtos, as campanhas publicitárias — do que é de foro íntimo, como seus relacionamentos, rotinas familiares, etc. Mesmo os que tentam agir dessa forma encontram dificuldade no assédio dos jornalistas e fotógrafos de colunas sociais e tabloides de fofocas, além dos fãs.

Entretanto, para aquelas pessoas que se tornaram famosas e célebres já na era da internet e das mídias digitais, ou para os anteriores que se submeteram a essas novas lógicas do digital, a relação entre o que é privado e o que é público toma ainda outros contornos. No universo da internet e dos algoritmos das mídias digitais, a lógica é a da visibilidade ao máximo.

O advento da internet e das formas de sociabilidade nas mídias digitais também trouxe o cotidiano de pessoas comuns, que não eram necessariamente artistas das mídias de massa, para a visibilidade pública e a conquista de audiência.

As práticas dos influenciadores digitais surgiram no contexto contemporâneo de extrema visibilidade. Conforme Paula Sibilia (2008) e Issaaf Karhawi (2020), que se baseiam na obra "A sociedade do espetáculo", de Guy Debord (escrita originalmente em 1967) destacam, no contexto atual da sociedade do espetáculo e da moral da visibilidade, que é potencializado pelo digital, "se ninguém vê uma coisa, é provável que ela não exista" (SIBILIA, 2008, p. 111-112).

Nas palavras do próprio Debord,

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação (DEBORD, 1997, p. 13).

A leitura quase profética de Debord encontra muita ressonância no contexto social em que vivemos hoje. Essa já era uma realidade social antes do surgimento dos meios de comunicação digitais, que deu origem e foi potencializada por eles.

Portanto, há duas maneiras de exibição: uma inerente ao social e outra facilitada pelos meios. Se tudo era mediado pelas imagens, agora as imagens também são mediadas pela mídia. É o espetáculo midiático. (KARHAWI, 2015, p. 10)

Na sociedade da visibilidade e do espetáculo, há uma "simultaneidade desespacializada" (KARHAWI, 2020, p. 43), pois as amarras do tempo e do espaço são diluídas. As pessoas se mostram e têm acesso constante ao que é publicado em qualquer lugar do mundo com acesso à rede, elas se tornam responsáveis pela própria visibilidade e até a intimidade passa a ser mediada (KARHAWI, 2015, p. 9). Essa forma de construir a própria subjetividade e singularidade através da exposição midiática é uma marca do nosso tempo: quanto mais a vida é vista, mais ela se parece com uma trajetória de sucesso e mais o sujeito se encaixa na sociedade (KARHAWI, 2015, p. 14).

Nesse contexto de super exposição e diluição das fronteiras entre público e privado, surgem os influenciadores digitais, uma nova forma de se adquirir visibilidade e poder de influência através das mídias digitais, que também tomou formas de uma nova profissão.

Uma característica dos influenciadores digitais são os formatos narrativos múltiplos. Para ser realmente visto e lembrado (e, assim, capitalizar essa visibilidade) é preciso estar presente em diferentes plataformas (KARHAWI, 2020, p. 13), construindo uma narrativa de si em diversos meios e linguagens. Ao longo da construção da percepção das personalidades que surgem na internet, elas já foram chamadas de diversos nomes, referentes às plataformas em que atuavam: blogueiros, vlogueiros, youtubers, instagrammers, streamers, twitteiros, etc. A consolidação do termo influenciador digital se deu quando a presença dessas pessoas passou a ser multiplataforma e integrada, e surgiu a necessidade de uma nomenclatura que desse conta de todas elas.

Karhawi (2020) se debruça sobre essa nova forma de trabalho em uma de suas gêneses, através da transformação de blogueiras, que escreviam sobre temas de seu interesse como hobby para compartilhar conhecimento e criar comunidade,

em influenciadoras, que passaram por um processo de profissionalização das práticas, que se mostraram rentáveis.

De qualquer forma, temos hoje essa nova forma de trabalho e de se constituir enquanto sujeito na sociedade. Pessoas comuns se tornaram famosas e passaram a viver de sua fama sem necessariamente passar pelos meios de comunicação de massa para atingir um alto grau de visibilidade e reconhecimento público (KARHAWI, 2021).

As dinâmicas que geram e sustentam esse reconhecimento passam pelos conceitos de Pierre Bourdieu de capital social, cultural, econômico e simbólico. Para se tornar um influenciador digital, é preciso que a pessoa adquira legitimidade perante o público. Isso acontece com a constância de produção de conteúdo, manutenção de uma rede de relações, postura de autoridade em determinado assunto, etc. Karhawi (2017) afirma sobre capital social, citando o autor:

A quantidade de capital social que um sujeito acumula é diretamente proporcional ao tamanho das redes de conexão que ele consegue mobilizar (Bourdieu, 1997). Essa rede de relacionamentos é produto de estratégias, “[...] individuais ou coletivas, consciente ou inconscientemente destinadas a estabelecer ou reproduzir relações sociais que podem ser úteis a longo ou curto prazo” (Bourdieu, 1997, p. 52, tradução nossa). (apud KARHAWI, 2017, p. 56)

A aquisição e manutenção de capital social também está relacionada ao capital cultural, que diz respeito a acesso a bens culturais, qualificação e disposição para aprender, e o capital econômico, associado ao dinheiro em si. Assim, na figura do influenciador digital, a partir do capital social que é adquirido, o acesso a outros tipos de capital também é potencializado e eles se retroalimentam, dando origem ao capital simbólico. Karhawi (2017) completa:

A interação entre essas três diferentes formas de capital produz um tipo de meta-capital, um quarto capital que Bourdieu chamou de ‘capital simbólico’; ele consiste na percepção e legitimação dos outros diferentes capitais. Além de ser uma garantia de poder, prestígio e distinção para aqueles que o detêm. (KARHAWI, 2017, p. 57).

Assim, para compreender os discursos, práticas e formas de ser dos influenciadores digitais é preciso olhar para como sua legitimidade é constituída na interação com os públicos, nos usos das redes e no conteúdo das mensagens que ali circulam, pois é assim que seu capital social é construído.

As dinâmicas do mercado publicitário acompanham as transformações do mundo digital e, hoje, é comum que os influenciadores associem, ao capital social estabelecido, o ganho de capital econômico, pois participam de campanhas publicitárias dos mais diversos formatos e vendem seu espaço de visibilidade para as marcas. Chris Rojek, um importante autor sobre o tema, já afirmava que "o rosto público de uma celebridade tornou-se um bem de consumo" (ROJEK, 2008, p. 16) e a visibilidade e a autoexpressão passam a ser convertidas em valor (FRANÇA, 2014). No caso dos influenciadores digitais, isso ocorre mais que nunca: número de seguidores, curtidas ou engajamento nas publicações online são convertidos em cachês para campanhas publicitárias.

No caso dos líderes do Dunamis, no entanto, analisados neste trabalho, essa prática não é observada. Com predominância de conteúdos acerca da fé, os três influenciadores analisados não se submeteram a essas lógicas do mercado, e em geral não realizam campanhas publicitárias para terceiros. Seu espaço nas redes divulga apenas as programações, livros e iniciativas do próprio Dunamis ou da Zion Church, igreja à qual pertencem. Essa escolha pode ser devido ao entendimento de olhar para o espaço e a influência alcançados como o meio para um fim, que é evangelizar e "trazer o reino de Deus" para as pessoas.

Assim, embora eles absorvam grande parte dos modos de ser e agir dos influenciadores digitais que vivem de publicidade online, eles mesmos não parecem ter a visibilidade midiática como sua profissão em si, mas como um meio para influenciar os públicos, espalhar a mensagem do #dunamilifestyle e formar crenças e opiniões.

### 3.3 Influenciadores religiosos

Os estudos sobre celebridades por vezes relacionam esse fenômeno com o campo religioso. Rojek (2008) apresenta o que ele chama de "declínio da religião organizada" como um dos fatores que permitiram o surgimento das celebridades midiáticas, juntamente com a democratização da sociedade e a transformação do cotidiano em mercadoria (ROJEK, 2008, p. 16). De acordo com o autor,

Com o desenvolvimento da sociedade moderna, as celebridades preencheram a ausência gerada pela decadência da crença popular no direito divino dos reis, e a morte de Deus (ROJEK, 2008, p. 15-16).

Outros autores, como Deena e Michael Weinstein (2003), desenvolvem mais essa relação, e chegam a afirmar que a cultura de celebridades é uma forma de substituição das formas de fé tradicionais, e consideram-na uma forma reduzida e inferior de religião, uma "religião fraca".

Essa perspectiva é criticada, por exemplo, por Nathalie Heinich (2014), que denuncia os exageros das analogias entre celebridades e religião. De acordo com a autora, algumas dimensões funcionais das religiões podem ser comparadas, como aspectos de carisma e comunidade. Mas a autora também destaca que essas dimensões não são exclusivas do campo religioso, por isso a comparação entre cultura de celebridades e religião deve ser cautelosa, destacando as aproximações e diferenças entre os dois fenômenos, e tendo em mente também a variedade de religiões.

Heinrich utiliza outra citação do próprio Rojek para se referir a uma forma mais adequada de compreender as relações entre as celebridades midiáticas e a religião: "A cultura da celebridade não substitui a religião. Pelo contrário, é o ambiente no qual o reconhecimento e o pertencimento religioso são hoje encenados." (ROJEK, 2008, p. 107). Sendo assim, no contexto da sociedade midiaticizada, em que as lógicas midiáticas perpassam as atribuições de sentido de

diversos campos sociais, a cultura das celebridades também influencia a forma como as práticas religiosas se constituem.

Quando falamos de celebridades propriamente religiosas, no entanto, como pastores, cantores e outras figuras relacionadas diretamente a igrejas e outras instituições religiosas, essa relação adquire ainda mais camadas. Se o *modus operandi* das celebridades não-religiosas já se relaciona com alguns aspectos funcionais das religiões, no caso das celebridades religiosas, essa relação é dupla. Elas se valem de artifícios como a visibilidade e o espetáculo, mas também os articulam com as lógicas religiosas de autoridade espiritual, unção e pregação do que é considerado palavra de Deus.

No que tange aos evangélicos do Brasil, Magali Cunha (2007) descreve o fenômeno da "explosão gospel", que criou uma subcultura evangélica, caracterizada como um nicho de mercado e consumo de produtos religiosos, principalmente relacionado à indústria fonográfica. Essa cultura produziu suas próprias celebridades, pastores, pastoras, cantores e cantoras que faziam shows, turnês, participações em programas de rádio e TV, inclusive de programas não-religiosos.

Desde então, o advento e popularização da internet e das mídias sociais digitais também trouxe novas configurações para o cenário evangélico e suas celebridades. Os influenciadores digitais, que se proliferaram nas mídias sociais com conteúdos a respeito de diversos nichos temáticos, também começaram a surgir na igreja. Tanto as celebridades já consolidadas passaram a se submeter a essas novas lógicas midiáticas de visibilidade na internet, como novas figuras surgiam do meio das igrejas e movimentos evangélicos. Adriana do Amaral Freire (2017), em sua tese, aborda os líderes religiosos que são guiados pelas lógicas das mídias, de consumo e espetáculo, e os seus fiéis, que se tornam fiéis-fãs.

A diferença da era da internet e dos influenciadores digitais, contudo, é a possibilidade de um número maior de pessoas se tornarem produtores de conteúdo. Se antes era necessário acesso a alguma gravadora ou empresa de mídia que pudesse produzir a visibilidade para que uma pessoa pudesse ser conhecida dos

públicos e, então, se tornar uma celebridade, com as mídias sociais digitais, é preciso apenas dispositivos como um celular, um computador e acesso a internet, para que determinada pessoa comece a falar e aparecer para quem quiser ouvi-la.

Pode-se questionar se essa "democratização" é total. Existem casos de pessoas que se tornaram influenciadoras por seu conteúdo religioso, legitimadas pelos seus públicos de seguidores, sem uma vinculação prévia a uma instituição religiosa, assim como existem outras que se tornaram influenciadoras por conteúdos de outros nichos (como moda, maternidade, humor, etc) mas, por confessar sua fé em determinada religião, passaram a interagir com seus seguidores também com conteúdos relacionados à religião. Ainda assim, a vinculação anterior com uma instituição faz com que alguns influenciadores já comecem sua jornada nas redes digitais com legitimação e capital social prévio. Pastores, líderes de jovens, teólogos e outros cargos ligados a igrejas e movimentos evangélicos se tornaram conhecidos nos ambientes da internet por causa desse pertencimento.

Esse misto de influenciadores digitais que surgiram sem vinculação institucional, com aqueles que projetaram sua legitimidade prévia no ambiente das redes, reconfigura relações de autoridade religiosa, já que essa diferença nem sempre é clara, e por vezes os públicos levam em consideração os ensinamentos desses dois grupos com o mesmo peso, questionando os critérios institucionais de escolha de liderança espiritual.

Além disso, para se adaptar às "exigências" dos algoritmos das plataformas de mídias digitais, é preciso que a lógica da visibilidade seja cada vez mais potencializada, fazendo com que seja comum que pastores-influenciadores, por exemplo, postem conteúdos de pregações bíblicas no mesmo perfil em que falam de sua rotina, dos restaurantes que frequentam, de suas relações familiares, e qualquer outro tema que possa gerar conteúdo e engajamento. Assim, as fronteiras entre público e privado se tornam ainda mais borradas, assim como a de clero e leigos.

Nesse contexto, inserem-se as pessoas que são objetos de estudo deste trabalho: Téo Hayashi, pastor e fundador do Dunamis; Junia Hayashi, pastora e

co-líder do Dunamis; Raphaela Gonçalves, cantora da banda Dunamis; e Henrique Krigner, um dos líderes do movimento. Com presença marcante nas mídias sociais e um grande número de seguidores, os quatro podem ser considerados influenciadores digitais e, em seu nicho, tipos de celebridades. Sua presença digital é marcante, com grande visibilidade de suas vidas pessoais, rotinas, viagens e acesso a bens de consumo, ao mesmo tempo em que eles ensinam e interagem com seus seguidores sobre temas relacionados à vida religiosa, interpretação bíblica e até envolvimento político.

