



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

SARA SILVA DOS SANTOS

**YOUTUBE E RELIGIÃO NA PANDEMIA:
AS LIVES DA IGREJA EVANGÉLICA “O BRASIL PARA CRISTO”**

**CAMPINA GRANDE - PB
2023**

SARA SILVA DOS SANTOS

**YOUTUBE E RELIGIÃO NA PANDEMIA:
AS LIVES DA IGREJA EVANGÉLICA “O BRASIL PARA CRISTO”**

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade artigo científico, apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em Jornalismo.

Orientador(a): Profº Dr. Rostand de Albuquerque Melo

**CAMPINA GRANDE – PB
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S237y Santos, Sara Silva dos.
Youtube e religião na pandemia: as lives da igreja evangélica "O Brasil para Cristo" [manuscrito] / Sara Silva dos Santos. - 2023.
33 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Prof. Dr. Rostand de Albuquerque Melo, Departamento de Comunicação Social - CCSA. "

1. Comunicação religiosa. 2. Influência digital. 3. YouTube.

I. Título

21. ed. CDD 070.19

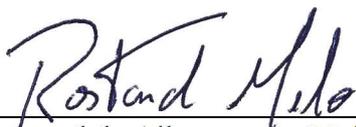
SARA SILVA DOS SANTOS

YOUTUBE E RELIGIÃO NA PANDEMIA: AS LIVES DA IGREJA EVANGÉLICA
"O BRASIL PARA CRISTO" EM CAMPINA GRANDE-PB

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade artigo científico, apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em Jornalismo.

Aprovada em: 01 / 12 / 2023

BANCA EXAMINADORA



Prof^o Dr. Rostand de Albuquerque Melo (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.^a Dr. Elane Gomes da Silva Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.^a Dr. Verônica Almeida de Oliveira Lima
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A minha irmã Andréa Lígia, em quem me inspiro. A minha tia Eva Jovencio, que me motivou a estudar de tantas formas, e aos meus pais Francisco Matias e Lucimar Jovencio, a quem gostaria de honrar e de deixá-los orgulhosos, DEDICO.

“Porque dele e por ele, e para ele, são todas as coisas; glória, pois, a ele eternamente. Amém.”
Romanos 12:36

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Pe. Luiz Cesar Moraes com filtros do Facebook	13
Figura 02 – Tela inicial do canal no YouTube Voltemos ao Evangelho	14
Figura 03 – Aba “Comunicação” no site da Primeira Igreja Batista de Curitiba	15
Figura 04 – IPPTV On-line	15
Figura 05 – Publicação do Pe. Fábio de Melo no Instagram	16
Figura 06 – Publicação do Pr. Deive Leonardo no Instagram	17
Figura 07 – Publicação do Pr. Cláudio Duarte no Instagram	17
Figura 08 – Tela inicial do canal no YouTube Dois Dedos de Teologia	18
Figura 09 – Tela inicial do canal no YouTube do Pr. Antônio Júnior	18
Figura 10 – Primeira live produzida pela OBPC Bela Vista no YouTube	23
Figura 11 – Live produzida na igreja com público limitado	25
Figura 12 – Live recente produzida pela OBPC Bela Vista no YouTube	27

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPPTV	Igreja Presbiteriana de Pinheiros Televisão
OBPC	O Brasil Para Cristo
IOBPC	Igreja O Brasil Para Cristo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 O USO DA INTERNET ENTRE CATÓLICOS E EVANGÉLICOS NO BRASIL ...	12
2.1 Novos meios de comunicar: Influenciadores cristãos	15
2.2 O uso do YouTube na comunicação religiosa durante o isolamento social	18
3 ANÁLISE DE DADOS	20
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
5 REFERÊNCIAS	28

