
“SUA VOZ CHEGARÁ ANTES DO SEU CORPO”: ESPAÇO, TEMPO E MEDIAÇÃO NO MINISTÉRIO DE UM BISPO PROFETA

Leandro de Paula

Universidade Federal da Bahia

Salvador – BA – Brasil

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1373-8007>

Adoliran Medrado

Universidade Federal da Bahia

Salvador – BA – Brasil

Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-5498-7933>

Introdução¹

“Como é que não fica cansado, meu irmão? Uma agonia da porra aqui. E isso não termina!” Impaciente, o Sr. Carlos, de cerca de 60 anos de idade, queixava-se da lotação da Arena Fonte Nova durante o evento promovido pelo bispo Bruno Leonardo

1 Este artigo apresenta alguns dados da pesquisa de mestrado defendida em 2024 por Adoliran Medrado no Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia, orientada por Leandro de Paula e intitulada *O profeta digital e o rebanho dos novos tempos: a análise da relação entre uma celebridade religiosa pentecostal e seu público*. Para a elaboração deste artigo, realizamos um trabalho de campo complementar ao apresentado na dissertação, contemplando a interação com fiéis e o exame de diferentes dinâmicas de presença do líder religioso no Instagram e no YouTube. A análise dos conteúdos de mídias digitais se baseia em fontes públicas, acessíveis a qualquer usuário da internet, conforme os links indicados na seção de referências. No caso das entrevistas, preservamos a identidade dos interlocutores por meio de pseudônimos. Agradecemos a todas as pessoas que contribuíram para o desenvolvimento da reflexão e, em especial, aos pareceristas anônimos de “Religião e Sociedade” e a Carly Machado e Lorena Mochel, organizadoras do dossiê “Mídias digitais e as fronteiras do religioso”, pelos comentários e sugestões ao artigo.

em 23 de abril de 2023. O maior estádio da Bahia recebia seu recorde de público em uma década, com mais de 62 mil pessoas presentes. A quantidade de espectadores era tamanha que uma confusão se criou: um grupo de pessoas não conseguiu acesso às catracas de controle e derrubou as grades de segurança do estádio (Midlej 2023).

Lá dentro, o Sr. Carlos observava o tumulto de longe, de braços cruzados. Questionado se acompanhava há muito tempo o trabalho do bispo, respondeu: “Que nada! Minha mulher que tá fanática por esse homem. Tá aí com as vizinhas, eu que trouxe”. Ele explicou que sua esposa havia sido influenciada pelas amigas do bairro a seguir os canais digitais do bispo. Em sua ótica, o fato de serem donas de casa e/ou aposentadas as tornava suscetíveis ao que lhes chegava pela TV ou pelo celular. O Sr. Carlos contou que, do grupo de quatro senhoras que tinha levado ao evento, apenas uma já havia sido evangélica; ele mesmo e a esposa costumavam “ir à missa de vez em quando”. “Ela assiste tudo desses homens. É esse Bruno, é aquele Fábio de Melo, é outro lá da Rede Vida. Tudo que tem no celular ela vê... pelo menos, tá ouvindo a palavra de Deus.”

Bruno Leonardo é hoje um líder religioso com ampla visibilidade e capacidade de mobilização de público em diversos estados brasileiros. Fundador da Igreja Batista Avivamento Mundial, ele tem realizado grandes eventos pelo país em sintonia com o trabalho que desenvolve na internet, cujas marcas de popularidade já lhe renderam a Comenda Dois de Julho, a mais alta honraria da Assembleia Legislativa da Bahia. Como o relato do Sr. Carlos sugere, a atuação do bispo vem sensibilizando muitos tipos de seguidores, entre os quais podem se contar até mesmo ex-evangélicos, católicos não praticantes ou pessoas sem religião. Um modelo de difusão da mensagem religiosa que encontra seu veículo privilegiado nas mídias digitais.

Neste artigo, discutimos como o ministério² Bruno Leonardo viabiliza experiências de devoção a partir de uma singular relação entre tempo e espaço, que desafia concepções correntes de comunidade religiosa e prática ritual. Para tanto, investigamos a operação de seus canais no Instagram e no YouTube, a fim de observar como disposições de usabilidade dessas plataformas criam dinâmicas de interação entre o líder e seus seguidores. Também refletimos sobre o papel dos grandes eventos e da itinerância do bispo por capitais brasileiras nos últimos anos. Recorremos à leitura da prece como ato ritual proposta por Marcel Mauss (2003) para analisar como seu entrelaçamento com a tecnologia sugere transformações em curso no campo das sensibilidade religiosas.

A ecologia de mediações que configura o trabalho do bispo contempla plataformas como Instagram, YouTube, Facebook, Spotify, Deezer e WhatsApp. Entre elas, logo percebemos que o canal no YouTube funcionava como o centro de gravidade do ministério; o perfil no Instagram, como veículo de informação e interação com o público, com caráter mais ou menos institucional. As demais plataformas serviam

2 Discutiremos adiante o significado do termo “ministério” no contexto evangélico/pentecostal.

sobretudo como meios para registrar, replicar ou avisar os seguidores sobre a transmissão de conteúdos em vídeo. Assumimos, então, os materiais do YouTube e do Instagram como as fontes de maior especificidade para análise.

Os dados dessas plataformas que fundamentam o artigo são públicos e foram coletados pelo acompanhamento do perfil do bispo em ambas por mais de dois anos, entre agosto de 2021 e novembro de 2023. Por razões de espaço, priorizamos aqui a análise de conteúdos do Instagram que convidam diretamente a audiência para algum tipo de interação, de modo a ilustrar a função da rede na comunicação do líder. A conta no YouTube concentra um alto volume de publicações semanais, e exigiu a criação de uma planilha para filtrar informações de cada vídeo assistido, como: data e horário de divulgação; tempo de duração; números inicial e final de espectadores; temática geral da mensagem; e número de curtidas, comentários e visualizações. Tais expedientes nos ajudaram a encontrar padrões gerais em quase 200 transmissões e a detectar usos criativos da plataforma.

Nesse esforço de análise, aceitamos que os mundos “real” e “virtual” estão inter-relacionados, e recusamos a ideia de que a internet signifique, para um nativo, uma dimensão dissociada de sua experiência cotidiana (Hine 2015). No entanto, por motivos que serão detalhados adiante, os ambientes digitais mantidos pelo líder religioso se revelaram limitados para a análise das motivações dos seguidores. Seus elos com o bispo foram então rastreados também pela incursão etnográfica em eventos ocorridos na Bahia entre 2022 e 2023. No contexto de celebrações grandiosas e esporádicas, seguimos pistas de uma antropologia de eventos, a fim de encontrar “relações qualificadas entre micro e macrocosmos” (Machado 2020:25) e depreender o vínculo multissituado, *on-line/off-line*, dos fiéis com o líder.

Na próxima seção, construímos o problema de pesquisa em diálogo com a literatura, definimos o lugar da noção de *mediação* em nosso argumento e descrevemos formas interativas hospedadas no Instagram do bispo. Em seguida, observamos como usos do YouTube pelo ministério desatrelam o tempo cronológico e o tempo espiritual na prática da oração. O texto continua com considerações sobre os eventos presenciais e o trânsito da autoridade religiosa por diferentes territórios do país. Ao fim, discutimos como o clássico tema do carisma é repaginado no fenômeno de constituição dessa liderança.

Redes e contratos espirituais

No carro conduzido pelo Sr. Carlos até a Arena Fonte Nova em abril de 2023, era possível reconhecer um modo particular de afirmar proximidade e afastamento da religião. De acordo com sua fala, embora tivessem ido juntas ao evento do bispo Bruno Leonardo, nem sua esposa nem as vizinhas de bairro se reconheciam como “evangélicas”. Esse modelo de associação com o religioso ilustra certo processo de

desinstitucionalização ou desvinculação de membros de comunidades formalmente constituídas, uma tendência já detectada no interior do segmento evangélico brasileiro. Diferentes estudos têm demonstrado esse fato (Santos e Martinez 2020; Frari 2016; Fernandes 2018), e também que ele não corresponde ao abandono necessário das crenças e práticas religiosas, já que fiéis “desigrejados” podem encontrar novos ambientes e referências para o cultivo da fé.

A ascensão de lideranças mais ou menos autônomas também tem sido examinada por várias pesquisas. Mariana Côrtes (2005), por exemplo, investigou a atuação de ex-criminosos tornados “pastores-itinerantes”, que organizam um mercado de gravações de testemunhos performáticos. Carly Machado (2014) analisou o trabalho do pastor Marcos Pereira e suas produções audiovisuais sobre ações de resgate de jovens ameaçados pelo tráfico de drogas, apoiadas em narrativas de transformação da morte em vida. Lorena Mochel (2023) mostrou como um casal de pastores pentecostais lidera uma coletividade de mulheres explorando funcionalidades do WhatsApp e das redes sociais, modelando relações entre as fiéis e delas com Deus.