Essa fusão entre o público e o privado é também interessante para o discurso oficial do Dunamis Movement, que enfatiza a importância de se viver sua fé de forma sobrenatural em sua rotina ordinária, o que eles chamam de #dunamilifestyle. Assim, ao mostrar aspectos de seu dia a dia e relacioná-los com a presença e os milagres de Deus, esses líderes influenciadores digitais reforçam esses ensinamentos teológicos.

Os quatro recebem legitimidade e capital social da própria instituição a que estão vinculados, já que as posições de autoridade religiosa dentro do Dunamis Movement impulsionam seus públicos. Ao mesmo tempo, estão plenamente integrados às lógicas midiáticas, se apropriando de sua linguagem e estética para se comunicar com os públicos das mídias digitais. No próximo capítulo trataremos de forma mais detalhada de seus perfis, suas formas de se mostrar e influenciar os seguidores nas redes e faremos uma análise de seus conteúdos.

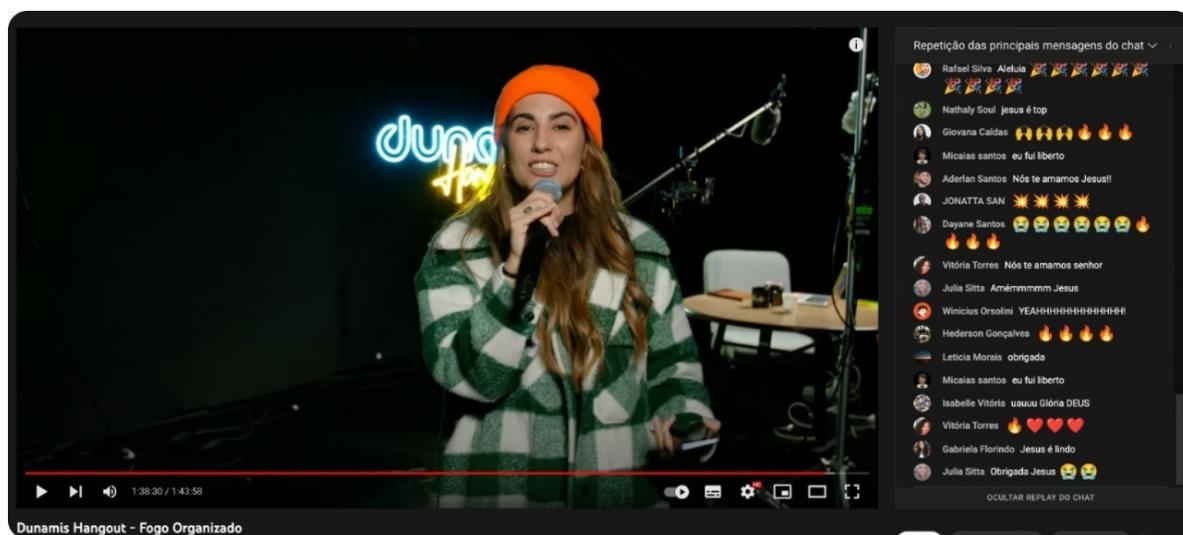
O Dunamis, desde o começo, destacou-se pelo uso dos meios de comunicação, em diversos canais. Desde o contato por telefone e mailing com os frequentadores do primeiro culto Dunamis, antes da popularização das mídias digitais, passando pela transmissão de eventos, até a produção de conteúdos específicos para a internet, diversas formas de comunicação têm sido usadas para levar os ensinamentos e a visão de mundo pregada pelo movimento.

Em diversos momentos os líderes demonstram sua gratidão a Deus pela tecnologia, pois veem pessoas sendo “salvas e libertas através da internet”. Téo diz

inclusive que, mesmo que a internet possa ser usada para “fazer besteira”, ela também “é nossa, e deve ser apropriada pelo reino de Deus” (DUNAMISMOVEMENT, 26 abr. 2019).

Em alguns dos programas que eram transmitidos ao vivo pelo canal do YouTube do Dunamis, os chamados Hangouts, pelo menos 20 minutos ao final da programação eram dedicados para oração, profecias, revelações e curas para os espectadores (Figura 6). Vários deles comentavam no vídeo que aquela fala ou oração por cura específica era direcionado para si, como uma adivinhação ou profecia revelada por Deus. Outros narravam as experiências de choro, êxtase ou glossolalia que haviam tido em suas próprias casas, enquanto assistiam ao vídeo. Nesse caso, a mediação técnica da plataforma online era utilizada para performar os milagres e as ações sobrenaturais.

**Figura 6.** Interação ao vivo durante momento de oração



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PXEO4O2Uy-M>. Acesso em: 14 dez. 2022.

Entretanto, a “transparência” dessa mediação técnica tem alguns limites, mesmo de natureza espiritual, como apontado pelos próprios líderes no vídeo de

anúncio do The Send Brasil, que aconteceu em 2020 (DUNAMISMOVEMENT, 7 mai. 2019). Nele, Teófilo e outros líderes afirmam que existe uma “unção” especial para os que estarão presencialmente no evento. Para ele, mesmo que Deus seja onipresente, ele manifesta sua presença sobrenatural de forma especial em alguns momentos, e esse evento seria um deles. Por isso, era importante que representantes de todas as regiões fossem ao ajuntamento nos estádios para que recebessem esse poder sobrenatural e pudessem redistribuí-lo em suas cidades de origem depois.

Em entrevista para uma revista cristã, Téo também aponta para outro “problema” da relação do fiel para com os meios de comunicação. Embora ele diga que a internet é uma ferramenta fantástica para a divulgação do evangelho, o simples consumo de conteúdos religiosos não substitui a “cobertura espiritual” de um líder pastoral local, que está próximo e pode visitar, conversar pessoalmente, aconselhar o fiel (RENASCER, 2021). Portanto, para ele, é benéfico o consumo de conteúdos religiosos, mas deve sempre vir acompanhado da participação em uma comunidade local.

Assim, embora o Dunamis use das plataformas midiáticas para alcançar e engajar novos públicos, alguns de seus conteúdos apontam para limites da participação religiosa apenas online, e a importância do comprometimento também com ações presenciais e com as igrejas locais.

Além disso, mais do que apenas o uso ferramental dos meios de comunicação como instrumentos utilizados para um fim, a análise que propomos considera que as lógicas e linguagens das mídias perpassam o próprio modo de ser do Dunamis, de forma sistêmica. A absorção de forma de falar, identidade visual, design, enquadramentos, fontes, edições de vídeos e fotos, todo o aparato midiático do Dunamis atua de forma integrada para aumentar alcance, visibilidade e engajamento e projetar a influência de seus líderes e seus ensinamentos, no contexto da religião midiaticizada e de suas celebridades e influenciadores digitais

## 4 ANÁLISE DO CONTEÚDO DOS INFLUENCIADORES DO DUNAMIS MOVEMENT

Tendo em vista o contexto apresentado no primeiro capítulo, sobre o Dunamis, suas crenças e influências, e à luz dos estudos sobre midiatização da religião e influenciadores digitais religiosos, o presente capítulo se trata de uma análise de conteúdo das publicações nos perfis da mídia digital Instagram de quatro dos líderes do Dunamis: Teófilo<sup>17</sup> e Junia Hayashi<sup>18</sup>, Raphaela Gonçalves<sup>19</sup> e Henrique Krieger<sup>20</sup>.

A escolha dessas quatro pessoas se deu segundo alguns critérios. Todos eles são figuras de visibilidade e liderança do Dunamis, e cada um deles cobre determinados temas específicos em seus conteúdos. Hayashi é, como já mencionado, o fundador e líder da organização. Ele movimenta suas mídias digitais com podcasts e vídeos sobre liderança, influência, entre outros temas, além de fotos esporádicas de suas viagens missionárias, sua família e seus filhos. Junia Hayashi é, assim como o marido, líder do Dunamis, e faz publicações com trechos de suas pregações, reflexões e fotos de sua família. Krieger também é um dos líderes, além de ser o braço político do movimento. Raphaela Gonçalves é a figura principal do Dunamis Music. Ela é cantora, compositora e também está muito presente nas mídias digitais.

Foram analisadas publicações em seus perfis<sup>21</sup> do Instagram de janeiro a março de 2022, todas abertas ao público e disponíveis gratuitamente na internet. A escolha do período se deu levando em conta a atualidade, pois foi o mais recente

---

<sup>17</sup> Seu perfil no Instagram, <https://www.instagram.com/teohayashi/>, conta com cerca de 645.000 seguidores. Acesso em: 2 dez. 2022.

<sup>18</sup> Seu perfil no Instagram, <https://www.instagram.com/juniahayashi/>, conta com cerca de 350.000 seguidores. Acesso em: 2 dez. 2022.

<sup>19</sup> Seu perfil no Instagram, <https://www.instagram.com/raphagoncalves>, conta com cerca de 190.000 seguidores. Acesso em: 2 dez. 2022.

<sup>20</sup> Seu perfil no Instagram, <https://www.instagram.com/krieger/>, conta com cerca de 91.000 seguidores. Acesso em: 2 dez. 2022.

<sup>21</sup> Optamos por olhar apenas para as publicações de *feed*, ou seja, as que ficam disponíveis no perfil por mais do que 24 horas.

possível, de forma que houvesse tempo hábil para fazer as análises dentro do prazo da pesquisa; e sua duração levou em conta a viabilidade de análise, já que o volume de publicações nas mídias digitais é muito grande. Essas publicações foram coletadas em formato de captura de tela e categorizadas pelos temas abordados tanto nas imagens quanto nos textos publicados como legenda. Optamos por não reproduzir muitas imagens neste trabalho, por uma questão de número de páginas, e também para evitar expor o rosto de outras pessoas que aparecem nas fotos. Depois de sinalizar as principais temáticas tratadas pelas publicações, fizemos buscas pelo Google Acadêmico a partir dos termos que representam esses temas, para aprofundar as análises.

O olhar para as publicações se deu a partir da análise de conteúdo de Laurence Bardin (2011), que consiste em análise temática e do discurso, sempre tendo em mente o contexto da enunciação. A partir das categorias que emergem no próprio objeto, buscamos articular as temáticas mencionadas por eles com outros estudos que as abordam e com contexto religioso, político e social mais amplo do Brasil, no qual eles se inserem.

#### **4.1 Téo Hayashi**

Em seu perfil no Instagram, durante o período considerado de janeiro a março de 2022, Téo Hayashi fez 70 publicações em seu *feed*<sup>22</sup>. Dentre essas, os temas que mais se destacaram foram: liderança, propósito e estilo de vida, reino de Deus e influência e experiências sobrenaturais.

Durante o mês de janeiro, Hayashi publicou textos e imagens relacionados às metas e objetivos que acompanham o início do ano, e como o cristão deve focar no propósito de Deus e ter metas que o levem em direção a esse propósito. Essas publicações trazem um senso de urgência para cumprir a missão de Deus que,

---

<sup>22</sup> A palavra *feed*, nesse contexto, se refere ao espaço dentro do perfil de uma pessoa usuária do Instagram no qual aparecem, de forma organizada e cronológica, aquelas publicações que ela optou por deixar disponíveis e públicas por mais de 24 horas.

segundo as premissas do Dunamis, deve pautar a rotina dos crentes. De acordo com os textos, uma vez descoberto o propósito para o qual Deus chamou, a pessoa deve ser intencional em estabelecer metas e um estilo de vida que a ajude a cumprir esse propósito.

Figura 7. Publicação "As metas de Deus para o seu 2022"



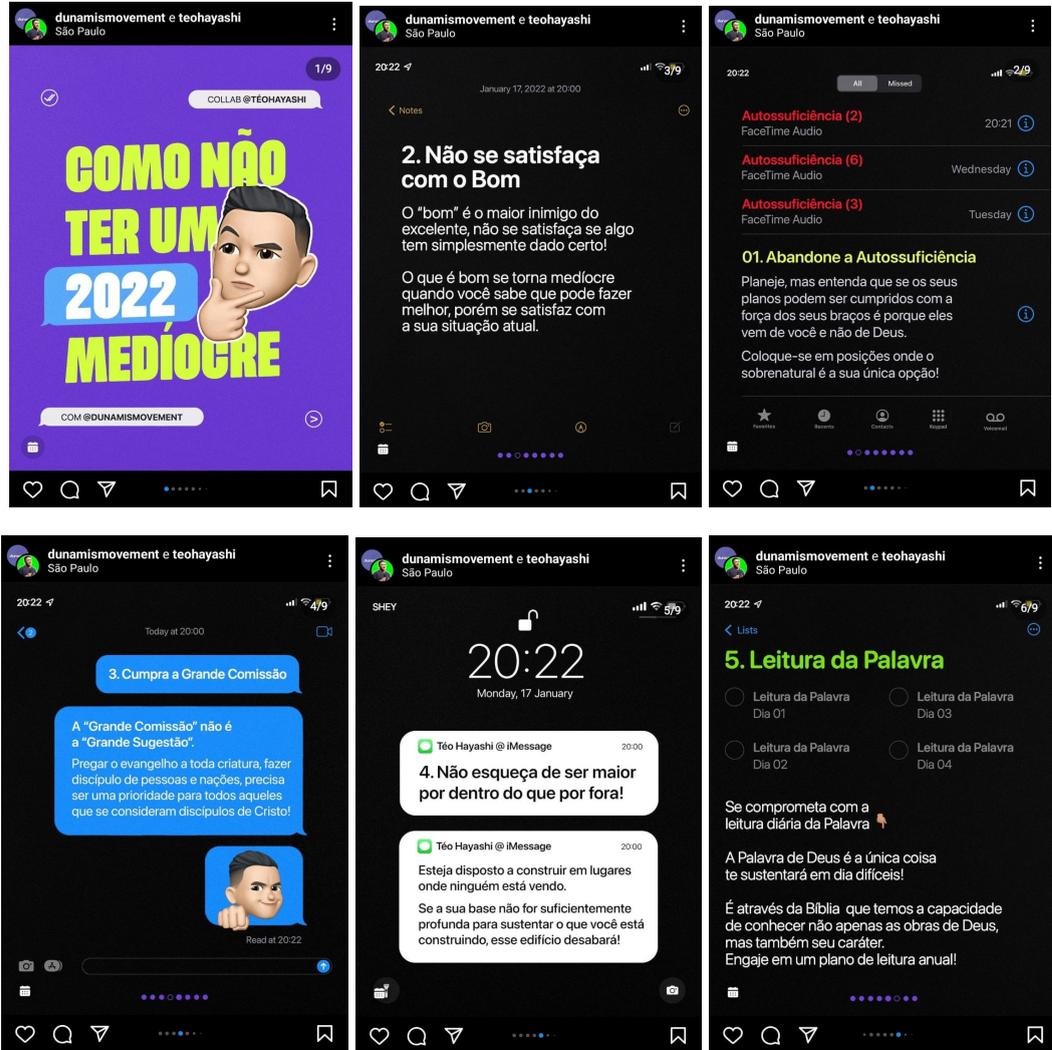
Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CYkfDR5OcGh/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