COMUNICAÇÃO RELIGIOSA DURANTE A PANDEMIA CORONAVÍRUS (COVID-19): A RELEVÂNCIA DA REDE SOCIAL YOUTUBE

SARA SILVA DOS SANTOS¹

RESUMO

Com a pandemia causada pelo coronavírus (COVID-19), várias áreas da vida humana foram afetadas e, no Brasil, uma esfera bastante discutida foi a da religião. Naquele momento, a comunicação religiosa, que já possuía forte presença no contexto brasileiro e digital com os influenciadores, passou a ser pensada enquanto estratégia na manutenção das atividades durante o período de distanciamento social. Esse processo, do contexto pandêmico aos dias atuais, é motivo de análise neste trabalho, que se propõe a dar enfoque ao uso da ferramenta YouTube pela Igreja Evangélica O Brasil Para Cristo no bairro da Bela Vista, em Campina Grande, Paraíba. A presente pesquisa apresenta uma análise descritiva comparativa de três vídeos publicados no canal oficial da igreja entre os anos de 2020 a 2023, períodos que demarcam a quarentena, o momento em que as igrejas podiam realizar atividades presenciais com 50% do público e pós-pandemia, onde os cultos ocorrem sem restrições. A partir da análise, o trabalho observou que mudanças e dificuldades a igreja enfrentou na transição para o digital, além de apresentar, por meio dos dados coletados, como se deu essa linha do tempo, que partiu do imprevisto, com uma série de limitações, mas chegou ao profissionalismo, com uma produção mais elaborada e completa adaptação.

Palavras-chave: Comunicação religiosa; Influência digital; YouTube.

ABSTRACT

With the pandemic caused by the coronavirus (COVID-19), several areas of human life were affected and, in Brazil, a widely discussed sphere was religion. At that moment, religious communication, which already had a strong presence in the Brazilian and digital context with influencers, began to be considered as a strategy for maintaining activities during the period of social distancing. This process, from the pandemic context to the present day, is the subject of analysis in this work, which aims to address the use of the YouTube tool by the Evangelical Church O Brasil Para Cristo in the Bela Vista neighborhood, in Campina Grande, Paraíba. This research presents a comparative descriptive analysis of three videos published on the church's official channel between the years 2020 and 2023, periods that demarcate the quarantine, the moment in which churches were able to carry out face-to-face activities with 50% of the public and post-pandemic, where services take place without restrictions. Based on the analysis, the work suggested that changes and the church planned the transition to digital, in addition to presenting, through the data found, how this timeline came about, which started from improvisation, with a series of limitations, but reached professionalism, with a more elaborate production and complete adaptation.

¹ Estudante de graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. E-mail: sara.silva.santos@aluno.uepb.edu.br

Keywords: Religious communication; Digital influence; YouTube.

1. INTRODUÇÃO

A comunicação está relacionada com a religião desde a origem da palavra. Ao tratar da etimologia do termo, Martino (2001) explicou que comunicação provém do latim *communicatio*, que pode ser entendida como “atividade realizada conjuntamente”. A palavra teria, segundo o autor, surgido no contexto do cristianismo antigo, nos mosteiros, onde a vida dos religiosos era marcada pela contemplação e o isolamento:

No mosteiro aparecerá uma prática que recebeu o nome de *communicatio*, que é o ato de “tomar a refeição da noite em comum”, cuja peculiaridade evidentemente não recai sobre a banalidade do ato de comer, mas fazê-lo conjuntamente com outros, reunindo então aqueles que se encontravam isolados. A originalidade dessa prática fica por conta dessa ideia de “romper o isolamento”, e nisto reside a diferença entre a *communicatio* eclesiástica e o simples jantar da comunidade primitiva. (MARTINO, 2001)

As relações entre comunicação e religião ocorrem desde os tempos do medievo. De acordo com Busi (2017), a Bíblia Sagrada foi o primeiro grande livro impresso pela técnica de Gutenberg, ainda na Idade Média. O método consistia em colocar as letras em chumbo na prensa manualmente, um trabalho que possibilitou um novo modo de produção e que causou uma revolução na comunicação da época. A nível de informação, segundo Miranda (2014), ao todo, ela possuía 641 páginas e, por meio da prensa de tipos móveis de Gutenberg, ainda em 1440, foram feitas mais de 300 impressões do livro. O que podemos observar neste exemplo é um meio de comunicação repercutindo na esfera da religião cristã.