Na literatura sobre marcos de instituição da autoridade religiosa, imagens, sons ou aplicativos de celular têm assim despontado como parte dos fenômenos de construção das formas de liderança. Trata-se de constatar que mídias como o WhatsApp ou gravações em vídeo fazem mais do que conectar fiéis e sacerdotes distantes no espaço. As pesquisas sugerem que diferentes tecnologias favorecem adaptações em práticas e sentidos, ao influenciarem a maneira como os próprios atos de devoção são rotinizados.

O trabalho de Anderson Blanton (2016) fornece um bom exemplo, ao tematizar como uma atração de rádio popular nos Estados Unidos de meados do século XX reelaborou um antigo gestual da cura no universo cristão. Nas orações transmitidas pelo programa “Healing Waters”, o evangelista Oral Roberts impunha as mãos sobre o microfone e instruía a audiência a tocar o aparelho radiofônico, aguçando o sensorio e a imaginação sobre o “ponto de contato” entre o líder e os fiéis. Roberts convidava o público a experimentar a tactibilidade do som e, com ela, uma nova percepção sobre o ritual da cura (Blanton 2016; ver também Reinhardt 2014).

Consideremos, ainda, o estudo de El-Sayed, Greenhill e Westrup (2015) sobre as cinco orações diárias dos muçulmanos. As preces devem ser realizadas em momentos específicos da incidência solar sobre a Terra, horários que não podem ser universalmente definidos, pois variam conforme a latitude de cada região. Além disso, durante a oração, o corpo dos fiéis deve estar voltado ao lugar sagrado, em Meca. Historicamente mediados pelas mesquitas locais, esses critérios de tempo e espaço para a prática da prece contam agora também com aplicativos de celular que oferecem serviços de orientação aos seguidores do Islã.

Os exemplos sugerem como tecnologias influenciam hábitos religiosos, instituindo parâmetros de autoridade e qualidades de experiência ritual. Aludimos a eles

para introduzir o conceito de *mediação*, que remete às formas materiais utilizadas para criar e sustentar vínculos entre seres humanos e certa ideia do “transcendente” (Meyer 2011). No caso aqui analisado, a noção de mediação é usada em referência ao regime de funcionalidades das plataformas digitais, e em especial do YouTube, como condição para o contato com o sagrado promovido pelo ministério Bruno Leonardo.

Partimos de uma já extensa literatura que tem aprimorado o debate sobre suportes materiais da prática religiosa – textos, imagens, sons, objetos, espaços, performances, etc. – e questionado o enquadre analítico que privilegia a experiência da crença e as formas cognitivas da religião (Stolow 2005; Meyer 2006, 2011; Engelke 2007; Machado 2011, 2014; Reinhardt 2014; Paula 2024). No rastro dessas pesquisas, evitamos supor que existiria uma religiosidade “pura” ou autêntica, em vias de ser distorcida por vertiginosos processos de “mídiação”. Ao contrário, apostamos no exame de um *campo de relações* entre religião e mídia sem estipularmos hierarquia entre seus elementos constituintes, assumindo que a interação com o sagrado nunca pode prescindir de processos de mediação (Stolow 2005).

Em novembro de 2024, o canal do bispo Bruno Leonardo no YouTube contava com 36 milhões de inscritos e histórico de 6 bilhões de visualizações dos mais de 6 mil vídeos publicados. Segundo a metodologia da plataforma de análise Playboard,³ desde novembro de 2022 as métricas mantêm sua conta estável como o canal mais popular do YouTube no Brasil (Playboard 2024a). Desde março de 2023, a conta aparece também entre os 5 mais populares canais do YouTube no mundo (Playboard 2024b).

Embora tenha se tornado uma figura de grande visibilidade, Bruno Leonardo pouco dá a conhecer sobre sua biografia em fontes de acesso público. Seus canais *on-line* concentram-se em mensagens de cunho religioso, e a comunidade que lidera não possui um *site* institucional. O Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas informa que a Igreja Batista Avivamento Mundial foi criada em 2007, mas interações em campo apontaram que a organização passou por um processo de expansão a partir de 2016, mesmo período de criação da conta de Bruno Leonardo no YouTube, intensificado na época da pandemia. A imprensa afirma que Bruno Leonardo é bacharel em Teologia e juiz de conciliação (IstoÉ 2022), mas não fornece mais detalhes sobre sua trajetória de formação e atuação. Em seu *site* pessoal, o líder religioso indica que pastoreia desde os 15 anos e que iniciou sua carreira em uma pequena igreja de Salvador. Hoje, aos 41 anos, vive “o cumprimento de promessas que Deus lhe fez” (Leonardo 2024a).

3 Playboard é uma plataforma de monitoramento de alcance digital empregada em estudos sobre o YouTube (ver, por exemplo, Adelakun 2024; Jin, Liu & Murata 2024). Sua metodologia de classificação de popularidade é baseada no número de visualizações e curtidas de vídeos disponibilizados pelos canais do YouTube, considerados como índices do engajamento dos espectadores. Para mais informações, ver: <https://playboard.co/en/about>.

As ligações do líder com a história e os princípios da denominação batista não ficaram evidenciadas ao longo de nosso processo de pesquisa. Até o momento em que escrevemos, a Igreja Batista Avivamento Mundial não integra o rol de afiliadas da Convenção Batista Brasileira (2024), maior órgão de representação da denominação no país. A reivindicação da identidade batista pelo ministério nos soa ambivalente. Por um lado, ela parece aludir aos credenciais desse ramo do protestantismo histórico como fonte de legitimidade; por outro, o valor batista da horizontalidade da igreja e de sua eclesiologia (Azevedo 1996) colide com a proposta de uma comunidade fortemente ancorada na figura de seu fundador, nomeado “bispo”.

Nas redes sociais, a Igreja Batista Avivamento Mundial (2024) se autoidentifica como “ministério Bruno Leonardo”, reforçando o embaralhamento entre instituição e líder e a afinidade com disposições organizacionais próprias do pentecostalismo mais recente. A centralidade assumida pelos “ministérios” nesse campo religioso já foi analisada por Carly Machado (2020:40), que os definiu como “instituições dinâmicas, mutáveis, instáveis, e mobilizadoras de uma ampla ação midiática e de comunicação”. Essa natureza plástica dos ministérios faz com que o templo não seja “necessariamente seu lócus mais potente, mas seus eventos e suas mídias, através dos quais se expandem” (Machado 2020:40).

São justamente as dinâmicas de uso das mídias digitais que procuramos aqui destacar. Em novembro de 2024, o perfil de Bruno Leonardo no Instagram era acompanhado por 8,7 milhões de seguidores. No espaço reservado a uma autoapresentação do usuário, chamado de “bio”, o líder religioso estabelece uma interação direta com a audiência, seja ao afirmar sua atenção aos seguidores – “Já te disse que te amo hoje?” (Leonardo 2024b) –, ou incentivá-los a se inscreverem em seu canal no WhatsApp ou a acessarem recursos do próprio Instagram: “Vá nos *stories*,⁴ Deus quer falar contigo” (Leonardo 2022a).

Em nosso acompanhamento, as formas de interação do bispo com os seguidores via seção de comentários chamaram a atenção pela ocorrência eventual, criando certo ingrediente de surpresa na dinâmica mais costumeira de reações dos usuários às postagens do líder. Nessa rede social, suas publicações geralmente atingem dezenas ou centenas de milhares de curtidas, compartilhamentos e comentários, que apresentam agradecimentos, demonstrações de fé e pedidos de oração e ajuda. As réplicas do bispo foram caracterizadas pela seletividade: as raras vezes que a conta respondeu à intervenção do público se ativeram a orientações espirituais. Uma das formas prioritárias de contato consistiu na recomendação de um versículo/salmo bíblico ou de uma oração disponibilizada no YouTube, segundo a fórmula “o Senhor manda dizer que seu salmo é X/sua oração é Y”. Naquele contexto de interação, a esporadicidade das interferências da conta do líder acaba por sugerir que cada orientação oferecida é específica e autêntica.

4 Os *stories* são uma função do Instagram que estimula o compartilhamento de conteúdos para visualização imediata, já que saem do ar após 24 horas da publicação.