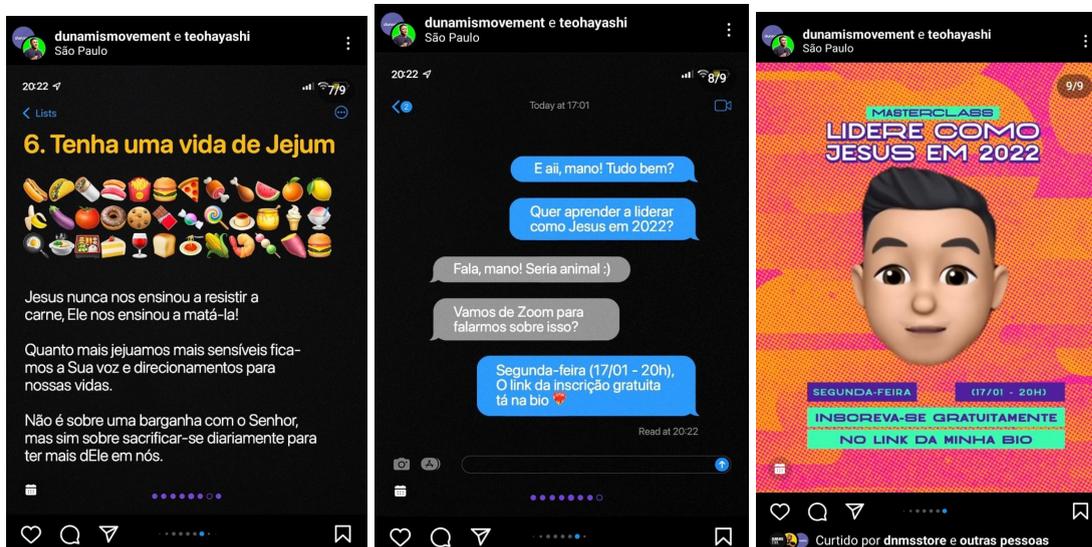
Cumprir as suas metas te permitirá chegar onde você planeja chegar, cumprir as metas de Deus te posicionará onde Ele quer que você esteja. No dia 17 de janeiro, às 20h, estarei conectado em uma reunião de Zoom para falar mais sobre isso! Clique no link da minha Bio e faça a sua inscrição gratuita! [#DunamisMasterclass](#) [#LidereComoJesusEm2022](#)<sup>23</sup>

Na publicação da Figura 7, passagens bíblicas são citadas como base para os passos apresentados para que a pessoa cristã desenvolva suas metas e se prepare para cumprir o propósito de Deus em sua vida. De acordo com essa perspectiva, através do autoconhecimento e da fé no amor de Deus, a pessoa deve trabalhar bem no contexto em que está inserida, enquanto desenvolve suas habilidades e busca treinamento para realizar os "grandes destinos" que Deus tem preparado para ela.

<sup>23</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CYkfDR5OcGh/>. Acesso em 13 dez. 2022

Figura 8. Publicação "Como não ter um 2022 medíocre"





Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CYueUWpO5O-/>. Acesso em: 13 dez. 2022

A mediocridade não é uma opção para aqueles que entendem que são filhos de um Deus perfeito! 🙌 Entenda, 2022 não é apenas mais um ano. Porém será o seu posicionamento pessoal que pautará o impacto que esses 365 dias causarão em sua vida. Separei uma lista de coisas que irão te ajudar a não ter um ano medíocre, mas além disso quero te convidar a participar de uma Zoom call comigo nessa segunda-feira, 17/01, às 20h. Falaremos sobre como liderar como Jesus em 2022, inscreva-se gratuitamente no link da Bio! 🙌🔗 #dunamislifestyle #dunamismovement #dunamis #dunamisfreestyle #thesend #thesendbrasil #thesend2020 #avivamento #igreja #chamado #envio #evangelho #palavradedeus #reinodedeus #oracao #evangelismo #nações #revival #reformation #zion #zionchurch #available #hereami #sendme<sup>24</sup>

A publicação da Figura 8, de 14 de janeiro, também aborda a temática de liderança, metas e propósitos para o ano que se iniciava. Destaca-se sua estética, que segue o padrão de interfaces de aplicativos de iPhone para ilustrar o conteúdo e a linguagem "jovem", com o uso de gírias e emojis.

Em seu discurso fica claro que a mediocridade não é aceitável para filhos de Deus, que devem sempre procurar a grandeza, fazer parte de algo maior, mesmo que em pequenos passos. Por isso, o discurso aponta para o ideal de "excelência",

<sup>24</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CYueUWpO5O-/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

que consiste em fazer o melhor trabalho em termos técnicos dentro daquilo que se propõe a fazer para o reino de Deus. Também destaca-se o foco no sobrenatural: é preciso que o crente tenha uma rotina disciplinada de leitura da Bíblia, jejum e pregação para que possa se destacar em sua liderança. A questão do caráter, que aparece também em outras publicações, aponta para a moralidade que é esperada do líder, que deve cumprir uma série de restrições e disciplinas para ser apto para a liderança no ambiente religioso sem hipocrisia e incoerências entre o que ele exige dos fiéis e o que ele mesmo vive.

Esse tipo de discurso visa gerar no seguidor um senso de obrigação e dever para com a obra do reino de Deus, que deve ser feita com excelência, disciplina, buscando obras grandiosas e com uma vida pessoal que seja exemplo para os outros. Esses discursos também funcionam pelo viés da culpa: quando se submete ao propósito do reino de Deus, o fiel precisa se esforçar para não cair na mediocridade, pois terá de prestar contas a Deus pelo seu desempenho ao cumprir seu chamado de liderar outros crentes, e será cobrado por Deus se fez o máximo que poderia.

Alexandro Feitosa e Denise Leda (2022), em uma publicação de psicologia, realizaram uma pesquisa, na qual analisam o trabalho de pastores pentecostais, mencionam a cobrança simbólica que paira sobre o trabalho dessas pessoas. Essa cobrança vem das comunidades das igrejas, mas também do próprio pastor, que se pressiona para realizar uma excelência sobre-humana no trabalho, por causa do valor espiritual que é percebido nele. Clarice Ebert e Lis Soboll (2009) também destacam essa cobrança simbólica: as comunidades pressionam os pastores para que tenham sucesso e resultados, mas também se mantenham irrepreensíveis moralmente do ponto de vista da religião. Essa mesma cobrança é percebida nos conteúdos publicados por Hayashi, porém expandida também para o cristão comum, não apenas o pastor.

Esses conteúdos fizeram parte da divulgação de um evento do Dunamis que aconteceu ao vivo no dia 17 de janeiro, a masterclass "Lidere como Jesus em 2022",

com foco em liderança com base no que é chamado de "princípios bíblicos". Nessa masterclass, por sua vez, foram divulgadas as inscrições para outro curso da mesma temática, o Dunamis Sprint. Mais tarde, em abril, houve outro evento, o Dunamis Lab, que também focou no tema de liderança. Ainda em março outras publicações sobre o tema foram feitas, antecipando e divulgando as inscrições para esse treinamento de líderes.

Essa tendência, observada também em outros contextos evangélicos, de enfatizar em programações, palestras, cursos e seminários a temática da liderança, é também uma importação norte americana, conforme descreve a historiadora Karina Kosicki Bellotti (2017). Segundo essa ideia, focar no pragmatismo de reflexões e práticas sobre liderança é uma estratégia de multiplicação de igrejas, missões e outros trabalhos cristãos: ao focar em treinar novos líderes e equipá-los com ferramentas práticas para estruturar seus trabalhos, o efeito no crescimento do "reino de Deus" é exponencial.

Essa ênfase enxerga o pastorado e o serviço eclesial como primariamente uma função de liderança, na qual a principal tarefa é aplicar metodologias para inspirar e conduzir equipes de sucesso que performam ações grandiosas e entregam resultados, de forma similar ao que acontece no mundo das empresas e nos discursos dos *coaches* corporativos. Nesse contexto, a narrativa bíblica sobre a vida de Jesus se torna um exemplo prático de métodos de liderança de sua "equipe" de discípulos, que deve gerar resultados de crescimento do número de fiéis e de sua influência. A história de Jesus narrada nos evangelhos passa a ser vista como um modelo, um exemplo não apenas moral, mas também com métodos de gestão executiva que podem ser imitados, inclusive em contextos corporativos.

Segundo Kosicki Bellotti (2017), que escreveu sobre liderança e autoajuda na mídia evangélica, essa é uma tendência que se difundiu a partir dos anos 80 nos EUA e faz parte do processo de midiatização da religião. De acordo com a autora,

A literatura reforça uma narrativa mitológica advinda da literatura secular de liderança, confortando seus leitores com a possibilidade de exercer uma influência positiva sobre as pessoas a partir de um modelo considerado inquestionável de bondade e retidão, ao mesmo tempo em que prescreve

conselhos para atingir a excelência no mundo capitalista. (KOSICKI BELLOTTI, 2017, p. 207)

Jesus se torna uma espécie de ícone cultural norte-americano, um ser humano extraordinário, que supera seus problemas e obtém sucesso e pode ser imitado hoje no contexto capitalista da atualidade. Ao falar sobre um dos primeiros livros que marcaram essa temática nos EUA, Bellotti descreve:

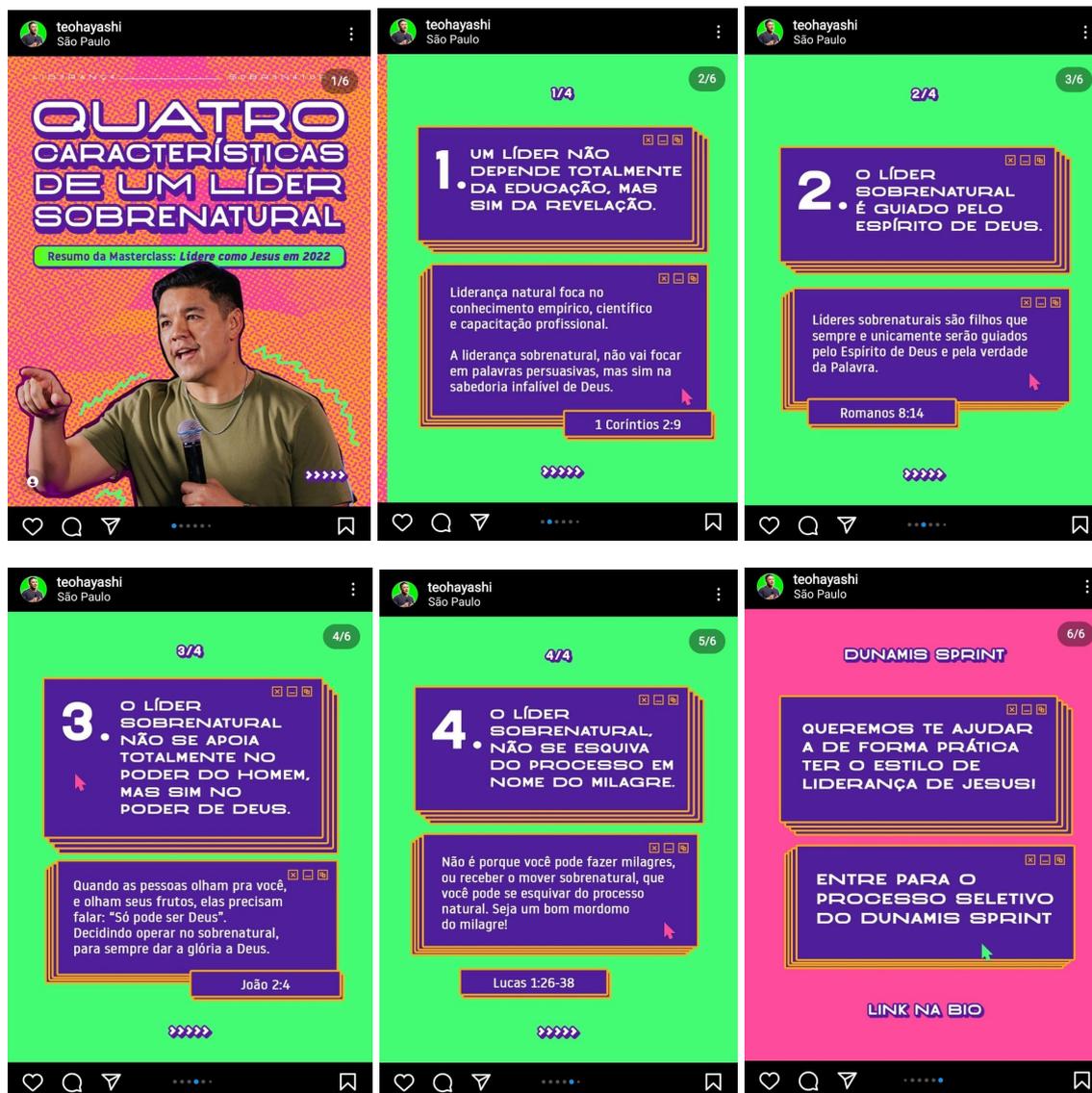
A personalidade magnética e popular do homem Jesus, filho de um carpinteiro, acostumado à vida ao livre e ao trabalho pesado, que lidava com pessoas de diferentes escalas sociais; másculo, de físico e caráter fortes, empreendedor e altivo. Segundo Barton, as características que permitiram o sucesso de Jesus também serviriam para qualquer leitor nos dias contemporâneos – a crença em seu potencial, a vontade de superar seus problemas e suas limitações, e o desenvolvimento de suas qualidades. (KOSICKI BELLOTTI, 2017, p. 217)

Assim, Jesus passa a ser visto como um modelo para todas as pessoas, tanto em contextos religiosos quanto corporativos e organizacionais, cujas práticas de liderança podem ser aplicadas tanto dentro de empresas e outros locais de trabalho, como também dentro das organizações religiosas e igrejas. E quanto um cristão passa a ser um bom líder, ele realiza também um tipo de trabalho evangelístico, pois pode levar as pessoas do local de trabalho a se questionarem sobre seu caráter e quererem saber mais sobre Jesus.