Fazendo um paralelo, atualmente no Brasil, a busca por livros físicos continua crescente entre os cristãos. Através de um dado gerado pela pesquisa de produção e vendas do setor editorial brasileiro², vimos que a procura por livros religiosos teve resultados positivos em 2022, com um crescimento de 6% e mais de 48,6 milhões de exemplares produzidos, o que gerou um faturamento total em 650 milhões no setor.

E com a criação de meios de comunicação como rádio, televisão e internet, a Igreja Evangélica brasileira tem se tornado cada vez mais intencional na divulgação da mensagem cristã, encontrando um grande número de pessoas que não só consomem esse conteúdo, como também, promovem o seu engajamento. Segundo dados do IBGE³ no censo de 2010, o Brasil possuía 42.275.440 pessoas declaradamente evangélicas e, nos dias atuais, a perspectiva é de que o número seja maior.

Além dos meios físicos de produção de conteúdo, agora falando especificamente da religião protestante, ao longo dos anos, é possível notar que ela foi estabelecendo uma boa estrutura comunicacional com seu público por meio dos veículos massivos tradicionais, como rádio e televisão.

Nos tempos modernos, há inúmeros programas de rádio, além de emissoras religiosas com esse segmento. Em relação a grade da TV brasileira ocorre o mesmo, atualmente, existem alguns canais evangélicos, como por exemplo, a Rede Gospel, ligada à Igreja Renascer, e a

² FACCHINI, Talita. Livros religiosos tiveram resultados positivos na Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro 2022. **PUBLISHNEWS**. 06 Jun. 2023 Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2023/06/06/livros-religiosos-tiveram-resultados-positivos-na-pesquisa-producao-e-vendas-do-setor-editorial-brasileiro-2022> Acesso em: 18 Out. 2023

³ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Brasileiro de 2010**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pesquisa/23/22107> Acesso em: 19 Out 2023

Rede Super, da Igreja Batista da Lagoinha, com programações voltadas para o público no Brasil.

Na jornada televisiva, o primeiro passo, por assim dizer, que marcou a presença dos evangélicos na televisão brasileira, foi dado por meio dos programas popularmente conhecidos como “televangelísticos”. Um exemplo disso foi O Despertar da Fé⁴, promovido pela Igreja Universal do Reino de Deus e apresentado pelo Missionário R.R. Soares e o Bispo Edir Macêdo, inicialmente na TV Tupi, a partir de 1978.

O mesmo ocorre através da internet, onde as igrejas evangélicas encontram mais um meio de anunciar sua fé ao mundo, inclusive, de modo gratuito, principalmente após a passagem da pandemia de coronavírus, que trouxe consigo o isolamento social e com ele, a implantação de novos hábitos.

A rede social YouTube, que é objeto de estudo neste trabalho, abriu portas para inúmeras igrejas se expandirem. Parte da comunidade evangélica no Brasil adotou o seu uso logo que houve a impossibilidade em realizar atividades presenciais. Um exemplo em especial, que será analisado neste trabalho, ocorreu em Campina Grande, no bairro da Bela Vista, por parte da igreja que pertence à denominação “O Brasil Para Cristo” (IOBPC)

O presente trabalho utilizou como metodologia a análise descritiva comparativa, que tem como principal objetivo a descrição dos dados, sua organização e observação, afim de obter um resultado sobre as informações estudadas, nesse caso, três transmissões ao vivo pelo canal oficial no YouTube da IOBPC Bela Vista, em março de 2020, dezembro de 2021 e novembro de 2023, eles demarcam, respectivamente, o período em que o isolamento social foi iniciado, em virtude da pandemia, a fase em que os cultos poderiam ser realizados com público limitado e os dias atuais. A escolha dessa igreja se deu pelo fato de ela ter iniciado um canal no YouTube por ocasião das limitações impostas pela pandemia.