Por outro lado, notamos também conteúdos que criam com o conjunto de seguidores uma espécie de contrato espiritual, baseado no zelo pastoral do bispo. Essas postagens definem um diálogo entre imagem e legenda, convidando os seguidores a se engajarem pela seção de comentários: “Por qual área da sua vida eu posso orar por você?”, lê-se na figura, enquanto o texto de apoio afirma “Eu vou orar por você!”, gerando mais de 75 mil reações escritas (Leonardo 2022c). Uma imagem com o texto “Quero orar por 91 mil pessoas e todos os nomes estarão debaixo da benção do Salmo 91”, apoiada pela legenda “Escreva seu nome e marque seus amigos e familiares @”, suscitou mais de 116 mil respostas (Leonardo 2022d).

Esses exemplos deixam sugeridas formas de impulsionar comentários, um ato público de engajamento mais relevante do que simplesmente curtir um conteúdo, segundo a lógica algorítmica de plataformas como o Instagram e o YouTube (Aldous, An & Jansen 2019). O estilo de liderança religiosa *on-line* de Bruno Leonardo não parece preconizar a participação em uma forma social chamada “igreja”, mas o vínculo com um pastor que oferece cuidado a cada pessoa interessada. O bispo endereça sua audiência prioritariamente no singular, sob a forma de “ovelha querida”, nome de seu canal de transmissão⁵ de mensagens no Instagram. A conta do líder religioso nessa rede social sugere, então, um modelo de administração do carisma no qual o bispo ora pelas aflições alheias, cabendo aos seguidores o comissionamento de pedidos e intenções.

O fenômeno religioso e midiático do *televangelismo* parece ser um antecedente de práticas de liderança assim. Para superar os efeitos da distância física entre os televangelistas e a audiência, os ministérios apoiavam-se em múltiplos meios de relacionamento, como cartas, telefonemas, orações, doações, presentes, etc. Tais recursos davam forma a um modelo interativo conhecido como *comunicação parapsossal*, que criava a ilusão de intimidade e vínculo pela menção a nomes próprios e casos reais em meio aos fluxos impessoais da comunicação de massa. Cada fiel ganhava, então, a chance de imaginar-se em uma relação direta com o líder, mesmo que nunca o tivesse encontrado (Hadden & Swann 1981).

A transição do modelo do televangelismo para as mídias digitais preserva alguns desses elementos. No entanto, é marcada pelo acirramento da concorrência diante da redução dos custos para o desenvolvimento de ministérios, bem como pela ampliação das formas de relacionamento com os seguidores em múltiplas plataformas (Bekkering 2011). No caso do ministério em análise, vimos o engajamento do público ser fomentado, por exemplo, pelo trânsito da atenção entre as diferentes mídias, pela circulação de materialidades, como uma pulseira fornecida aos fiéis, por campanhas para obras assistenciais e por um carnê de doações pelo qual os seguidores podem fazer ofertas de qualquer valor. Tais técnicas de relacionamento sintonizam-se com um código de

5 Funcionalidade que permite o envio de uma mesma mensagem para diversos contatos, sem que esses destinatários compartilhem um espaço de interação.

visibilidade e interação no qual o contato com a liderança religiosa se dá de modo mais ubíquo e customizado do que a dinâmica de transmissão pela televisão ou pelo rádio.

O tempo

As formas interativas desenroladas no Instagram de Bruno Leonardo deixam entrevisto que, antes de posicionarem o bispo nos termos de um pregador de multidões, as mídias de seu ministério dão contornos à imagem de um *pastor que ora por suas ovelhas*. Esse aspecto torna-se evidente em sua conta no YouTube, que disponibiliza um acervo de milhares de orações, que ultrapassam frequentemente a marca do milhão de acessos.

O vídeo que contabiliza o maior número de visualizações de todo o canal foi publicado no Natal de 2019: a “Poderosa oração do Salmo 91 para quebrar amarras” tem cerca de 15 minutos de duração e, em novembro de 2024, já havia sido acessada mais de 128 milhões de vezes. Trata-se de uma faixa de áudio, com imagem estática e fundo musical etéreo, na qual o bispo explica o poder espiritual daquele salmo e pede ao espectador que o acompanhe em oração “repetindo as palavras ou então mentalmente” (Leonardo 2019:1’03”). Com voz firme e cadenciada, o bispo segue o texto bíblico e suplica a Deus pela libertação do que aprisiona o fiel em problemas conjugais, familiares, de saúde, etc. Esse vídeo de alcance massivo se propõe a ensinar algo sobre a prece, atividade que ocupa o cerne do ministério. Tecemos a seguir uma breve abordagem de significados dessa prática religiosa antes de adentrarmos a análise de outros conteúdos.

Ao convidar sua audiência a acompanhá-lo mentalmente ou repetindo o que ouve, o bispo Bruno Leonardo mostra como pensamento e ação se conjugam na prece. A oração se organiza como ato da oralidade: mesmo que nada seja vocalizado, trata-se de um fenômeno da palavra, faculdade que responde por sua forma e orienta seu sentido. Foi com essa perspectiva que Marcel Mauss (2003:34) definiu a prece como “uma forma ritual de discurso adotado por uma sociedade religiosa. Trata-se de uma série de palavras cujo sentido é determinado e cuja ordem é aprovada como ortodoxa pelo grupo. Seu valor é atribuído pela comunidade. É eficaz porque a religião declara que é assim”. Esse caráter social da prece é dado não apenas por sua estrutura discursiva coletivamente sancionada, mas também pelas posturas que a acompanham: seja em pé, ajoelhado, prostrado, com mãos unidas, olhos cerrados, etc., uma série de gestos tendem a autenticar um ato como uma oração. É por isso que, mesmo que transformada em ato mental e interior, toda oração “implica um dispêndio de energia física e moral para produzir certos resultados” (Mauss 2003:54).

Tradições que adotam práticas mais formalizadas de prece, como ilustra o Salat islâmico, parecem manifestar de modo incontestado sua dimensão ritualística. No caso dos cristianismos, no entanto, tal concepção adquire feições mais rarefeitas.

No campo católico, são conhecidos modos prescritivos de oração, como a devoção mariana pelo Rosário ou pelo terço. Contudo, o sentido geral da prece fica definido sobretudo por certo modo de governo da atenção. Como mostra a etnografia de Mísia Reesink (2009:34), entre católicos a oração seria “liberta de toda forma e de todo ritual: é a consciência individual que se volta em direção à divindade cristã”.

Os diversos protestantismos exacerbam esse traço de acordo com a vocação expressivista e antiformalista que os define, especialmente visível nas exigências quanto ao *discurso da oração*. Como mostrou Webb Keane (2002), esse universo religioso fez nascer uma ideologia baseada no valor da *sinceridade*, ao requerer do fiel a capacidade de convencer a si, aos pares na fé e ao próprio Deus de que sua oração expressa pleno alinhamento entre discurso e estado interior. Contudo, se “o ritual permanece o fundamento mesmo da mais individual das orações” (Mauss 2003:34), uma série de questões se abrem sobre a oração como prática protestante: quando, onde e, principalmente, como fazer uma prece que evidencie esse ajuste entre ato e espírito? Lemos na popularidade do canal do YouTube do ministério Bruno Leonardo o indício de como um número significativo de pessoas encontra respostas para dúvidas como essas.

Entre os tipos de oração que compõem a conta do bispo no YouTube, destaca-se uma programação diária de preces transmitidas às cinco horas da manhã (“Oração do Dia”), às seis da tarde (“Oração da Noite”) e à meia-noite (“Oração da Meia-noite”), definida pelo líder religioso como “a maior corrente de oração do mundo”. Os horários das orações possibilitam seu acompanhamento pelo público no contraturno das atividades comerciais e indicam o alto investimento do canal em apresentar à audiência ao menos três conteúdos diferentes todos os dias. O canal também veicula variações de preces já divulgadas na conta – como a oração do salmo 91 com benzimento de copo d’água (Leonardo 2022e) –, e intercessões com escopo temático, como a “Oração para Cura e Saúde” (Leonardo 2022f) ou a “Oração de proteção contra Inveja” (Leonardo 2022g).

Os vídeos das orações, em geral com duração entre 10 e 20 minutos, mostram o líder religioso sozinho, em meio-corpo, à frente de um cenário que poderia ser o espaço de trabalho de um profissional liberal: um escritório bem iluminado, com uma estante ao fundo e alguns objetos de decoração. O aspecto fundamental desses conteúdos, no entanto, tem a ver com a sua forma de veiculação. Embora o canal disponha de vídeos que exibem uma dinâmica de transmissão ao vivo, a maioria das orações do dia, da noite e da meia-noite parece ser formada por gravações do líder religioso, o que é apreendido pela baixa espontaneidade de sua fala e pela ausência de falhas de captação ou de interação simultânea com a audiência. Essa mensagem aparentemente unilateral é, todavia, contrabalançada por disposições de espetatorialidade próprias do YouTube.