[Nas igrejas evangélicas e organizações cristãs] encontramos o incentivo à eficácia, à excelência, ao empreendedorismo, à vitória – nas igrejas, isso se traduz em crescimento numérico, otimização de recursos e visibilidade. Entre os indivíduos, implica a medida do sucesso como felicidade e realização pessoal, respaldados pelo exemplo da figura de Jesus – como se o seu modelo justificasse suas conquistas. (KOSICKI BELLOTTI, 2017, p. 231)

Embora se baseie nesse contexto cultural de ver Jesus como exemplo a ser aplicado nos dias de hoje, no caso do conteúdo vinculado ao Dunamis, a ênfase na divindade e sobrenaturalidade de Jesus não é abandonada.

Figura 9. Publicação "Quatro características de um líder sobrenatural"



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CY2qWSduezR/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

Liderança natural foca no conhecimento empírico, científico e capacitação profissional. A liderança sobrenatural, não vai focar em palavras persuasivas, mas sim na sabedoria infalível de Deus. Acabamos de terminar a primeira Masterclass de 2022. Aqui está um resumo do que compartilhei

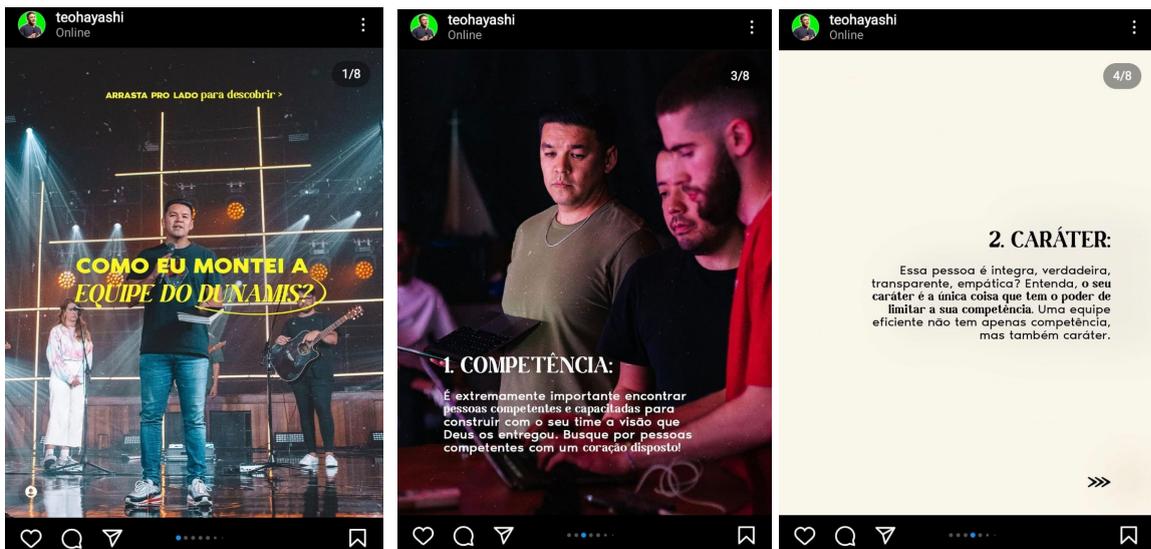
nessa noite!  
#DunamisMovement<sup>25</sup>

#DunamisMasterclass

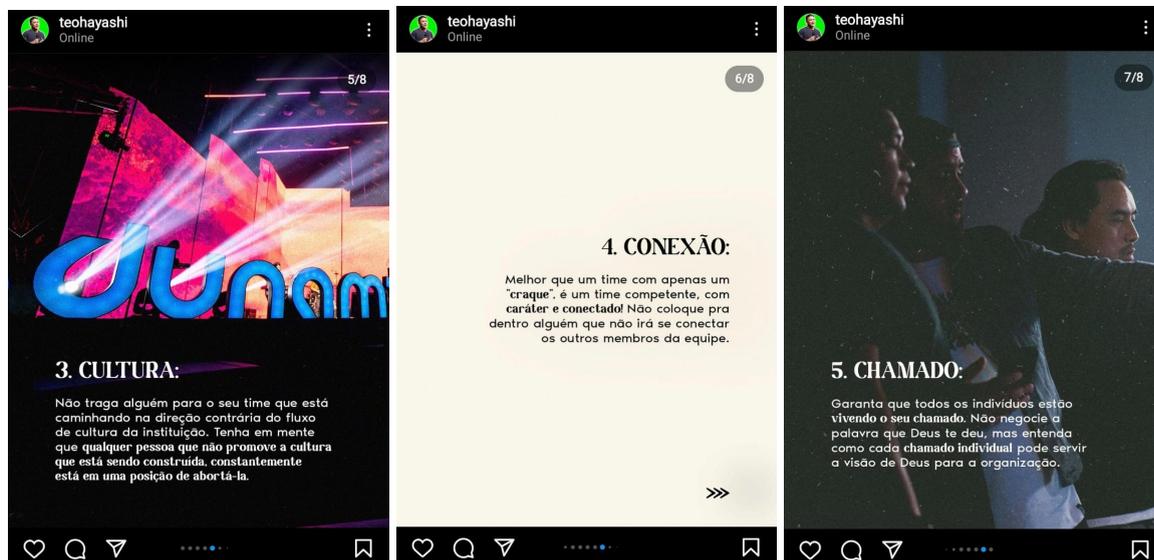
#DunamisSprint

A publicação da Figura 9 deixa clara a roupagem espiritual que aparece juntamente com a ênfase em gestão. Para ele, nem tudo é estratégia corporativa: por mais que os métodos de liderança sejam importantes, o desenvolvimento espiritual, do líder que é guiado pelo seu relacionamento íntimo com Deus e leva em conta seu poder sobrenatural, é o que realmente diferencia alguém que tem "o estilo de liderança de Jesus". Assim, o líder religioso se torna uma espécie de líder corporativo melhorado, pois também tem ao seu lado a intervenção divina e sobrenatural para atingir seus objetivos e metas, a "unção" e "autoridade espiritual".

Figura 10. Publicação "Como eu montei a equipe do Dunamis"



<sup>25</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CY2qWSduezR/>. Acesso em 13 dez. 2022.



Disponível em: [https://www.instagram.com/p/Cbf\\_etFONWM/](https://www.instagram.com/p/Cbf_etFONWM/). Acesso em: 13 dez. 2022.

Na Figura 10, que ainda enfatiza a temática de liderança, Téo apresenta o próprio Dunamis como um caso de sucesso, digno de ser imitado. Ao fazer isso, ele se coloca como um exemplo de gestor e líder estrategista, capaz de compor uma equipe com as melhores características para levar ao sucesso de sua organização. Esse sucesso, no caso do Dunamis, é um sucesso financeiro, midiático, de influência e de capacidade de articulação com outros grupos evangélicos (vide o The Send Brasil, que contou com um grande número de representantes de diferentes segmentos evangélicos do país).

Quando Hayashi cita a si mesmo e sua organização como um caso de sucesso de liderança, ele afirma não apenas sua competência como gestor, mas sua própria "unção sobrenatural" e "caráter" acima da média, já que essas são vistas como características imprescindíveis para liderar "como Jesus".

Outra categoria bem recorrente entre as publicações de Téo Hayashi são os trechos de pregações. Em geral, essas são publicações em conjunto com os perfis do Dunamis Movement e da Zion Church, igreja na qual é intitulado pastor sênior. Essa dinâmica aponta para uma tendência de personalização das instituições, na

qual a igreja e o Dunamis se confundem com o carisma e a autoridade da figura do líder, que é Hayashi.

Além de ser uma estratégia que aumenta o alcance das publicações de todos os perfis envolvidos, também indica essa proximidade entre a identidade das instituições e a figura do próprio líder, que encarna em si mesmo o rosto público dessas organizações e torna difícil diferenciar onde acaba uma reputação e começa a outra.

Os eixos temáticos destacados no capítulo 2 desta dissertação como centrais na teologia do Dunamis, a saber, os milagres e curas sobrenaturais como sinal da ação e presença divina, e o "evangelho do reino", que consiste na tarefa cristã de ocupar e influenciar as "7 esferas da sociedade", também aparecem frequentemente nas publicações de Téó, como nas publicações destacadas a seguir:

O REINO DE DEUS É CHEGADO!

É momento de que nos levantemos para que assim como Jesus, preguemos a respeito do Reino, ensinemos a respeito de Reino, curemos os enfermos e libertemos os cativos! 🙌

Não, o novo nascimento não é a linha de chegada, mas sim o ponto de partida! Hoje dezenas deram um passo de entrada em direção ao Reino dos Céus, e sem dúvida todos fomos impactados com a verdade de que fomos levantados para estabelecê-lo aqui nessa Terra.

São Paulo, se prepare! Você é a próxima! Corre, as inscrições já estão disponíveis e o link está na nossa Bio! 😊

[#Rj](#) [#Sp](#) [#DunamisFridayNight](#) [#FridayNight](#) [#SãoPaulo](#) [#RiodeJaneiro](#)<sup>26</sup>

Toda transformação a nível social inicia a nível pessoal! Somos transformados para transformar.

Para escutar o podcast dessa semana acesse o link que está na minha Bio!

[#dunamilifestyle](#) [#dunamismovement](#) [#dunamis](#) [#dunamisfreestyle](#)  
[#thesend](#) [#thesendbrasil](#) [#thesend2020](#) [#avivamento](#) [#igreja](#) [#chamado](#)  
[#envio](#) [#evangelho](#) [#palavradedeus](#) [#reinodeus](#) [#oracao](#) [#evangelismo](#)  
[#nações](#) [#revival](#) [#reformation](#) [#zion](#) [#zionchurch](#) [#available](#) [#hereami](#)  
[#sendme](#) [#TeoHayashiPodcast](#)<sup>27</sup>

Somos cooperadores de Cristo e por meio das nossas declarações podemos construir vida, tomando posse daquilo que Jesus já conquistou por nós e para nós através da cruz. 🙌

<sup>26</sup> Publicação em conjunto com o perfil do Dunamis. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CbjVh1hOXZe/>. Acesso em: 13 de dezembro de 2022.

<sup>27</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZfkeS6uCmh/>. Acesso em: 13 de dezembro de 2022.

Ontem vimos o Senhor se mover em nosso meio de maneira poderosa, com cura e libertação! 🔥  
Sabemos que o Seu poder não está limitado a uma noite. Portanto, queremos desafiar e encorajar você: rompa os limites físicos da igreja e seja um canal de cura e libertação na sua casa, na parada de ônibus, no supermercado... por onde quer que você andar!! 🙌🔥  
Você não tem o espírito de covardia, mas de poder, de amor e de equilíbrio!  
🔥  
[#7Nesrecife2022](#) [#zionrecife](#) [#zionchurch](#) [#sobrenatural](#) [#milagre](#) [#cura](#)<sup>28</sup>

Ao divulgar as inscrições ou fotos e vídeos de eventos do Dunamis ou da Zion Church, Téo reforça os ensinamentos sobre a missão do cristão de estabelecer o reino de Deus na terra, através de curas e milagres, gerando transformação social. Esse discurso ressoa ideias recorrentes na mensagem do Dunamis, que se coloca como uma espécie de continuação da Reforma Protestante e dos Avivamentos, como citado em capítulos anteriores deste trabalho.

Essa ênfase em transformação da sociedade à luz do que ele considera o "reino de Deus" ou os "princípios bíblicos" tem como consequência a afirmação de que o cristão deve se envolver com todas as "sete esferas" da sociedade, inclusive a política, para trazer a luz e as verdades bíblicas e colocar todas as esferas da sociedade debaixo do domínio dos princípios bíblicos.

No dia 15 de fevereiro, Téo publicou uma foto com cerca de 40 homens que são pastores e lideranças evangélicas jovens ligadas a igrejas pentecostais ou neopentecostais, num encontro chamado "Parlatório Brasil 2022". Nomes como Felipe Valadão (ligado à Igreja Batista da Lagoinha), Lucas Gonzalez (então deputado federal do Partido Novo por MG), David Miranda Neto (neto do fundador da igreja pentecostal Deus é Amor), os cantores Brunão Morada e Fred Arrais, líderes de movimentos como Céu na Terra e Escolhi Esperar, entre outros.

Na publicação de Hayashi, a foto acompanhou apenas uma letra de um hino sobre unidade entre cristãos, indicando a harmonia entre as denominações. No entanto, de acordo com a publicação de outro participante, o cantor evangélico Ton

---

<sup>28</sup> Publicação em conjunto com o perfil da Igreja Zion de Recife. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZPbxQ-vu30/>. Acesso em 13 de dezembro de 2022.

Carfi<sup>29</sup>, as principais pautas dessa reunião foram: “reino de Deus, a influência da igreja na sociedade, juventude brasileira e as eleições 2022”.

Em ajuntamentos como este está presente a ideia de que os evangélicos devem se unir, para além de suas diferenças denominacionais, para lutarem juntos na guerra espiritual e cultural e aumentarem sua influência na sociedade e nas eleições, garantindo assim espaço para suas pautas e espaço de poder e influência dos líderes religiosos com os governantes.

Esse discurso opera através do paradigma de conquista, e entende o papel do cristão como o de influenciar e conquistar espaços de poder para que a sociedade pareça mais cristã. Apesar da estética jovem e contemporânea dos pastores e do ambiente em que estavam, em seu discurso o conservadorismo aparece como uma romantização de um passado em que a religião, em tese, exercia mais controle sobre a vida social, e há um esforço de retornar a esse passado idealizado, mesmo que com a roupagem atual. Assim, muda-se a forma e o pacote, como o próprio Téo afirmou, mas mantém-se o conteúdo considerado por ele "essencial" do cristianismo importado norte americano de guerra cultural.

Mais uma vez, vemos uma ideia teológica sobre o engajamento com a cultura e a sociedade importada dos Estados Unidos da América. Marcos Quadros (2014), em um artigo sobre o neoconservadorismo e a direita religiosa nos EUA, menciona essa concepção da política como uma ação missionária: "além de manter as instituições tradicionais, deve moralizar a sociedade a partir dos ensinamentos divinos, mesmo em uma ordem democrática" (QUADROS, 2014, p. 60). Para o autor, o neoconservadorismo constrói sua identidade através da exaltação dos valores morais inspirados em doutrinas religiosas. Essa ênfase faz parte da retórica da guerra cultural, que também encontra ressonância com a doutrina pentecostal da batalha espiritual, criando uma terra fértil para que a dicotomia que olha para a ação política como uma disputa entre o bem e o mal, entre a luz e as trevas, cresça e se reproduza entre os evangélicos. Assim, lutar pelo conservadorismo e pelos valores

---

<sup>29</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CaCuv0ruM2Q/>. Acesso em: 4 out. 2022

morais religiosos é visto como também lutar contra os demônios e a favor do reino de Deus.

O Dunamis Movement como um todo (assim como vários outros ministérios, igrejas e líderes evangélicos) se aproximou do governo de Jair Bolsonaro, tanto pela participação dele no The Send Brasil, em 2020, quanto pela proximidade com sua ex-ministra Damares Alves, pastora evangélica. Durante o período analisado, Téo Hayashi fez publicações lembrando o The Send Brasil e, em conjunto com o perfil de Damares (Figura 11), reforçando a causa que a pastora trouxe para o evento, relacionada à adoção e à proteção de crianças. Ele também publicou comentários sobre a polêmica política que estava sendo discutida na internet na época: o filme estrelado pelos comediantes Danilo Gentili e Fábio Porchat, veiculado pela Netflix Brasil, que mostrava um personagem pedófilo (Figura 12). Téo e outros líderes religiosos se revoltaram, indicando que a presença desse personagem implicava endosso para com a prática da pedofilia por parte da produção do filme e da Netflix.

**Figura 11.** Publicação sobre adoção



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZzUAg2F3Ed/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

Figura 12. Publicação sobre polêmica da Netflix



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CbF3HGou4OD/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

Uma prática recorrente de influenciadores é a alternância entre textos, vídeos e outros conteúdos temáticos com imagens da própria vida pessoal, como fotos de família, viagens, restaurantes, etc. No caso de Téo, isso é observado, já que no período analisado ele também publicou fotos de seus filhos, declarações à sua esposa com fotos de viagens da família e homenagem à sua mãe. Esse tipo de publicação também colabora para a construção da imagem do homem modelo, líder, pai de família, apaixonado pela esposa e que respeita a mãe, imagem essa que aumenta sua autoridade percebida pelos seus seguidores.

Assim, Téo constrói ao redor de si mesmo, em seu perfil do Instagram, uma rede de seguidores, admiradores e discípulos que se inspiram tanto em suas

mensagens, textos, áudios e trechos de pregações publicados, como sua vida pessoal e sua trajetória enquanto líder de duas organizações de sucesso e influência. Hayashi carrega em si a legitimidade e autoridade dessas organizações, como um líder religioso reconhecido por essas comunidades, mas expande sua rede de influência através da imagem e posicionamento construídos nas redes digitais.

Ele se vale de artifícios como a visibilidade e o espetáculo, mas também os articula com as lógicas religiosas de autoridade espiritual, unção e pregação do que é considerado palavra de Deus.

## 4.2 Junia Hayashi

Junia Hayashi, assim como seu marido Téo, faz parte da liderança do Dunamis Movement e é pastora da igreja Zion Church, em São Paulo. Entre os meses de agosto de 2021 e maio de 2022, Junia desativou sua conta no Instagram. Por isso, para este trabalho, diferentemente dos outros influenciadores do Dunamis analisados, olharemos para as publicações dela de maio a junho de 2021.

A primeira publicação após a volta à rede digital foi um texto fazendo uma reflexão sobre o papel do cristão e a missão de Deus nos ambientes virtuais:

### NÓS & O MUNDO VIRTUAL

Pois é, minha gente. Voltei. Depois de 1 ano fora do instagram, voltei para ficar.

Queria? Confesso que não. Nesse último ano vivi. Vivi completamente. Não perdi tempo.

Precisava voltar? Sim. Acredito que precisamos ocupar espaço com a mensagem que está dentro de nós. Se não preenchermos, deixamos um vácuo para tantas outras mensagens. Eu tenho convicção de que Deus me chamou para pregar, não com minhas palavras apenas, mas com a minha vida. E o instagram é uma das ferramentas para isso. Por isso estou aqui e vou continuar.

Mas queria te deixar um pensamento.. esse último ouvi as novidades das bocas das pessoas diretamente para mim, ouvi dores e alegrias conversando e olhando no olho, estive presente com os que amo, porque não precisava registrar o momento em lugar nenhum a não ser na minha memória, no meu coração. Então... Será que precisamos mesmo consumir tanto o mundo virtual? Será que precisamos mesmo registrar tantas coisas

aqui? Esse não é um convite para você dar um tempo daqui, mas quem sabe para você tirar tempo que dispõe aqui.

Viva o presente, ligue para seus amigos, marque cafés, saiam juntos. E quando estiverem juntos, estejam simplesmente juntos. Esqueçam o celular. Vivam coisas que só vocês saibam e não todos os seus seguidores. Na vida precisamos de privacidade, intimidade e isso não é possível quando tudo o que vivemos é postado.

Que isso mexa com você e te faça pelo menos repensar em como você tem investido seu tempo.

Um beijo com muito amor para cada um!

- Junia<sup>30</sup>

Esse texto exprime uma relação paradoxal com as dinâmicas de visibilidade, influência e distrações que as mídias digitais promovem e as ambiguidades de buscar e valorizar a privacidade e a "vida real", e ao mesmo tempo ter que se submeter às lógicas dessas mídias para proporcionar a disseminação da mensagem religiosa e construção de autoridade e influência religiosa nesse espaço. Por se considerar portadora de uma mensagem de Deus que precisa ser pregada, Junia entende que tem a missão de ocupar e expor seus conteúdos para o público que a acompanha no Instagram. Assim, a produção de conteúdo como influenciador digital, prática cada vez mais profissionalizada (KARHAWI, 2020), é vista como uma parte de uma missão de Deus.

E ela também diz que a pregação não se dá apenas com palavras, mas também com a própria vida. Assim, as imagens e trechos da vida pessoal que também são publicadas no Instagram fazem parte dessa pregação, que não se dá apenas em discursos religiosos, mas com a construção das imagens de si para além dos discursos verbais na rede.

Quanto às temáticas abordadas por Junia, entre as 15 publicações do período, 6 são fotos de sua família, 7 são fotos ou vídeos de si pregando (Figuras 13 e 14), e 2 são especificamente sobre o evento The Send que aconteceu na Noruega. Essa proporção de publicações indica uma intenção de construir um posicionamento e ser percebida pelos seguidores como mãe, esposa e pregadora do evangelho.

---

<sup>30</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CdZeJdrrlvI/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

Portanto, por um lado, Junia performa o papel da mãe dedicada aos filhos e a família, por isso o destaque no número de publicações das crianças e da vida familiar. Por outro lado, também se coloca com a mesma ênfase como pastora, pregadora, líder espiritual e que ensina a Bíblia com paixão e conhecimento. Ela apresenta-se então com esse papel duplo enquanto mulher.

**Figura 13.** Publicações de trechos de pregações



Disponível em: [https://www.instagram.com/p/Cdvn2TYq\\_bO/](https://www.instagram.com/p/Cdvn2TYq_bO/) e <https://www.instagram.com/p/Ce3i-L9DHOX/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

**Figura 14.** Publicação de momento de adoração (Junia)



Disponível em: [https://www.instagram.com/p/Ce5ovU\\_sxSs/](https://www.instagram.com/p/Ce5ovU_sxSs/). Acesso em: 13 dez. 2022.

Em outros contextos protestantes, como os mais ligados ao movimento reformado ou calvinista, a ordenação feminina não é uma realidade, pois entende-se que a vocação pastoral é dada por Deus apenas aos homens. Já nos contextos pentecostais, como é o caso do Dunamis, as mulheres historicamente têm mais voz e podem assumir papéis de autoridade nas igrejas. Entretanto, a socióloga Maria Machado (2005) destaca que o sacerdócio feminino nesses ambientes tem fortes ligações com o laço matrimonial. Ou seja, geralmente as pastoras são casadas com homens que possuem cargos hierárquicos iguais ou superiores nas igrejas, de forma que o ministério seja um compromisso do casal, e a mulher, embora tenha um papel de autoridade para com a congregação, continua submissa à autoridade do marido tanto na esfera familiar como eclesiástica.

Essa tendência não pode ser generalizada, já que existem ambientes evangélicos em que o pastorado feminino não está acompanhado da

obrigatoriedade do pastorado do marido, porém no caso de Junia e Téo ela é observada: ele é o "pastor sênior" na Zion Church e o líder do Dunamis, enquanto ela exerce sua liderança em cargos hierarquicamente inferiores a ele nas duas organizações. Assim, "a despeito do crescimento do número de sacerdotisas, a associação da ordenação feminina com o ministério do casal expressa uma continuidade com o ideário cristão" (MACHADO, 2005, p. 394).

### **4.3 Raphaela Gonçalves**

Raphaela Gonçalves, ou Rapha, como ela se apresenta, é cantora da banda Dunamis Music, ligada ao Dunamis Movement. Seu perfil no Instagram tem o selo de verificado, que indica que é oficial e autêntico, comum entre outras pessoas famosas e com muitos seguidores, e é preenchido com fotos bem enquadradas, com filtros que ressaltam suas cores, em paisagens e locais bonitos. Além das imagens de cultos e shows em que canta e faz ministrações, vídeos de trechos de músicas religiosas e textos com reflexões a partir da leitura bíblica, Raphaela também faz publicações mostrando seu dia a dia: compras em lojas e brechós, suas combinações de roupas e acessórios, seus passeios com suas amigas em São Paulo e viagens a outros locais, além de fazer algumas poucas ações publicitárias pontuais.

Essa mistura de conteúdos posiciona Raphaela como uma influenciadora digital nos moldes "mundanos": ela constrói e engaja uma base de seguidores a partir da espetacularização da própria rotina e estilo de vida, e a partir disso exerce um poder de influência, um capital social, que pode ser trocado por capital financeiro (no caso de publicações publicitárias com fins de divulgar uma marca ou produto) ou outros tipos de influência. No caso dos influenciadores religiosos como os do Dunamis, essa influência se dá principalmente para engajar os seguidores em suas próprias programações - vendendo ingressos para eventos, cursos ou livros da editora própria do Dunamis - e no sentido proselitista: convencer as pessoas a

adotarem suas crenças e modos de interpretar e viver o cristianismo, ou seja, adotar sua forma de ver o evangelho do reino.

Além de cultivar para si esse capital social de influenciadora digital, a escolha de publicizar seu estilo de vida e de consumo contemporâneo e alinhado com as tendências da moda urbana faz com que a vida cristã, mesmo em sua versão mais radical e conservadora, seja vista como desejada, esteticamente atualizada e divertida, desassociando-a do estereótipo da mulher cristã ultra feminina, que se veste de forma tediosa e desatualizada e não pode aproveitar a vida. A isso se relaciona também o fato de Raphaela ser uma mulher solteira. Por não ter uma família com marido e filhos para cuidar, como é o caso de outras influenciadoras ligadas ao Dunamis cujas publicações giram majoritariamente em torno de temas familiares, sobra espaço em sua agenda e seu "*feed*" do Instagram para que outras experiências sejam vividas e mostradas.

A publicização dessa vida marcada por experiências impactantes, tanto espirituais como de consumo, alimenta a dinâmica apresentada no capítulo anterior da relação entre públicos e celebridades, que se dá através da projeção e da identificação. Seguidoras e seguidores podem se identificar com Rapha na medida em que compartilham da mesma fé e buscam experiências sobrenaturais e espirituais do mesmo tipo, ao mesmo tempo em que projetam nela o desejo de ter acesso aos mesmos bens de consumo, viagens, restaurantes e itens de moda. Além disso, a autoridade religiosa que ela adquire por sua relação institucional com o Dunamis, sua posição como cantora e sua "unção" quando está em um culto-show (tema abordado mais adiante) também a colocam nessa posição de ser uma referência ou um exemplo para seus seguidores e fãs.

As publicações do perfil de Rapha Gonçalves no período analisado apontam para algumas características das crenças e práticas do Dunamis Movement, exemplificadas nas publicações a seguir.

2 anos de um dia que marcou minha vida 🙌 @thesendbrasil

Quando eu cheguei em casa e sentei no sofá, fiquei pensando no dia insano que foi 08/02/20.

Eu tinha acabado de ver 3 estádios cheios, bem em frente ao meus olhos, adorando a Jesus. Cegos vendo, paráliticos andando, surdos ouvindo e milhares de pessoas dizendo SIM para o ide do Senhor. Tudo isso acontecendo na minha nação. Não parecia real, não mesmo. E enquanto eu lembrava tudo e agradecia a Jesus na sala de casa vazia eu ouvi “Eu também estou aqui”. Entendi que Ele sim estava lá nos estádios fazendo coisas bizarramente incríveis mas Ele também está aqui hoje esperando nossa resposta.. e a maior delas é continuar amando Ele com tudo que temos. Continuar diariamente buscando conhecer mais Dele na nossa sala vazia, por que é tudo sobre Ele.. toda a glória, honra e mais do que nunca as nossas vidas!<sup>31</sup>

Essa publicação, que lembra o The Send Brasil em seu aniversário de 2 anos, exemplifica o uso recorrente da palavra "bizarro" e "insano" que pode ser visto não só em Raphaela, mas também nas próprias páginas do Dunamis. A frequência com que os relatos de milagres e acontecimentos sobrenaturais são performados em seus eventos é grande e, por mais naturalizados que eles sejam em meio a esse contexto, ainda se usa essas palavras que demonstram espanto perante essas manifestações do "poder de Deus" (principalmente no caso do The Send Brasil, por causa da magnitude do evento).

Essa ênfase do Dunamis reforça a ideia de que a vida cristã é uma sucessão de eventos extraordinários em que experiências sobrenaturais são vividas com muita intensidade, em ambientes com muitos estímulos sensoriais e grandes emoções (que geralmente são os eventos promovidos pelo próprio Dunamis). Ainda assim, a lição que Rapha indica em seu texto é que, seja em grandes ajuntamentos religiosos ou na rotina e em casa, os sinais sobrenaturais e as grandes experiências devem ser marcantes e frequentes na vida do fiel. Além disso, os milagres e sinais sobrenaturais de Deus exigem uma resposta dos fiéis: mais comprometimento e amor por Deus e pela causa do Reino.