A apresentação das preces se dá sempre como uma *estreia*: todo dia, a programação de exibições à 0h, às 5h e às 18h oferece o contato com um conteúdo inédito. Essa experiência é moldada pelos avisos enviados pelo YouTube aos inscritos no canal de que um novo vídeo está prestes a iniciar, acompanhados de uma contagem regressiva dois minutos antes da abertura de cada transmissão. A “Oração da Meia-noite” de 4 de abril de 2022 (Leonardo 2022h) pode exemplificar aqui a mecânica de inúmeros outros vídeos do líder religioso: minutos antes de o bispo entrar no ar, mais de 45 mil pessoas já o aguardavam, inserindo na seção de bate-papo⁶ mensagens direcionadas não aos demais sujeitos orantes, mas ao líder religioso e a Deus.

Durante as transmissões, a forma mais recorrente usada pelo bispo para chamar a audiência à interação é pedir aos espectadores que comentem o vídeo: “Tudo o que você fala, que você escreve, você dá legalidade a Deus no mundo espiritual. Escreve seu primeiro nome aí embaixo e a frase: ‘todas as correntes que me prendem serão quebradas’. Escreve aí agora, porque eu quero orar por você, e com você, o poderoso salmo 23” (Leonardo 2022h:1’34”). Mesmo que os nomes inseridos não sejam mencionados pelo líder religioso durante a transmissão, o volume de manifestações da audiência torna inviável seu acompanhamento simultâneo, enquanto o vídeo segue em exibição. Por vezes, o discurso do bispo pode se voltar a um destinatário específico entre a audiência, como em uma oração de setembro de 2022, quando afirmou que, enquanto falava ao público, um nome lhe havia sido mostrado por Deus: “Telma. E o Senhor falou comigo: ‘diga para minha filha que, para ela, eu sou Jeová Rafah’.⁷ Porque o Senhor me mostrava como se uma seta tivesse atingido a saúde desta filha. [...] Eu vou ser mais preciso agora, na região uterina. Mas o Senhor está tocando nessa oração da madrugada [...]” (Leonardo 2022i:3’20”). Ao especificarem uma vida e um sofrimento particulares, seus vídeos podem assim também estabelecer registros mais diretos de endereçamento, ilustrando os termos daquele modelo da *comunicação parapessoal* (Hadden & Swann 1981) no contexto das mídias digitais.

Ao longo do processo de pesquisa, mantivemo-nos hesitantes quanto à possibilidade de os canais *on-line* do bispo representarem “entidades sociais coesas prontamente classificáveis como uma comunidade” (Hine 2015:34). Uma tal caracterização exigiria constatarmos uma integração entre um número considerável de participantes, demonstrada pelo concerto de propósitos e práticas, segundo tanto uma visada clássica sobre o sentido de comunidade (Tönnies 1995) quanto a literatura sobre suas versões virtuais (Recuero 2006; Parks 2011). As mídias digitais do bispo, contudo, não evidenciam enlaçamentos entre a audiência: nelas, opera uma relação inversamente proporcional entre o alto índice de engajamento dos seguidores com os conteúdos veiculados pelo líder e a baixa interação entre pares nas seções de bate-papo ou comentários.

6 O *bate-papo* ou *chat* é uma seção que só permite a interação entre usuários cadastrados no YouTube e apenas durante o tempo da estreia do vídeo. Embora também requeira a inscrição na plataforma, a seção de comentários segue disponível após a primeira exibição do vídeo.

7 Jeová Rafah é a transliteração do hebraico “o Deus que cura”, citado no versículo 26 do capítulo 15 do livro bíblico do Êxodo.

Se o que os seguidores dizem (súplicas, causas de oração, nomes de pessoas enfermas, etc.) não desperta suficiente adesão e discussão entre os demais usuários, um impasse parece se criar quanto às nossas condições de conhecer etnograficamente aqueles ambientes, ou seja, abordá-los em termos de uma “cultura observável” (Hine 2015:101). Entre os motivos para essa fragilidade das associações está o fato de os conteúdos não costumarem incentivar a formação de vínculos entre os espectadores, mas remeterem a relacionamentos seus ainda não alcançados pelas transmissões: “Peço a todos que são minhas ovelhas mesmo, as pessoas que estão debaixo dos meus direcionamentos espirituais. Antes de sair, clique aí na palavra ‘compartilhar’. Eu quero que você compartilhe com 23 pessoas, que representam a oração do salmo 23” (Leonardo 2022h:6’35”).

Todavia, pode ser que, mesmo que os canais *on-line* do líder religioso compo-nham uma forma social mais difusa do que uma “comunidade”, ainda assim suscitem certos comportamentos entre os participantes. Desde 2017, um recurso de monetização do YouTube chamado *Super Chat* permite que transmissões ao vivo de canais com mais de mil inscritos captem doações dos usuários, impulsionando a aproximação entre espectadores e criadores de conteúdo. O *Super Chat* surgiu como uma tecnologia contemporânea que intensifica, publicizando-a, a adesão a uma causa/marca/artista, etc., e atualiza certo *investimento afetivo* que caracteriza fã-clubes e demarca lugares e formas de autoridade entre seus membros (Grossberg 1992).

Um canal do YouTube como o de Bruno Leonardo, que costuma atrair dezenas de milhares de espectadores simultâneos, torna impossível a leitura das mensagens incluídas pelos usuários durante a transmissão dos vídeos, já que as frases se sucedem no bate-papo em alta velocidade. O *Super Chat* responde à natureza desse contexto interacional de ampla concorrência pela atenção criando um destaque que personaliza as intervenções do público: quando um espectador realiza uma doação, sua mensagem é valorizada por recursos visuais, como efeitos especiais de animação. As contribuições são públicas, o que traz consequências associativas: “as doações em serviços de *streaming* indicam uma interação em grupo, um evento para os espectadores interagirem entre si” (Jin, Liu & Murata 2024:2097), já que servem como motivação para novos donativos pelos pares.

Nos vídeos que acompanhamos, o uso do *Super Chat* serviu em geral como reforço dos pedidos de oração da audiência. A literatura sobre práticas de monetização via *Super Chat* (Jin Liu & Murata 2024; Zhu, Yang & Dai 2017) indica certa dinâmica também verificável neles: pelo seu destaque entre o fluxo das demais, as mensagens com doações tendem a ser as únicas que recebem curtidas; aquelas que suscitam o maior número dessas manifestações são automaticamente fixadas no topo da seção de bate-papo. Durante as transmissões ao vivo, cria-se assim uma economia da visibilidade da intercessão, que torna transparente a qualquer pessoa o que é entregue pelo fiel na busca por cura, libertação, emprego etc.

Uma outra característica do canal do bispo no YouTube nos ajuda a depreender melhor seu alcance digital. No início da transmissão daquela “Oração da Meia-noite” de abril de 2022, o líder religioso cumprimentou suas “ovelhas queridas e amadas, e você que está aqui nessa madrugada ou em algum momento do dia ou da noite pela primeira vez” (Leonardo 2022h:0’10”). A saudação logo demarcou dois sentidos sobre a “maior corrente de oração do mundo”: *sua porosidade a novos membros e sua assincronicidade*. Essas não foram ideias arbitrariamente destacadas naquela transmissão: trata-se de qualidades constituintes do ministério, reafirmadas pelo bispo em diversos conteúdos nas mídias digitais. Outra “Oração da Meia-noite” pode evidenciar como seu discurso mira um destinatário disperso no tempo: “tanto quem está agora aqui ao vivo como quem me assistir mais tarde ou em qualquer outro dia: no exato momento em que você estiver recebendo essa mensagem, nesse exato momento, (...) o Senhor manda te dizer: ‘estou desfazendo tudo aquilo que o inimigo está projetando sobre sua vida’” (Leonardo 2021:0’47”).

Vê-se aqui uma consequência relevante para a natureza da oração como ritual, capaz de pôr à prova seu poder de desligar momentaneamente o sujeito da experiência ordinária de espaço e tempo e colocá-lo em estado liminar, na iminência de uma transformação. Pois, segundo a lógica expressa por Bruno Leonardo, o “exato momento” em que Deus age corresponde ao encontro do espectador com o vídeo, e não ao instante do tempo cronológico em que se deu a enunciação da prece.

Vale aprofundar a análise dessa particularidade convocando o estudo de Hudson Ramos Chagas (2018) sobre a divulgação de missas, rezas do terço e adorações ao Santíssimo Sacramento na conta do padre Reginaldo Manzotti no Facebook. O autor ressalta que esse tipo de veiculação dispõe de diretrizes doutrinárias da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, que vê nas transmissões uma ferramenta útil para garantir “a ampliação do alcance da evangelização, mas, sobretudo, o incentivo à participação nas comunidades físicas locais” (Chagas 2018:42).