---

<sup>31</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZxbPuKJp3P/>. Acesso em 4 out. 2022.

Você já pensou que para chegar onde Deus te chamou você precisaria conhecer O pastor tal ou chamar atenção da pessoa X?

É certo que conexões nos levaram mais perto do nosso destino mas é mais certo ainda que Deus é a nossa maior e melhor conexão, e se você tiver favor com Ele não precisará de mais nada. Enquanto lia sobre a história de José me deparei com uma fala dele que me fez pensar nisso.

Em Gênesis 45:5-8 José fala para seus irmãos, que o tinham vendido como escravo a muitos anos atrás e no momento estavam precisando da sua ajuda, que não ficassem triste por terem feito mal a ele pq não foram eles que o enviaram para lá mais sim DEUS. Por mais que ele tivesse passado por muitos momentos difíceis durante sua caminhada até aquele momento, por conta de seus irmãos, ele os perdoou e continuo olhando para o Senhor. Ele não deixou de buscar a Deus e por que tinha favor com o Pai teve favor com o rei.

A verdade é que não importa quantas pessoas te fizeram mal ou até tentaram parar você de viver sua promessa, quem faz tudo é Ele. Ninguém pode te tirar ou colocar em um lugar que Deus não deixe, Ele abre e fecha as portas. Ele sabe o que é melhor para você. Não tenha medo de não viver algo por que outros lhe causaram mal, assim como José, saiba que Deus pode transformar algo que foi maldição na sua vida em uma grande benção que mudará a história. <sup>32</sup>

Essa publicação explicita uma forma de ler a Bíblia, também replicada em outros perfis associados ao Dunamis, baseada em interpretações alegóricas e moralistas do texto bíblico. Nessa perspectiva, as narrativas dos personagens da Bíblia, como os do Antigo Testamento, servem como exemplos de comportamento, de onde se tiram lições e aplicações práticas para a vida do crente hoje. Além disso, o texto de Raphaela também termina com a ideia de que a ação e a bênção de Deus na vida do fiel pode mudar a história, evidenciando mais uma vez o triunfalismo do Dunamis e sua ênfase em fazer parte de coisas grandiosas.

Quanto à sua dimensão enquanto cantora, o estilo musical da banda Dunamis Music e performado por Raphaela é o chamado *worship*. Trata-se de uma tendência importada dos EUA, com influências do folk, soul, rock e pop e cujas principais referências são os grupos Bethel Church, Elevation Worship, Hillsong United (este da Austrália), entre outros. As músicas desse estilo caracterizam-se por pads constantes, guitarras com distorção, vocais melódicos e letras repetitivas, com frequentes momentos de ministração espontânea e forte apelo emocional. O estilo

---

<sup>32</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZh0mqHJj3N/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

worship é uma subcategoria que faz parte da chamada música gospel (CUNHA, 2007), associado ao estilo denominado "adoração" (DOLGHIE; CAMPOS, 2010). É, no entanto, uma importação mais recente, com características sonoras específicas e um forte apelo emocional e espontâneo e que cria uma atmosfera intimista e emocional durante sua reprodução.

Durante o período analisado, de janeiro a março de 2022, a banda Dunamis Music realizou uma turnê nos Estados Unidos, tocando em diversos cultos e outros eventos no país. A turnê foi chamada de "pré The Send", já que culminou no evento The Send em Kansas City, em abril deste mesmo ano. As músicas cantadas eram principalmente em inglês para o público local, o que é coerente com a grande influência norte-americana que o Dunamis como um todo absorve. A cobertura da turnê no perfil do Instagram de Raphael também incluiu os ensaios, as viagens entre cidades e passeios em restaurantes e pontos turísticos do país.

Raphaella publicou em seu perfil da mídia digital diversos registros de suas apresentações (tanto na turnê nos EUA quanto em outras ocasiões), com os momentos de adoração em cultos, mostrando a cantora e outros membros da banda ou dos públicos ajoelhados, com os braços para cima e olhos fechados, orando e praticando glossolalia (Figura 15). Para entender essas manifestações é preciso olhar para o contexto maior em que elas estão inseridas, e o papel que a música exerce em cultos e shows evangélicos na contemporaneidade.

Figura 15. Publicações de momentos de adoração (Rapha)



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZKzClapK3b/> e <https://www.instagram.com/p/CakveLJp5mN/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

A emoção tem feito parte da liturgia protestante do Brasil desde o seu início (já com influências norte americanas), mas tem tomado outros contornos nas últimas décadas, com o "esvaziamento litúrgico" dos cultos, que se manifestou na ausência de elementos simbólicos no culto, tais como vestimentas, orações públicas, ênfase na eucaristia, etc. (DOLGHIE, 2007, p. 83), seguido pelo início do mercado da música gospel (CUNHA, 2007) e mais recentemente com o *worship*. Assim, o louvor carismático já é um elemento consolidado como um momento litúrgico do culto evangélico, na forma do louvor emocionalista, uma espécie de simbiose entre o espetáculo e o culto. A música se torna uma forma de trazer por meio do dispositivo emocional a presença da divindade no culto (DOLGHIE, 2007, p. 94).

Essas alterações deram origem aos cultos-show, eventos em que a música de adoração é apresentada em um ambiente repleto de estímulos sensoriais, com fortes elementos estéticos e dramáticos, como aponta Dolghie (2010). A autora destaca aspectos dos momentos de louvor que caracterizam a adoração na cultura evangélica contemporânea: a ênfase no louvor como uma das mais perfeitas expressões religiosas; a emoção como marca da experiência; a condução carismática; a autonomia do momento de louvor; a estetização do momento; o lúdico como forma de expressão religiosa (DOLGHIE, 2007, p. 275). Cria-se então uma relação estética com o conteúdo sagrado (DOLGHIE, 2010, p. 35).

Esse modelo de culto foi consolidado a partir das dinâmicas de demanda e oferta de bens religiosos e da produção religiosa como mercadoria (DOLGHIE, 2010, p. 2). Na configuração do mercado religioso como um ambiente de concorrência, os fiéis consomem determinadas experiências, músicas e eventos e isso se torna parte constitutiva de suas identidades religiosas e de seu pertencimento a um grupo (DOLGHIE, 2010, p. 8).

No culto-show de louvor estetizado, o ministro de louvor tem um importante papel, que vai muito além de cantar bem as letras das canções: ele deve fazer orações dramáticas, falar nos momentos de adoração espontânea, profetizar, dar testemunhos, fazer pequenas pregações entre as músicas e quem sabe até performar milagres. A ele é atribuída a ideia de unção, uma força sobrenatural dada por Deus, que se relaciona com o controle dos sentimentos do público (DOLGHIE, 2007, p. 92 e 93). Raphaela, portanto, se coloca como uma cantora e ministra de louvor que carrega consigo essa unção que, junto com outros elementos sensoriais que são usados nesses eventos, é capaz de criar emoções e experiências espirituais durante os períodos de louvor.

Esse ambiente gera manifestações corporais e emocionais nos públicos, como choro, contrição, introspecção, euforia, danças, pulos, gritos, quedas e glossolalia, num ambiente de liberdade e naturalização desses atos. Essas manifestações foram popularmente associadas a igrejas pentecostais e

neopentecostais de periferia, como um resultado de sincretismo com religiões de matriz afro e que causam estranhamento aos frequentadores das igrejas protestantes mais tradicionais, racionalistas e de classe média. Entretanto, no Dunamis Movement (e em outros ambientes evangélicos contemporâneos, principalmente os ligados às igrejas chamadas pelo anglicismo "Churches"), essas práticas são comuns e normalizadas, tidas como parte do "Dunamis Lifestyle", um estilo de vida que lida cotidianamente com o sobrenatural fazendo parte da vida e dos momentos de adoração e culto. Assim, a presença de glossolalia, quedas, e outras manifestações físicas, mesmo em contextos elitizados e de maioria branca, como são os eventos do Dunamis, tornou-se algo não só aceitável como também incentivada e vista como algo que faz parte da juventude e é considerado autêntico e interessante.

A exposição nas redes digitais de situações em que pessoas estão tendo experiências espirituais e emocionais suscita a discussão da transparência da mediação tecnológica e da transmissão das imagens como parte dessa experiência. Por ter a midiatização como parte constituinte desde o seu início, é comum que em todas as programações e eventos do Dunamis Movement (do qual a turnê citada acima é apenas um dos exemplos) haja câmeras sempre a postos para capturar fotografias e vídeos dos momentos vividos ali. Os perfis do próprio movimento e de seus líderes e participantes são frequentemente cheios de imagens de situações de fortes emoções e demonstrações de experiências sobrenaturais dentro de templos, as quais carregam em si uma ideia de algo íntimo, sublime e espiritual.

Essas imagens são publicadas e mostradas com uma aura de autenticidade, indicando que os dispositivos que as produziram são transparentes, como se eles não estivessem ali concretamente, alterando e fazendo parte das dinâmicas do momento. Ao olhar para elas, tem-se a impressão de estar fazendo parte de um momento de intimidade que aquela pessoa estava vivendo.

Entretanto, já se discute, por exemplo, os limites da representação da realidade em documentários, pois o documentarista não é isento e neutro, e existe

essa opacidade do encontro com o outro e da mediação de uma câmera (MENDES, 2019). Algo parecido pode ser questionado em situações como as dos cultos-show publicadas por Raphaela e pelo Dunamis, pois as publicações dos momentos de culto também têm a pretensão de serem documentais, ou seja, mostrar de forma real uma situação que aconteceu. Mas a representação da experiência religiosa e mística também tem limites: a consciência da presença da câmera ali, no momento sagrado, altera a forma com que as pessoas, tanto no palco quanto fora dele, se mostram e performam as emoções suscitadas pelo momento de louvor. Assim, existe uma dimensão de autenticidade de experiências espirituais que é maculada com a materialidade da presença de câmeras e fotógrafos que produzem essas imagens e profissionais de marketing e influenciadores que as publicam, e que escapa à mediação dessas tecnologias.

E quando o culto-show acaba e a semana recomeça, as câmeras dos smartphones dessas mesmas pessoas estão a postos para capturar também restaurantes caros, roupas e acessórios de marcas, procedimentos estéticos, passeios em locais turísticos pelo mundo. Tudo isso, em conjunto, contribui para diluir as fronteiras entre o sagrado e o profano, entre o sobrenatural e o mundano, e constrói nos seguidores e fãs o imaginário do #DunamisLifestyle, ou estilo de vida Dunamis.

#### **4.4 Henrique Krigner**

Henrique Krigner é, dentre os líderes do Dunamis, uma espécie de representante da "esfera do governo", a aposta do movimento para "influenciar" essa esfera: ele é o mais ativo em produzir conteúdos e formar opiniões propriamente políticas nos seus públicos. Além disso, ele foi candidato a vereador de São Paulo em 2020 pelo Progressistas, contou com o apoio massivo dos outros participantes do Dunamis e da Zion Church na campanha, e teve 16.670 votos.

Durante o período analisado, Krigner fez 40 publicações em seu Instagram. Dessas, apenas cinco trataram de assuntos propriamente religiosos, como leitura

bíblica e a importância de ir à igreja. Outras 29 publicações foram sobre temáticas relacionadas, direta ou indiretamente, à política.

A última publicação do ano de 2021 em seu perfil no Instagram havia sido uma foto em que Krigner aparece mirando com uma arma em um alvo, em um clube de tiro. Apesar do texto da legenda falar, metaforicamente, sobre a importância de se mirar nos objetivos certos no novo ano que se iniciava, a imagem escolhida já acenava para o público conservador, que tem abraçado a causa do armamentismo no Brasil.

Após a virada do ano, Krigner começou 2022 publicando sobre sua etapa seguinte de "preparação para o chamado". A partir deste ano, ele começaria um mestrado em políticas públicas na Liberty University, uma universidade americana que Krigner descreve como "cristã e um dos mais influentes polos de estudo conservador no país". Ele também anuncia que sua ida para os EUA é temporária, já que seu coração permanecerá no Brasil e que ele voltará "ainda mais preparado pra cumprir a missão na política", para a qual está se preparando no longo prazo<sup>33</sup>.

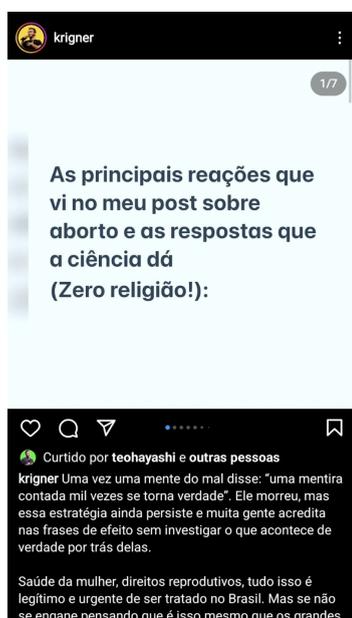
Nas 29 publicações sobre política, Krigner fez ataques ao ex-presidente Lula, ao ex-governador de SP Geraldo Alckmin, à ex-senadora Marina Silva, aos partidos PT e PSOL, ao Movimento dos Trabalhadores sem Terra, ao Supremo Tribunal Federal e ao ministro do STF Alexandre de Moraes. Também afirmou que a esquerda é "antibíblica por essência" e comentou polêmicas que pautaram discussões nos fóruns das redes digitais na internet durante o período, como a morte de Olavo de Carvalho (uma das grandes inspirações "intelectuais" dos bolsonaristas, inclusive para Krigner), a guerra na Ucrânia, os movimentos políticos do ex-juiz Sérgio Moro e do governador João Doria, a suspensão do aplicativo de mensagens Telegram, a suposta ameaça de pedofilia em conteúdos do serviço de *streaming* Netflix, entre outros. Todos esses assuntos foram abordados a partir do ponto de vista conservador, alinhado às narrativas de outros influenciadores digitais

---

<sup>33</sup> Afirmação publicada na legenda da foto disponível em: <https://www.instagram.com/p/CYM7cChFtpo/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

bolsonaristas que comentavam os mesmos casos na época e, em alguns casos, com o tom de deboche característico desses influenciadores. Krigner também sinalizou a favor do liberalismo econômico, numa publicação que questionava a posição baixa do Brasil em um ranking de países com maior liberdade econômica. Além disso, não faltaram publicações sobre a temática do aborto (Figura 16), que é muito enfatizada por conservadores e usada para gerar pânico moral contra partidos e políticos de esquerda.

**Figura 16.** Publicação sobre aborto



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CaVmNdBOF27/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

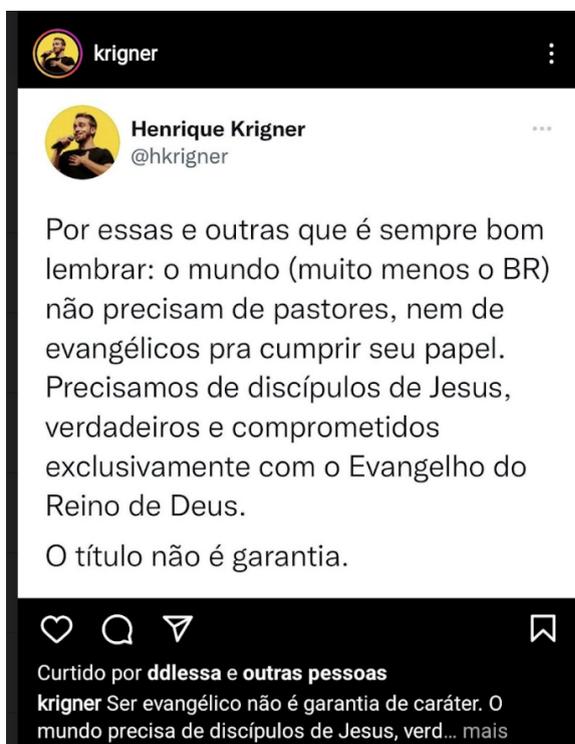
Krigner enfatizou, desde o início do ano, a importância dos votos para os cargos legislativos e a necessidade de que os eleitores conservadores se organizassem para eleger o máximo de deputados e senadores que defendem "os valores cristãos". Ele também publicou um convite para que cristãos conservadores que fossem se candidatar a algum cargo público nas eleições de 2022 fizessem contato com ele, para que pudessem articular uma rede de diálogo e apoio entre esses possíveis candidatos e políticos.

Esse convite reforça o posicionamento construído por Krigner de se colocar como uma figura de liderança e referência no que diz respeito ao envolvimento do cristão com a política. Essa autoridade é percebida também nos comentários de endosso que outros líderes do Dunamis fazem em suas publicações, e pelo fato de que outras organizações cristãs o convidam para palestrar e dar aulas sobre a temática. Portanto, Krigner se coloca e é percebido como alguém que tem conhecimento e credibilidade para instruir e influenciar cristãos em seu envolvimento com as eleições e a política como um todo.

Essa chamada também indica que, para Krigner, candidatos conservadores são aqueles que defendem os valores cristãos, independentemente de eles mesmos serem evangélicos praticantes ou não. Isso representa uma percepção um pouco diferente daquela em que "irmão vota em irmão" (MARIANO, 2005), já que defender pautas reacionárias e conservadoras já qualifica um candidato para que obtenha o apoio e o voto dos cristãos convictos.

O tom geral das publicações de Krigner gira em torno da ideia promovida pelo Dunamis, já mencionada neste trabalho, de evangelho do reino. Ele afirma que "não precisamos de mais cristãos nominais e sim que os evangélicos cumpram seu papel de comprometidos com o evangelho do reino de Deus" (Figura 17). Reafirma que, com a maior participação dos evangélicos nos espaços de poder e influência da sociedade, o reino de Deus prometido estará mais próximo de se concretizar na Terra.

**Figura 17.** Publicação sobre evangelho do reino



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CbfnwzHOJsC/>. Acesso em: 13 dez. 2022.

A isso se associa a ideia que é chamada de guerra cultural. De acordo com Frederico dos Santos (2021), trata-se de uma expressão popularizada nos Estados Unidos, em 1991, por James Davison Hunter, que descreve

o embate entre duas visões de mundo antagônicas, uma conservadora (também chamada de ortodoxa ou tradicionalista), associada à direita política, e outra progressista, relacionada, predominantemente, às esquerdas, mas não só. A guerra cultural traz em seu bojo problemas de ordem social e moral que dizem respeito, por exemplo, à sexualidade, ao comportamento, à raça, à religiosidade etc., implicando ainda questões políticas e econômicas (SANTOS, 2021, p. 181)

Essa tensão social e política se dá no universo da cultura, do pensamento, dos valores e símbolos (SANTOS, 2021, p. 185) e foi abraçada e entrelaçada com o discurso evangélico de batalha espiritual. Então, a realidade e as disputas políticas e

sociais são vistas a partir de uma dicotomização entre o bem e o mal, entre o lado de Deus e o das trevas.

Nesse maniqueísmo simplista, a interpretação dominionista da Bíblia é apresentada como a única correta, sumarizada nos chamados "valores cristãos": a defesa da heteronormatividade, da propriedade privada, a luta contra o aborto, o comunismo e a corrupção. Henrique também aponta para a "idolatria" das ideologias esquerdistas que, segundo ele, querem colocar outros ídolos no trono que pertence apenas a Jesus. Apenas ao se referir às visões contrárias à sua, Krigner usa o termo ideologia.

Um outro tema se conecta com a visão de política e de dominionismo religioso: a oração. Krigner tem enfatizado a temática da oração há algum tempo: em 2020 ele lançou, junto com a pastora Elizete Rodrigues (ligada ao Diante do Trono e à igreja da Lagoinha), o livro "Faz minha igreja orar" pela editora Quatro Ventos. Na descrição do livro no website da editora, lê-se que:

A oração é o combustível mais eficiente para o avivamento e a transformação social que tanto temos esperado. É por meio dessa prática que encontramos propósito, direção, encorajamento e estratégia para expandir o Reino de Deus em nossas vidas e na sociedade. Todo cristão é um intercessor e carrega autoridade para impactar este mundo através da oração.<sup>34</sup>

A oração é, portanto, não apenas uma forma de conexão com o divino e de fazer pedidos e louvores a Deus, mas uma ferramenta para auxiliar na guerra cultural e espiritual que está travada. Nessa perspectiva dualista, a oração é vista como uma arma essencial na batalha espiritual contra o mal. Através desse contato com os céus, o cristão pode fazer parte dos grandiosos planos de Deus e pedir para que ele intervenha a favor de seu povo nas disputas políticas.

Assim, Krigner utiliza seu espaço como influenciador digital para construir um posicionamento de autoridade religiosa e intelectual no que diz respeito à política e ao conservadorismo. Através de suas interpretações simplistas dos fatos atuais e da

---

<sup>34</sup> Disponível em: <https://www.plenitudedistribuidora.com.br/faz-minha-igreja-orar-ezenete-rodrigue-e-henrique-krigner-86543>. Acesso em: 13 dez. 2022.

Bíblia, ele solidifica em seus públicos a demonização da esquerda, e a ideia de que a sociedade brasileira está numa grande guerra, e que cabe aos cristãos lutarem ao lado do próprio Deus contra as ideologias malignas, através não apenas do ativismo político, mas também da oração.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Todas as discussões introduzidas nesta análise podem ser desenvolvidas e olhadas a partir de outros prismas. Por exemplo, no que diz respeito ao envolvimento de evangélicos com política, variáveis como a própria formação política brasileira poderiam ser consideradas. Ao olhar para a questão de gênero, ou para características litúrgicas, outras nuances poderiam ser desenvolvidas. O recorte desta dissertação, no entanto, não permite avançar mais. Sua especificidade se dá no olhar para o Dunamis Movement enquanto instituição e para seus líderes enquanto influenciadores digitais.

Os conteúdos publicados pelos personagens desta pesquisa, portanto, apontam para temáticas que perpassam setores do evangelicalismo brasileiro (influenciado pelo norte-americano), como a ênfase em Jesus como líder, o espetáculo litúrgico, a guerra cultural e espiritual, ao mesmo tempo em que fazem parte e reforçam o universo de sentido construído pelo Dunamis, que prega uma vida pautada por ações sobrenaturais e pela busca por influência na sociedade.

Todos os seus conteúdos são atravessados pela ideia de evangelho do reino, pregada pelo Dunamis. Essa teologia alimenta uma visão de mundo que usa uma interpretação literalista (que se pretende ser única) da Bíblia como chave hermenêutica para entender as situações sociais, os conflitos políticos e toda a realidade, de forma simplista, centrada na ação de Deus e na participação dos fiéis nos seus planos escatológicos, e que visa transformar o mundo por supostos princípios e valores bíblicos, que apontam para o conservadorismo moral.

Essa proposta de participação em um plano grandioso e divino fornece sentido e propósito em meio à confusão da vida moderna. Assim, discursos como os do Dunamis e de seus influenciadores têm destaque tanto na concorrência por atenção em meio à avalanche de informações das mídias digitais, quanto também na concorrência dentro do mercado religioso, atraindo fiéis de diversos segmentos evangélicos.

Enquanto celebridades religiosas ou influenciadores digitais, os líderes do Dunamis alimentam novas dinâmicas de autoridade religiosa, típicas da religião mediatizada, em que pessoas seguem e são influenciadas por eles, mesmo não tendo ligação institucional com o Dunamis ou com a Zion Church.

Essa legitimidade de Téo, Junia, Henrique e Raphaela é constituída na relação entre seus cargos institucionais (enquanto pastores ou líderes das organizações religiosas que representam), e seu posicionamento no ambiente das redes. Por um lado, podemos dizer que as fronteiras de autoridade entre pastores/líderes e leigos são diluídas, já que nas mídias digitais não é preciso ter um título religioso tradicional para exercer influência. Por outro lado, no caso dos personagens dessa pesquisa, a legitimidade instituída por seu reconhecimento enquanto pastores ou lideranças ligadas ao Dunamis e à igreja é importante para que sejam vistos como "homens e mulheres de Deus" e "ungidos" pelos seus públicos, e a partir disso ampliem sua audiência e influência através do alcance midiático.

Ainda assim, as mídias digitais se mostram mais uma vez como constituidoras da experiência religiosa, na medida em que um tipo de religiosidade específico se dá através de sua mediação. Nela, um fiel pode alimentar seu imaginário, direcionar o conteúdo de sua fé e reinterpretar seu papel social enquanto cristão, influenciado pelos personagens, discursos e imagens que encontra nas mídias, imersos nas linguagens e códigos típicos de ambientes digitais.

Em termos estéticos, os influenciadores analisados em geral apresentam fotografias, vídeos e imagens de alta qualidade, que indicam modernidade e mostram um estilo de vida de classe média e alta. Contrastando com a atualidade dos elementos imagéticos, o discurso mantém elementos de conservadorismo político e teológico, inclusive quando alimenta a expectativa de um avivamento que trará renovação moral e espiritual às nações. As frequentes experiências internacionais (viagens, turnês, cursos fora do país) expostas nas publicações

cooperam para a ideia de fazer parte de uma importante missão escatológica e de proporções mundiais.

O Dunamis Movement e seus líderes influenciadores continuam em plena atividade, com seus eventos e cursos acontecendo tanto presencialmente quanto nas mídias digitais. Durante as eleições presidenciais de 2022, inclusive, eles se tornaram ainda mais explícitos em seu apoio a Jair Bolsonaro e a candidatos a deputados e senadores da base bolsonarista, fazendo campanha abertamente e até entrevistando<sup>35</sup> o próprio presidente. Enquanto isso, também aumentaram o seu número de seguidores nas mídias digitais. Portanto, trata-se de uma organização de crescente influência dentro dos círculos evangélicos e conservadores e que se aproxima cada vez mais da política, e que merece a atenção dos pesquisadores em Ciências da Religião e outras áreas em futuras pesquisas.

---

<sup>35</sup> Em 12 de setembro de 2022, representantes do Dunamis e de outros ministérios evangélicos fizeram uma entrevista colaborativa com o então candidato à reeleição Jair Bolsonaro, na qual demonstraram seu apoio e deram oportunidade para que o presidente fizesse sinalizações a temas caros à juventude evangélica. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=BEPbQLkFCAs>, acesso em: 2 dez. 2022.

## REFERÊNCIAS

ABIDIN, Crystal; KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”**: uma entrevista com Crystal Abidin. In: Intercom - RBCC. São Paulo, v. 44, n. 1, p.289-301, jan./abr. 2021

AGUIAR, Taylor Pedroso de. Promovendo a “cultura do Reino”: notas sobre música, religião e cultura a partir de uma juventude evangélica no sul do Brasil. In: **Debates do NER**, Porto Alegre, ano 20, n. 37, p. 141-167, jan./jul. 2020.

AVANTE, **BOLSONARO NO THE SEND - Discurso COMPLETO. Ele se EMOCIONOU ao ver a reação do público em Brasília.** YouTube, 10 fev. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qJUzbksmYCA>, acesso em: 13 dez. 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.

BÍBLIA DUNAMIS. [s. a.]. São Paulo: Quatro Ventos, 2020.

BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas.** tradução Cássia R. da Silveira e Denise Moreno Pegorim; revisão técnica Paula Montero. - São Paulo: Brasiliense, 2004.

BRAGA, José Luiz. Mediatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, Ana Silvia L. D.; ARAUJO, Denise C.; BRUNO, Fernanda (Org.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática**, p. 141-167. Porto Alegre: Sulina, 2007.

CAMPOS, Breno Martins. A exclusão do outro na história do mesmo: uma tentativa nova de classificar o velho fundamentalismo religioso. In: **Religare: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências das Religiões da UFPB**, v. 15, n. 2, p. 354-381, 2018.

CAMPOS, Leonildo Silveira. As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada. In: **Revista USP**, n. 67, p. 100-115, set.-nov. 2005.

CASARÕES, Guilherme. Religião e Poder: a Ascensão de um Projeto de “Nação Evangélica” no Brasil? In: **Revista Interesse Nacional**, p. 9-16, abr.-jun. 2020.

CONTEND GLOBAL. **A Personal Video from Lou Engle.** YouTube, 24 out. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=J8nH3zaFvjk>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

COSTA, Douglas Lima da. **Cosmovisões em conflito: discurso cristão X discurso acadêmico na Universidade Federal de Sergipe.** São Cristóvão, 2020.