De fato, o “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil” da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (2014) destaca o potencial evangelístico da divulgação midiática de missas e mesmo de cerimônias da Eucaristia. Entretanto, adverte que essas transmissões devem ser realizadas *sempre ao vivo*, única forma de assegurar o vínculo entre a assembleia presente na igreja e a audiência mediada pelo rádio, pela televisão ou pela internet. Rituais gravados, afirma o Diretório, “possuem somente estatuto de documentário ou de reportagem”, mas não correspondem a formas efetivas de comunhão com a “Igreja Viva” (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil 2014:71). Aparece, assim, para a doutrina católica, uma possibilidade de mediação que admite a dissociação da comunidade em termos de *espaço*, mas não de *tempo*. O princípio a orientar as transmissões teria a ver com certa copresença que convida os leigos à reciprocidade de habitarem um só corpo religioso *durante* a missa.

Esse modelo de administração do ritual está distante do que nos sugere o YouTube do ministério em análise, que enfatiza em suas orações a descontinuidade temporal entre os espectadores. Trata-se, portanto, de uma corrente de oração que pode funcionar de maneira tanto síncrona quanto assíncrona, já que os elos que atribuem seu sentido como ritual dependem não de uma “sociedade religiosa”, como definiu Mauss (2003), mas de sua autenticação pela relação entre o fiel e o vídeo. Armazenadas no canal do YouTube, as milhares de preces veiculadas fazem com que os convites ao engajamento com o canal e as mensagens proféticas anunciadas nas orações, em referência a algum momento para o agir de Deus, sejam estendidos no tempo.

Examinando os usos do WhatsApp entre um grupo de mulheres evangélicas, Lorena Mochel (2023:268) destacou sentidos que a assincronicidade assume em práticas religiosas digitalmente mediadas: “ao ouvir uma oração gravada e orar junto, as virtuosas⁸ estabelecem comunicações entre si para fortalecer comunicações com Deus”. Nos canais *on-line* do bispo Bruno Leonardo, frágeis vínculos entre pares são compensados pela onipresente mediação do líder. Estamos diante de uma ação religiosa aparentemente feita da reordenação do tempo: uma corrente de oração que estabelece uma rotina de turnos espirituais (dia, noite, meia-noite), mas que também introduz na cronologia deste mundo a brecha do *kairós*, um divino disponível a cada reprodução de vídeo.

O espaço

Já passava um pouco das 18h quando José perguntou se poderia “colocar” sua oração, enquanto finalizava o serviço como eletricitista na casa de um dos autores deste artigo. Era uma forma de pedir licença para acompanhar a “Oração da Noite” de uma quinta-feira. Logo ficou claro que “colocar a oração” significava orar sem interromper o trabalho: com a voz de Bruno Leonardo ecoando pelo alto-falante do celular sobre a bancada, José cumpriu a prática ritual em meio a seus afazeres. Perguntado se seguia toda a rotina espiritual do bispo, respondeu que só costumava ouvir a das 18h, mas que sua mãe acompanhava as outras também.

O relato sugere um primeiro arranjo de espacialidade criado pelas mídias digitais do ministério. A prece de José baseia-se em um regime de atenção comum à experiência de muitos usuários do YouTube, que fazem do *site* um mero reproduzidor de áudio (Beuscart, Coavoux & Garrocq 2022). Para ele, “colocar a oração” corresponde a apenas *ouvir o vídeo*, o que o permite seguir normalmente com suas tarefas no local de trabalho.

José disse que havia assimilado o hábito de ouvir as orações das 18h por causa da mãe, Léa, que acompanhava mais de perto o ministério Bruno Leonardo. Ele então

8 Forma de descrição das mulheres participantes do ministério pesquisado por Mochel (2023).

nos colocou em contato, e ela explicou que começou a ouvir as transmissões durante a pandemia, logo sentindo melhora no quadro de ansiedade: “pra mim foi muito bom [ouvir] os mandamentos, ele ensinando como a gente devia fazer”. A mudança em seu estado de espírito estimulou outras pessoas da família a também acompanharem as transmissões. Quando a neta de Léa precisou ser internada por um problema de saúde, ela fez o “propósito” de acompanhar todas as orações ao vivo, ajoelhada, o que, em sua visão, resultou na rápida alta hospitalar da bebê. Por isso, até hoje, ela acessa o YouTube três vezes ao dia. Quando não consegue acompanhar ao vivo, retorna ao canal, geralmente dentro do ônibus, na ida ou na volta do trabalho. Léa faz sua prece posicionando o celular próximo ao ouvido, como um rádio de pilha, o que, como contou, já lhe rendeu amizades e indisposições na paisagem sonora do ônibus, transformado em espaço regular para a prática ritual.

Questionada se a identificação com o ministério não a animava a se filiar à igreja de Bruno Leonardo, ela respondeu: “eu não vou na igreja lá que é da religião dele não é por nada, é que dia de domingo é o único dia que eu tenho pra levantar mais tarde. [...] Prefiro ouvir em casa. [...] Não tem esse problema de igreja, não”. Entretanto, ela já compareceu a dois eventos do bispo na Arena Fonte Nova por enxergar na ocasião um tipo diferente de experiência: “lá a gente vê muita energia, é muito bom, alegria... o pessoal fazendo seus depoimentos, falando as coisas que já passou”.

Para compreender as motivações dos seguidores do bispo além dos vestígios que deixam nos canais *on-line*, fomos em busca de uma manifestação sociológica “real” do fenômeno: a comunidade de fé presencial. Três visitas⁹ à sede da Igreja Batista Avivamento Mundial em Salvador sugeriram, no entanto, que Bruno Leonardo não mantinha mais uma agenda fixa de atividades pastorais na cidade, ou em outra. Baseado nas mídias digitais, seu ministério transformara a presentificação de seu corpo em um acontecimento incomum.

Em paralelo à rotina de orações no YouTube, o ministério passou a se estruturar em torno dos grandes eventos em ginásios e estádios de diversas capitais brasileiras. Quase um ano depois de reunir 62 mil pessoas na Arena Fonte Nova, por exemplo, o bispo levou 80 mil espectadores a uma celebração em Brasília, registrando o recorde histórico de lotação do estádio Mané Garrincha (Terra 2024).

A participação em três desses encontros realizados na Bahia – dois em Salvador e um em Feira de Santana –, entre 2022 e 2023, mostrou uma programação repleta de números musicais, testemunhos e outras atrações. Na Arena Fonte Nova, telões transportavam o público a eventos realizados em outras capitais do país, até exibirem

9 Visitas realizadas em diferentes momentos de 2022. Os cultos foram conduzidos por pastores auxiliares do ministério, incluindo uma pastora. Formas litúrgicas, devocionais e homiléticas adotadas não se distinguiram sensivelmente da oferta de outras igrejas pentecostais. A inconstância da audiência chamou a atenção: um número significativo de pessoas mostrava pouca intimidade com o espaço, como se o visitasse pela primeira vez, precisando da ajuda da equipe da igreja para se orientar no local. Interações de campo sugeriram que o templo-sede em Salvador, localizado em uma região comercial e de grande movimentação de trabalhadores, é caracterizado por essa descontinuidade da audiência, o que não ocorre em outros templos da igreja.

a chegada do bispo ao local e sua caminhada rumo ao palco, criando o mesmo clima de expectativa que antecede eventos esportivos ou shows com grandes astros. Ao entrar em cena, Bruno Leonardo se portou como autêntico líder: cantou, recitou passagens bíblicas de cor, anunciou promessas de Deus, falou de situações práticas da vida e encorajou o público a perseverar na fé diante de adversidades. O roteiro manteve-se semelhante nos dois eventos em Salvador, com o líder conduzindo momentos de louvor, pregação e oração e trazendo revelações de Deus à plateia. A programação foi intercalada por constantes apelos para que o público se inscrevesse e compartilhasse os conteúdos do YouTube do bispo.

Em Feira de Santana, o evento contou com estrutura mais modesta, mas lotou igualmente o amplo espaço da Igreja Batista Avivamento Mundial na cidade. Sem telões, havia maior proximidade entre líder e assembleia, bem como revelações mais endereçadas a pessoas presentes. Alguns fiéis foram chamados ao altar para dar testemunhos e, de uma forma ou de outra, relataram curas ou vitórias materiais e afetivas advindas do acompanhamento das orações pelo YouTube.

Em um desses eventos, um grupo de jovens que tirava fotos com a pulseira do ministério explicou o sentido que atribuía à celebração religiosa: estavam comemorando diferentes vitórias em suas vidas. Um dos rapazes havia conseguido um emprego com carteira assinada; outros dois eram irmãos e agradeciam o fato de o pai ter se curado de um câncer; um outro comemorava a compra de uma moto e o início do namoro com uma moça que também acompanhava o grupo. Questionado se não pretendia se tornar membro da igreja liderada pelo bispo, Pedro, o que festejava a conquista de um emprego, contou: “A carne é fraca... eu até sigo Bruno, gosto do que ele fala. Trago a galera aqui pra ter Deus mesmo. Mas essas coisas de batizar, eu tô por fora”.

Já dona Maria, uma senhora de idade, contou que era candidata à “obreira” em uma das unidades da igreja do bispo. Tempos atrás, disse ela, os fiéis foram chamados a divulgar os vídeos das orações: “No início, o pastor pedia pra gente compartilhar, a gente tem grupo pra mandar as orações. Eu mando pra um monte de gente. Hoje as pessoas me pedem. Mando todo dia e assisto”. Dona Maria queria ser reconhecida como obreira em sua igreja, o que motivava seu comparecimento ao evento com o bispo: “Busco cumprir as dedicações que o pastor me dá, porque o que ele viu em mim é chamado de Deus. Eu faço porque tudo isso vai retornar em vitórias pra minha vida”.

Nossos interlocutores ilustram formas bastante diferentes de adesão ao ministério. Pedro não quer se batizar, mesmo valorizando a experiência de ir com seus amigos ao estádio para “ter Deus”. Essa também parece ser a disposição de Léa, que vai à celebração pela “energia” que lá encontra, mas não quer para si “esse problema de igreja, não”. Já dona Maria compartilha os vídeos e comparece ao estádio para chegar a ser vista como obreira da igreja, em uma busca pessoal pelo carisma. São modos e graus distintos de associação que, no entanto, parecem ser contemplados pelo que o ministério oferece em mídias e eventos, a ponto de engajarem os três interlocutores com essas formas de expansão.

Em junho de 2022, Bruno Leonardo realizou uma transmissão especial para celebrar os 11 milhões de inscritos em seu canal do YouTube e dividiu com os seguidores um pouco da história de seu ministério. Segundo a narrativa, sua escalada em visibilidade foi prevista anos antes de acontecer: um dia, após celebrar um culto, ele estava dirigindo de volta para casa quando sentiu um chamado para ir a outra igreja, sentar-se e ouvir a palavra de Deus.

Uma senhora, uma mulher de Deus, [...] olhou e apontou e disse assim: “esse rapaz aí no fundo” e eu lembro cada detalhe como agora! [...] Eu levantei e fui lá na frente. Foi uma experiência que eu tive com Deus muito forte. Aquela senhora começou a falar sobre a minha vida, e ela disse assim: “Eu não te conheço e eu sei que você também não me conhece. Mas Deus mandou eu te dizer que ele vai te levar no Brasil inteiro e fora dele para pregar a sua palavra, porém a sua voz chegará primeiro do que o seu corpo” (Leonardo 2022j:3’20”).

A fala é entrecortada por imagens de Bruno Leonardo se apresentando diante de multidões, o que reforça o sentido preditivo da história. Contudo, se mostra ter alcançado o que lhe foi anunciado, o bispo também ressalta que a magnitude de seu ministério não depende de grandes artifícios: “No YouTube, é eu, o celular e Deus” (Leonardo 2022j:9’22”). Um microfone de mesa, um pequeno pedestal para o celular e um iPhone antigo são orgulhosamente exibidos como a dádiva que sustenta sua atuação: “Deus é grande, mas também Deus é simples. [...] Eu comecei assim, e é assim que eu gosto de estar” (Leonardo 2022j:10’20”). O vídeo condensa ingredientes distintivos da construção de uma liderança pentecostal, como a ideia de um chamado que desconsidera as condições pessoais do escolhido e acontece graças a um intermediário usado por Deus. Essa narrativa busca “provar que as situações nas quais se deram as convocações foram providenciadas por Deus, dentro de uma trama traçada por este para tornar os convocados pastores e líderes” (Maurício Júnior 2021:131).

O papel que as grandes celebrações exercem para o ministério fica habilmente sugerido pelo seu nome: os eventos presenciais com Bruno Leonardo chamam-se “Visita do Profeta”. Uma visita é um ato que conjuga tempo, espaço e sociabilidade, ao determinar um local e uma duração para alguma experiência de encontro. Embora sejam atividades sociais diferentes, fazer uma visita ao médico ou a parentes que moram em outra cidade são ocorrências que igualmente redirecionam nossa atenção, ao interromperem a regularidade do cotidiano e exigirem um deslocamento físico em nome de uma forma de interação. Quando anuncia uma visita, o bispo imprime esse caráter extraordinário ao comparecimento de seu corpo a um lugar e, simultaneamente, requalifica a relação cotidiana com seus seguidores pela internet.

Todavia, vale notar que quem realiza a visita não é o *bispo*, e sim o *profeta*,¹⁰ uma dupla identidade assumida em diversas iniciativas de comunicação do ministério. O *status* de fundador da Igreja Batista Avivamento Mundial faz Bruno Leonardo reivindicar para si o posto de bispo, ou seja, líder primeiro de uma estrutura eclesial centralizada. Baseado no princípio da sucessão apostólica, o governo episcopal representa uma administração vertical e burocrática, que diferencia pastores de almas pelo grau respectivo de autoridade espiritual. Esse sistema dispõe a instituição-igreja em um quadro relacional estável e faz do bispo o tipo-ideal do *sacerdote*, aquele que conduz a comunidade de fiéis pelo caminho da salvação.

Por outro lado, a preocupação primeira de um profeta não é consolidar uma ordem religiosa, e sim predizer um futuro que lhe foi revelado, como fez aquela senhora que previu o destino de Bruno Leonardo. Essa imagem vem embalada como enigma – “sua voz chegará antes do seu corpo” –, cabendo ao destinatário o desafio espiritual de interpretar a revelação. Um profeta fala a língua dos sinais em meio a situações de crise, desestabilizando formas pregressas de vida comunitária (Weber 1982). Sua tarefa é o *anúncio* – em vez da exortação, da exegese ou da bênção –, o que dificulta o enraizamento do profeta como pastor. Sua vocação o leva ao dever da itinerância, da carreira peregrina, dado que “ninguém é profeta em sua terra” (Pierucci 2006:120).

Para Weber (1982), o estabelecimento das comunidades de salvação que chamamos de “igreja” dependeu de uma paulatina integração do carisma ao cotidiano, o que impôs às figuras de liderança incumbências que não apenas a proclamação de uma verdade. A “rotinização do carisma” teria representado, segundo o autor, uma condição de possibilidade para o surgimento de formas não personalistas de liderança e de modernas instituições regidas pelo ideal burocrático. Na teleologia proposta por Weber (1982), teria cabido ao sacerdote a função histórica de estabilizar, ritual e racionalmente, um carisma primordial.

No ministério Bruno Leonardo, vemos o inverso acontecer: um bispo reivindicar o *status* de profeta pelo sinal raro da presentificação de seu corpo. Estamos assim diante de uma ação religiosa que parece feita também da reordenação do espaço: uma *visita* que desrotiniza o carisma ao promover o ato ritual em grandes estádios, submetendo o profeta ao dever ético da itinerância e designando ao bispo o cuidado digital das almas.

Considerações finais

Neste artigo, investigamos mediações que instituem o modelo de liderança e práticas de engajamento de seguidores do ministério Bruno Leonardo. Vimos que funções de plataformas digitais estabelecem acordos interativos entre o bispo e a audiência e que a presença do corpo do sacerdote em celebrações religiosas tem se

10 Agradecemos a Karla Patriota por chamar a nossa atenção a respeito desse duplo papel.

requalificado a partir de certa atmosfera de acontecimento. Ao longo deste texto, aventamos uma análise de duplo nível centrada nas categorias de tempo e espaço para pensar tanto o estilo de liderança proposto pelo ministério quanto a adaptação de rituais aos usos das mídias *on-line*.

Em um primeiro plano, observamos, pelos ciclos diários de orações, que o bispo oferece cuidado aos seguidores guiando-lhes por uma rotina dividida em turnos espirituais. Esse esquema cotidiano é interrompido por uma “visita” que exige o deslocamento do corpo para um encontro extraordinário com o carisma do profeta e impõe ao líder o dever de levar revelações a fiéis de diferentes lugares.