CREECH, Joe. Visions of Glory: The Place of the Azusa Street Revival in Pentecostal History. In: **Church History**, 65(03), 405, 1996.

CRUZ, Kelvin Silva da. Worship: aspectos técnicos musicais de um subgênero da música gospel brasileira. In: **Educon**, Aracaju, Volume 12, n. 01, p.5-12, set/2018 | [www.educonse.com.br/xiicoloquio](http://www.educonse.com.br/xiicoloquio). São Cristóvão, 2018.

CUNHA, Magali do Nascimento. **A Explosão Gospel. Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico contemporâneo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOLGHIE, Jacqueline Zioldo; CAMPOS, Breno Martins. Sacerdócio, mercadoria e espetáculo: uma perspectiva teórica do consumo de música evangélica no Brasil. In: **Revista Pandora Brasil**, n. 25, dezembro, 2010.

DOLGHIE, Jacqueline Zioldo. Louvor e Carisma: uma análise do poder religioso. In: **Âncora: revista digital de estudos em religião**, vol. III, ano 2, p. 82-98, 2007.

DOLGHIE, Jacqueline Zioldo. **A espetacularização do sagrado: o espetáculo da adoração como experiência religiosa e o protestantismo brasileiro**. Relatório técnico-científico. In: Adelpa Repositório Digital, 2010. Disponível em: <<https://dspace.mackenzie.br/handle/10899/14439>>. Acesso em: 12 dez. 2022.

DUNAMIS MOVEMENT. Dunamis, 2021a. **Quem Somos - Dunamis Movement**. Disponível em: <<https://dunamismovement.com/quem-somos/>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

DUNAMIS MOVEMENT. Dunamis, 2021b. **Dunamis Movement - Despertar - Estabelecer - Transformar**. Disponível em: <<https://dunamismovement.com/>> Acesso em: 13 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **Dunamis Hangout #20 - Relacionamentos**. YouTube, 13 jun. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0UhCdCgsPRQ>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **Tudo ou Nada - TESTEMUNHO // Téo Hayashi – MOVE**. YouTube, 23 jun. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EvQ1lpX9QNo>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **Dunamis Hangout #23 - Sinais e Maravilhas**. YouTube, 4 jul. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cTp0SJMkIGs&t=3208s>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **Dunamis Hangout #26 - As 7 Esferas da Sociedade** YouTube, 15 ago. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZYP5nP53ejU>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **Papo Reto: Como Andar no Sobrenatural**. YouTube, 30 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8H2Dvrz1uB4&t=5891s>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **O que é o Dunamis?**. YouTube, 08 fev. 2018. Disponível em: <<https://youtu.be/hfIMIO2kn1E>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **Dunamis Hangout - O Sonho Dunamis e Como Será Amanhã**. YouTube, 25 mar. 2018. Disponível em: <<https://youtu.be/hs6ZM9dUZol>>. Acesso em: 16 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **O VERDADEIRO AVIVAMENTO // Téo Hayashi - Conferência Dunamis 2016**. YouTube, 11 abr. 2018. Disponível em: <[https://youtu.be/ivA\\_73vIIes](https://youtu.be/ivA_73vIIes)>. Acesso em: 18 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **DUNAMIS 10 ANOS - Websérie**. YouTube, 13 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Noi3s91obv4&list=PLWMS69kWyqISEIHPT862-zuzJa6mIS5LL>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **COMO SER NATURALMENTE SOBRENATURAL #17 feat. Téo Hayashi - Dunamis Sprint**. YouTube, 7 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EMGF1La3QFM>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **COMO GERAR AVIVAMENTO SUSTENTÁVEL #18 feat. Eduardo Nunes - Dunamis Sprint**. YouTube, 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://youtu.be/H1pwNDTMRUY>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **COMO ORAR POR CURA #21 feat. André Tanaka - Dunamis Sprint**. YouTube, 13 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JwthgNm6euk>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **Dunamis Hangout - ESPECIAL 10 ANOS DE DUNAMIS**. YouTube, 26 abr. 2019. Disponível em: <<https://youtu.be/xbuvF-azZXQ>>. Acesso em: 16 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **MEGA HANGOUT // CHEGOU A SUA HORA BRASIL! (Téo Hayashi, Brunão Morada, Zoe Lilly e Rapha Gonçalves)**. YouTube, 7 mai. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=n3WD5HDi9Bw>>. Acesso em: 16 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **Dunamis Hangout - Como Trazer o Céu pra Terra (Téo Hayashi, Victor Azevedo e Eduardo Nunes)**. YouTube, 25 jun. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=n3WD5HDi9Bw&t=6080s>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DUNAMISMOVEMENT. **THE SEND BRASIL 2020 - AO VIVO**. YouTube, 8 fev. 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0c6wBmHrVRM&t=1s>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

EBERT, Clarice e SOBOLL, Lis Andrea Pereira. **O trabalho pastoral numa análise da Psicodinâmica do Trabalho**. Aletheia [online]. 2009, n.30, pp. 197-212. ISSN 1413-0394.

ESCOLA DUNAMIS. Dunamis, 2021. **Escola Dunamis - Desafio Next Level**. Disponível em: <<https://dunamisnextlevel.com.br/ed-oficial/>>. Acesso em: 20 set. 2021.

ENLOW, John. **A profecia das sete montanhas: desvendando a próxima revolução de Elias**. Shofar, São José dos Campos, 2008.

FEITOSA, Alexandro Henrique Corrêa; LEDA, Denise Bessa. “A gente se cobra o tempo todo. Pra Deus tem que ser bem-feito”: análise Psicodinâmica do Trabalho de pastores protestantes no contexto de uma Igreja Pentecostal. In: TEIXEIRA, Catarina Malches; et al (orgs.). **30 anos do Curso de Psicologia da UFMA: contando e fazendo história**. São Luís: EDUFMA, 2022.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula Guimarães. Celebidades como ponto de ancoragem na sociedade midiaticizada. In: **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 1062-1081, setembro-dezembro, 2014.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula Guimarães. Celebidades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea. In: **XXVII Compós**, Belo Horizonte, 2019.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula Guimarães; PRADO, Denise. Apresentação. In: FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula Guimarães; PRADO, Denise (Orgs). **Celebidades no século XXI, volume 2: diversos perfis, diferentes apelos**. Belo Horizonte, PPGCOM, 2020.

FRANÇA, Vera. Celebidades: identificação, idealização ou consumo?. In: FRANÇA, Vera. et al (Orgs). **Celebidades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

FREIRE, Adriana do Amaral. **Quando o fiel vira fã: celebridades religiosas e interações no Facebook. 2017**. 171 f. (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017.

GONZÁLEZ, Justo L. **Uma história ilustrada do cristianismo: a era dos reformadores até a era inconclusa**. São Paulo: Vida Nova, 2011.

GOUVEIA, Eliane Hojaij; MARTINO, Luis Mauro de Sá. Pluralismo religioso nas mídias eletrônicas. In: **Revista Nures**, v. 8, p. 4-17, 2008.

GUILLEN, Fernando. **7 Montes**. [S.L.] Fernando Guillen, 2009.

HAYASHI, Teófilo. **Next Level: O próximo nível começa no fim da sua zona de conforto**. Editora Quatro Ventos, 2017.

HAYASHI, Teófilo. **O Reino Inabalável**. Editora Quatro Ventos, 2018.

HAYASHI, Teófilo; HAYASHI, Sarah. **Nuvem de Glória**. Editora Quatro Ventos, 2019.

HEINICH, Nathalie. Limits of Religious Analogy: The Example of Celebrity. In: **Social Sciences**. 3(1), 71-83, 2014.

HERVIEU-LÉGER, D. **O peregrino e o convertido: a religião em movimento**. Petrópolis: Vozes, 2005.

HJARVARD, Stig. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: **Matrizes**, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 53-91, 2012.

JOCUM BRASIL. Jocum, 2021. **Conheça a Jocum**. Disponível em: <<https://jocum.org.br/quem-somos/conheca-a-jocum/>>. Acesso em: 21 set. 2021.

JOCUM BRASIL. Jocum, 2021. **Alcançando as 7 áreas de influência**. Disponível em: <<https://jocum.org.br/as-7-areas-de-influencia/>>. Acesso em: 21 set. 2021.

KARHAWI, Issaaf. Espetacularização do Eu e #selfies: um ensaio sobre visibilidade midiática. In: **Anais COMUNICON**, 5., 2015, São Paulo. Anais... São Paulo: Comunicon, 2015.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria. In. SAAD-CORRÊA, E. N.. SILVEIRA, S. C. **Tendências em Comunicação Digital**. São Paulo: ECA-USP, 2016.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. In: **Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp)**, XI, Belo Horizonte, 2017, anais. Belo Horizonte, 2017

KARHAWI, Issaaf. **De blogueira a influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

KOSICKI BELLOTTI, Karina. "Lidere como Jesus" – Liderança e autoajuda na mídia evangélica nos Estados Unidos e no Brasil (1980-2010). In: **Fronteiras: Revista de História**, vol. 19, núm. 34, jul.-dez., p. 207-233, 2017.

LOUENGLÉ. **The Lou Engle Story**. YouTube, 30 de jun. de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qrdMam8vYGk>>. Acesso em: 21 set. 2021.

MACHADO, Maria das Dores Campos. Representações e relações de gênero nos grupos pentecostais. In: **Revista Estudos Feministas**; Dossiê Gênero e Religião, 13 (2), ago., 2005.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

MARQUES DOS SANTOS, S. Um povo eleito em uma terra prometida: o mito do destino manifesto e as raízes do nacionalismo. In: **Revista Aedos**, [S. l.], v. 14, n. 32, 2023.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico**. São Paulo: Paulus, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sá. A religião midiaticizada nas fronteiras entre o público e o privado. In: **Ciberlegenda**, Niterói, v.26, n. 1, p. 13-26, 2012.

MARTINO, Luis Mauro Sá. Mediação e midiaticização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas. In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. **Mediação & midiaticização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Midiaticização da religião e secularização: pensando as práticas religiosas no ambiente das mídias. In: **Paulus: Revista De Comunicação Da FAPCOM**, 1(1), pag. 97–108, 2017.

MENDES, Silma Ramos Coimbra. **A opacidade discursiva e a urdidura da atividade de trabalho do documentarista: o cinema-documentário de Eduardo Coutinho**. In: Revista Encantar - Educação, Cultura e Sociedade, v. 1, n. 3, p. 259-272, set./dez. Bom Jesus da Lapa, 2019.

MENDONÇA, Antonio Gouvêa. Uma Macro-Reflexão sobre o Campo Religioso Brasileiro: Variações sobre Dois Temas Bourdieuanos - a propósito da morte de Pierre Bourdieu. In: **Estudos de Religião**, São Paulo, v. 23, p. 22-40, 2002.

MENDONÇA, Antonio Gouvêa; FILHO, Prócoro Velasques. **Introdução ao protestantismo no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 1990.

MONIZ, Jorge Botelho. As falácias da secularização: análise das cinco críticas-tipo à teoria da secularização. In: **Política & Sociedade**, n. 36 (16), 2017.

NOVAIS, Tiago de Melo. **Tradição e teologia pública neocalvinista: descrição e análises comparativas no contexto da contemporaneidade**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) – Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2021.

PIERUCCI, Antônio Flávio. Secularização em Max Weber: da contemporânea serventia de voltarmos a acessar aquele velho sentido. In: **Revista brasileira de Ciências Sociais**. 13 (37), jun, 1998

PIERUCCI, Antônio Flávio. Reencantamento e dessecularização: a propósito do auto-engano em sociologia da religião. In: **Novos Estudos Cebrap**, 49: 99-119, 1997.

PIMENTEL, Márcia Cristina. A construção da celebridade midiática. In: **Contemporânea**, [s. l.], v. 3, n. 1, p. 193-203, 2005.

QUADROS, Marcos Paulo dos Reis. Neoconservadorismo e direita religiosa nos Estados Unidos: formação ideológica, "guerra cultural", e política externa. In: Espaço Plural, vol. XV, núm. 31, jul.-dez, p. 43-61m 2014.

ROJEK, Chris. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

RWW Blog. **Enlow: Government & Media Should Function On Earth As They Do In Heaven**. YouTube, 19 jul. 2013. Disponível em: <<https://youtu.be/RgDGKrgVwGk>>. Acesso em: 21 ago. 2021.

REVISTA RENASCER. Renascer, 2021. **Entrevista com Teófilo Hayashi** - Revista Renascer Versão Digital. Disponível em: <<https://revistarenascer.com/entrevista-com-teofilo-hayashi/>>. Acesso em: 21 set. 2021.

RIGHT WING WATCH. RIGHT WING WATCH, 2021. **Johnny Enlow Marries Seven Mountains Dominionism to the QAnon Conspiracy Theory**. Disponível em: <<https://www.rightwingwatch.org/post/johnny-enlow-marries-seven-mountains-dominionism-to-the-qanon-conspiracy-theory/>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

SANTOS, Frederico Rios C. dos. O que se entende por Retórica da Guerra Cultural. In: **Domínios de Lingu@gem**, vol. 15, n. 1, jan. - mar., p. 180-227. Uberlândia, 2021.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Claudia Neves da; TERUEL, Júlia Mirian; SILVA, Alessandra Tosti. Manifestações Religiosas no Espaço Acadêmico: Interferências no Processo

Pedagógico. In: **Rev. Ens. Educ. Cienc. Human.**, v. 18, n.2, p. 163-168, 2017 163. Londrina, 2017.

SIMÕES, Paula Guimarães. A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica. In: **Comunicação e filosofia**, [s. l.], v. 16, n. 2, p. 67-79, 2009.

SIMÕES, Paula Guimarães. Celebridades na sociedade midiaticizada: em busca de uma abordagem relacional. In: **Eco-pós**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 104-119, 2013.

TUDOR, Mihaela-Alexandra; HERTELIU, Agnos Milian. Mediatização do religioso: novas formas de igreja. In: **Questões Transversais: Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 5, n. 9, jan-jun, 2017.

WAGNER, C. Peter. **Dominion: how kingdom action can change the world**. Grand Rapids: Chosen Books, 2008.

WEINSTEIN Deena; WEINSTEIN, Michael. Celebrity Worship as Weak Religion. In: **Word & World**, v. 23, n. 3, 2003.