Em um segundo nível de leitura, tempo e espaço orientaram também nossa análise do que parece fundamentar o alcance social do trabalho do bispo: a prática da oração. Examinamos como as preces conduzidas pelo sacerdote no YouTube dissociam tempo cronológico e tempo espiritual, ao tomarem como referência para a ação divina o encontro do fiel com a autoridade do bispo, determinado pelo momento da reprodução do vídeo. Por outro lado, os modos acionados pelos seguidores para acompanhar as transmissões sugerem a desterritorialização do ritual da prece. Ao “colocarem” a oração em casa, no transporte público ou em meio às demandas do local de trabalho, os seguidores se propõem a procurar por Deus em diferentes espaços, sob a mediação do bipo.

Talvez valha perguntar: por que motivo, afinal, as pessoas oram? Para Marcel Mauss (2003), a eficácia de uma prece depende da crença no poder da linguagem: um sujeito ora porque crê que seus deuses compreendem o que diz. A prece também confia em uma ação que responda àquilo que se fala: “quando se reza, geralmente se espera algum resultado, para alguma coisa, ou para alguém, ainda que apenas para si mesmo” (Mauss 2003:56-57). A oração remete assim a outro espaço e a outro tempo, ao demandar a imaginação de dimensões invisíveis de existência e dar início a um estado subjetivo de espera por respostas.

Em outros termos, a oração constitui uma tentativa de expandir a agência humana pela mobilização do que a transcende. O êxito dessa expansão, entretanto, repousa em um mistério: qual é a porção do trabalho espiritual que cabe ao fiel? Se há um modo correto de orar, como exemplifica o próprio Jesus ao ensinar o “Pai Nosso”, é porque existem formas erradas de fazê-lo, um tema que tem ocupado longamente a teologia e a prática cristãs com questões elementares, como: “o que importa em uma oração? É a quantidade de tempo, a intensidade ou a sinceridade da pessoa que produz efeito? É a quantidade de orações que se faz ou o número de pessoas que oram junto?” (Bandak 2017:5). Como indica Andreas Bandak (2017), ao colocar em jogo a virtualidade de uma resposta que escapa à intervenção do fiel, a oração funciona sempre como mecanismo de autoavaliação: ela o confronta com a dúvida sobre a adequação de sua forma ritual para sensibilizar Deus.

Em uma cultura popular crescentemente pentecostalizada e desinstitucionalizada, o ministério Bruno Leonardo parece se dirigir a esse dilema e modelar, mais do

que uma *igreja*, uma *audiência* a partir de um sofisticado modelo de gestão da atenção. O bispo não está sozinho nessa proposta de uso das mídias digitais para a pedagogia da prece. Segundo o Playboard (2024c, 2024d), serviço de ranqueamento utilizado por pesquisas sobre tendências do YouTube global, nos anos de 2023 e 2024 o canal de Bruno Leonardo só não levantou mais recursos via *Super Chat* do que a conta de outro sacerdote, o pastor pentecostal Jerry Eze, cujo ministério de oração *on-line* tornou-se um fenômeno de massa na Nigéria (Adelakun 2024).

O peso de saber ao certo o que fazer da oração para que ela produza resultados e tenha eficácia como ritual talvez fique atenuado ao se dispor da companhia mediada do carisma. Três vezes ao dia, Bruno Leonardo oferece aos seguidores seu *efeito de presença*: a “sensação que o espectador tem de que os corpos ou objetos oferecidos a seu olhar (ou a seus ouvidos) estão de fato ali, no mesmo espaço-tempo em que ele se encontra, mesmo sabendo que eles estão ausentes” (Féral 2012:26). A voz do bispo, que chega antes do corpo do profeta, anima assim um fenômeno complexo, com diversos focos de interesse para o campo de estudos sobre as relações entre religião e mídia.

Bibliografia

- ADELAKUN, Abimbola. (2024), “Animating performances: prayers and African popular Pleasures”. *Journal of African Cultural Studies*, vol 36, nº 4: 454-468.
- ALDOUS, Kholoud Khalil; AN, Jisun; JANSEN, Bernard. (2019), “View, like, comment, post: analyzing user engagement by topic at 4 levels across 5 social media platforms for 53 news organizations”. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, vol. 13: 47-57.
- AZEVEDO, Israel Belo de. (1996), *A celebração do indivíduo: a formação do pensamento batista brasileiro*. São Paulo: Exodus, 1996.
- BANDAK, Andreas. (2017), “The social life of prayers – introduction”. *Religion*, vol. 47, nº 1: 1-18.
- BEKKERING, Denis. (2011), “From ‘televangelist’ to ‘inter-evangelist’: the emergence of the streaming video preacher”. *The Journal of Religion and Popular Culture*, vol. 23, nº 2: 101-117.
- BEUSCART, Jean-Samue; COAVOUX, Samuel; GARROCQ, Jean-Baptiste. (2023), “Listening to music videos on YouTube: digital consumption practices and the environmental impact of streaming”. *Journal of Consumer Culture*, vol. 23, nº 3: 654-671.
- BLANTON, Anderson. (2016), “The apparatus of belief: prayer, technology, and ritual gesture”. *Religions*, vol. 7, nº 69: 1-14.
- CHAGAS, Hudson Ramos. (2018), *Experiências religiosas de comunidade no ciberespaço: um estudo de caso da página do padre Reginaldo Manzotti no Facebook*. Recife: Dissertação de Mestrado em Comunicação, UFPE.
- CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. (2014), *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil*. Brasília: Edições CNBB.
- CÔRTEZ, Mariana. (2005), *O bandido que virou pregador: a conversão de criminosos ao pentecostalismo e suas carreiras de pregadores*. São Paulo: Dissertação de Mestrado em Sociologia, USP.
- ENGELKE, Matthew. (2007), *A problem of presence: beyond scripture in an African church*. Berkeley: University of California Press.

- EL-SAYED, Heba; GREENHILL, Anita; WESTRUP, Chris. (2015), "‘I download my prayer schedule’: exploring the technological mediation of Islamic religious practice at work". *Culture and Religion*, vol. 16, nº 1: 35-50.
- FÉRAL, Josette. (ed.). (2012), *Pratiques performatives, body remix*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- FERNANDES, Silvia. (2018), "Trajetórias religiosas de jovens sem religião – algumas implicações para o debate sobre desinstitucionalização". *Interseções*, vol. 20, nº 2: 369-387.
- FRARI, Vanderlei. (2016), *A cultura gospel e a desinstitucionalização do sujeito religioso: investigação com os ‘desigrejados’ evangélicos de Londrina*. Londrina: Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, UEL.
- GROSSBERG, Lawrence. (1992), "Is there a fan in the house? The affective sensibility of fandom". In L. Lewis (ed.). *Fan Culture and Popular Media*. New York: Routledge.
- HADDEN, Jeffrey; SWANN, Charles. (1981), *Prime time preachers: the rising power of televangelism*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- HINE, Christine. (2015), *Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday*. London/NY: Bloomsbury Academic.
- JIN, Ruidong; LIU, Xin; MURATA, Tsuyoshi. (2024), "Predicting potential real-time donations in YouTube live streaming services via continuous-time dynamic graphs". *Machine Learning*, vol. 113: 2093-2127.
- KEANE, Webb. (2002), "Sincerity, ‘modernity’, and the protestants". *Cultural Anthropology*, vol. 17, nº 1: 65-92.
- MACHADO, Carly. (2011), "Performances polêmicas: religião, mídia e mediações no Movimento Raeliano no espaço público". *Interseções*, vol. 13, nº 2: 261-277.
- MACHADO, Carly. (2014), "Pentecostalismo e o sofrimento do (ex-)bandido: testemunhos, mediações, modos de subjetivação e projetos de cidadania nas periferias". *Horizontes Antropológicos*, ano 20, nº 42: 153-180.
- MACHADO, Carly. (2020), "Fazendo política em outros congressos: tramas religiosas, práticas midiáticas e a estética da política nas periferias urbanas do Rio de Janeiro". *Debates do NER*, ano 20, nº 38: 19-59.
- MAURÍCIO JÚNIOR, Cleonardo. (2021), "O pastor como hiperconvertido: uma etnografia da constituição do líder pentecostal". *Religião & Sociedade*, vol. 41, nº 1: 125-148.
- MAUSS, Marcel. (2003), *On prayer: text and commentary*. New York: Durkheim Press; Berghahn Books.
- MEYER, Birgit. (2006), *Religious Sensations: why media, aesthetics and power matter in the study of contemporary religion*. Inaugural Lecture, Vrije Universiteit, Amsterdam.
- MEYER, Birgit. (2011), "Medium". *Material Religion*, vol. 7, nº 1: 58-65.
- MOCHEL, Lorena. (2023), *A fluidez da unção: raça, gênero e erotismos evangélicos nas materialidades de um ministério digital*. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado em Antropologia Social, UFRJ.
- PARKS, Malcom. (2011), "Social network sites as virtual communities". In: Z. Papacharissi (ed.). *A networked self: identity, community, and culture on social network sites*. New York: Routledge.
- PAULA, Leandro de. (2024), "Candomblé in public: how religious rites become civil technologies in Salvador, Brazil". *Open Theology*, vol. 10, nº 1: 1-19.
- PIERUCCI, Antônio Flávio. (2006), "Religião como solvente – uma aula". *Novos Estudos Cebrap*, vol. 75: 111-127.
- RECUERO, Raquel. (2006), *Comunidades virtuais em redes sociais da internet: proposta de tipologia baseada no fotolog.com*. Porto Alegre: Tese de Doutorado em Comunicação, UFRGS.
- REESINK, Mísia. (2009), "‘Rogai por nós’: a prece no catolicismo brasileiro à luz do pensamento maussiano". *Religião & Sociedade*, vol. 29, nº 2: 29-57.

- REINHARDT, Bruno. (2014), “Soaking in tapes: the haptic voice of global Pentecostal pedagogy in Ghana”. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, vol. 20: 315-336.
- SANTOS, Douglas; MARTINEZ, Elias. (2020), “‘A igreja sou eu, é você, somos nós’: notas sobre a desinstitucionalização evangélica no Brasil a partir da observação da Comunidade Caminho da Graça”. *Religião & Sociedade*, vol. 40, nº 2: 31-53.
- STOLOW, Jeremy. (2005), “Religion and/as media”. *Theory, Culture and Society*, vol. 22, nº 4: 119-146.
- TÖNNIES, Ferdinand. (1995), “Comunidade e sociedade”. In: O. Miranda (ed.). *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo: EdUSP.
- WEBER, Max. (1982), *Ensaio de sociologia*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos.
- ZHU, Zhenhui; YANG, Zhi; DAI, Yafei. (2017), “Understanding the gift-sending interaction on live-streaming video websites”. In: G. Meiselwitz (ed.). *Social computing and social media*. Human Behavior. Springer International Publishing.

Jornais e revistas consultados

- ISTOÉ. (2022), “Famoso na web, bispo Bruno Leonardo incentiva fiéis a terem rotina espiritual”, *IstoÉ*, 24 out. 2022. Disponível em: <https://istoe.com.br/famoso-na-web-bispo-bruno-leonardo-incentiva-fieis-a-terem-rotina-espiritual/>. Acesso em: 10/04/2024.
- MIDLEJ, Roberto. (2023), “Confusão marca apresentação de bispo em Salvador”, *Correio 24 Horas* (online), 23 abr. 2023. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/correio24horas/bahia/confusao-marca-apresentacao-de-bispo-em-salvador-0423>. Acesso em: 15/04/2024.
- TERRA. (2024), “Arena testemunha recorde histórico com Visita do Profeta”. *Terra*, 18 mar. 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/arena-testemunha-recorde-historico-com-visita-do-profeta,abbcc3855fcec167337a9349c7323359fjxusg7id.html>. Acesso em: 28/04/2024.

Sites consultados

- CONVENÇÃO BATISTA BRASILEIRA. (2024), *Convenção Batista Brasileira*. Disponível em: <https://www.convencaobatista.com.br/site/index.php>. Acesso em: 11/04/2024.
- IGREJA BATISTA AVIVAMENTO MUNDIAL. (2024), “Bio”, *Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/ibavivamentomundial/>. Acesso em: 08/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2022a), “Bispo Bruno Leonardo”. *Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/bispobrunoleonardo/>. Acesso em: 08/10/2022.
- LEONARDO, Bruno. (2022b), “O tempo da honra”. *Instagram*, 3 fev. 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZiPWNjOR9q/>. Acesso em: 16/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2022c), “Eu vou orar”. *Instagram*, 25 fev. 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Caa5X0ouQjv/>. Acesso em: 16/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2022d), “Escreva seu nome”. *Instagram*, 9 jan. 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CYf8I2qshEZ/>. Acesso em: 16/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2024a), *Bispo Leonardo Bruno*. Disponível em: <https://bispobrunoleonardo.com/>. Acesso em: 10/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2024b), “Bio”. *Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/bispobrunoleonardo/>. Acesso em: 15/04/2024.

- PLAYBOARD. (2024a), Most popular channels Brazil – Monthly. *Playboard*. Disponível em: <https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-popular-all-channels-in-brazil-monthly>. Acesso em: 30/11/2024.
- PLAYBOARD. (2024b), Most popular channels Worldwide – Monthly. *Playboard*. Disponível em: <https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-popular-all-channels-in-worldwide-monthly>. Acesso: 30/11/2024.
- PLAYBOARD. (2024c), Most superchatted channels Worldwide – Yearly. *Playboard*. Disponível em: <https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-superchatted-all-channels-in-worldwide-yearly?period=1672531200>. Acesso em: 30/11/2024.
- PLAYBOARD. (2024d), Most superchatted channels Worldwide – Yearly. *Playboard*. Disponível em: <https://playboard.co/en/youtube-ranking/most-superchatted-all-channels-in-worldwide-yearly?period=1704067200>. Acesso em: 30/12/2024.

Vídeos consultados

- LEONARDO, Bruno. (2019), *Poderosa oração do Salmo 21*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uN27gloCbYs>. Acesso em: 30/11/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2021), *Oração da Noite 16 de julho*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WNFWkWpgqHE>. Acesso em: 24/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2022e), *Poderosa oração do Salmo 21*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4dLDXlcsMxk>. Acesso em: 21/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2022f), *Oração para cura e saúde*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-kfgpZEOAMw>. Acesso em: 21/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2022g), *Oração de proteção contra inveja*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=COIEbCoXiug>. Acesso em: 23/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2022h), *Oração da Meia-noite 4 de abril*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=s8oY93Ed1bs>. Acesso em: 23/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2022i), *Oração da Meia-noite 15 de setembro*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=g5JkFksNyLs>. Acesso em: 24/04/2024.
- LEONARDO, Bruno. (2022j), *11 milhões de inscritos*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vMLfmChxSLg>. Acesso em: 24/04/2024.

Submetido em: 20/05/2024

Aprovado em: 16/12/2024

Leandro de Paula* (psleandro@ufba.br)

* Professor Adjunto do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências e dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, Bahia, Brasil; Coordenador do LOGIN - Grupo de Pesquisa “Cultura, Política, Lógicas Identitárias e Produtivas” da UFBA; Doutor em Comunicação.

Adoliran Medrado** (adoliranmedrado@gmail.com)

** Integrante do LOGIN - Grupo de Pesquisa “Cultura, Política, Lógicas Identitárias e Produtivas” da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, Bahia, Brasil; Mestre em Cultura e Sociedade.

Resumo

“Sua voz chegará antes do seu corpo”: espaço, tempo e mediação no ministério de um bispo profeta

Este artigo investiga o êxito da atuação do bispo Bruno Leonardo, líder da Igreja Batista Avivamento Mundial, enfocando sua relação com a audiência em mídias digitais. Com base em estudos sobre mediação e no acompanhamento dos canais do bispo em duas plataformas de comunicação – Instagram e YouTube –, descrevemos usos inventivos das mídias que convidam os seguidores a uma rotina espiritual. Utilizamos também dados etnográficos de celebrações presenciais para assinalar particularidades do ministério no que compete à administração do carisma e à constituição da liderança religiosa.

Palavras-chave: mediação; mídias digitais; YouTube; oração.

Abstract

“Your voice will come prior to your body”: space, time, and mediation in the ministry of a prophet bishop

This article investigates the ministry of bishop Bruno Leonardo, leader of the “Avivamento Mundial” Baptist Church, focusing on his successful relationship with the audience on digital media. Based on studies on mediation and monitoring two communication platforms — Instagram and YouTube —, we describe inventive media uses that invite followers to a spiritual routine. In addition, we employ ethnographic data from in-person celebrations to highlight how the ministry handles the management of charisma and constitutes its religious leadership.

Keywords: mediation; digital media; YouTube; prayer.

Resumen

“Tu voz llegará antes que tu cuerpo”: espacio, tiempo y mediación en el ministerio de un obispo profeta

Este artículo examina el ministerio del obispo Bruno Leonardo, líder de la Iglesia Bautista “Avivamento Mundial”, mirando su relación con la audiencia en los medios digitales. Con base en estudios sobre el concepto de mediación y en la observación de dos plataformas de comunicación – Instagram y YouTube –, describimos usos inventivos de los medios que invitan a los seguidores a una rutina espiritual. Además, emplea-

mos datos etnográficos de celebraciones presenciales, con el objetivo de resaltar cómo el ministerio maneja el carisma y constituye sus formas de liderazgo religioso.

Palabras clave: mediación; medios digitales; YouTube; oración.