A utilização de uma rede social para dar seguimento às atividades eclesiais de maneira remota durante a pandemia de coronavírus foi uma grande ação, mas ela só começou a ser possível graças a um conjunto de pequenas atitudes que fizeram com que a comunidade evangélica percebesse nesse meio um terreno fértil para ser explorado, como citaremos nos casos a seguir.

2. O USO DA INTERNET ENTRE CATÓLICOS E EVANGÉLICOS NO BRASIL

Fazendo um comparativo sobre o uso da internet para as religiões Católica e Evangélica no Brasil, o capítulo mais recente da construção dessa história na comunicação religiosa para a Igreja Católica se deu pelas transmissões ao vivo das missas pela Rede Social Facebook⁵, em 2020, durante a Pandemia de Coronavírus (COVID-19). O fato ocorreu em virtude dos decretos de isolamento social vigentes nos estados do país.

Apesar da suspensão das atividades presenciais devido a pandemia, o uso da rede social supracitada não foi uma novidade para a organização religiosa, que já possuía equipes preparadas para dar o devido suporte, como os membros da Pastoral da Comunicação (Pascom).

Diante desse cenário, a Pascom ainda trabalhou na promoção de uma melhor qualidade nas *lives*⁶ das igrejas. Um exemplo disso foi o desenvolvimento do *plugin* "Pascom

⁴ TELEVISÃO completou 70 anos no Brasil e a Universal faz parte desta história. **Universal**. 18 Set 2020. Disponível em: <https://www.universal.org/noticias/post/televisao-completou-70-anos-no-brasil-e-a-universal-faz-parte-desta-historia/> Acesso em: 19 Out 2023

⁵ RISSO, Breno. Transmissões de Missas pelo Facebook da Rede Notícia batem recorde de visualizações. **Rede Notícia**. 04 Ago 2020. Disponível em: <https://redenoticia.es/transmissoes-de-missas-pelo-facebook-da-rede-noticia-batem-recorde-de-visualizacoes/> Acesso em: 24 Out 2023

⁶ Live, expressão de origem na língua inglesa e que é utilizada como sinônimo de transmissão ao vivo.

Multistream"⁷, que auxiliou paróquias na transmissão simultânea em três redes sociais, *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*. Além disso, a Pascom foi a responsável por trazer orientações gerais para realização das transmissões das missas⁸.

Ao longo dos anos, a Igreja Católica Romana também havia estabelecido uma boa relação comunicacional com a sociedade por meio do apoio de líderes eclesiais, como no caso dos padres cantores, que tinham aptidão em posicionar-se nos meios de comunicação de massa, na grande mídia, televisão e internet, o que também gerou um impacto positivo nas *lives* religiosas.⁹

Mas mesmo com o todo o engajamento na continuação das atividades religiosas de maneira remota, pela falta de hábito em se utilizar determinados equipamentos e dispositivos, algumas situações inusitadas escaparam do controle, por assim dizer, o que na internet gerou o que são popularmente conhecidas como *memes*, mas que em momento algum é visto nesta citação como motivo de chacota ou mesmo de maneira negativa para a igreja, apenas mostra como a lida com os meios digitais podem ser diferentes em cada realidade.

Os memes geram na internet uma gama de conteúdos que servem de entretenimento, há ainda casos em que a viralização ocorre de maneira intencional. De acordo com o site Tecnoblog, “meme é uma imagem transmitida para viralizar na internet, compartilhando comentários pontuais sobre símbolos culturais, ideias sociais ou eventos atuais”.¹⁰

Um caso bastante conhecido ocorreu em uma comunidade na cidade de Itajubá, Minas Gerais, com o Pe. Luiz Cesar Moraes. Enquanto fazia uma *live* na rede social *Facebook*, sem querer, o reverendo ativou os filtros da câmera e apareceu ao longo da celebração com efeitos engraçados, o que viralizou rapidamente nas redes sociais. (FIGURA 01)

Figura 01 – Pe. Luiz Cesar Moraes com filtros do Facebook



Fonte: Reprodução da Internet (Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/03/31/padre-faz-transmissao-de-bencao-on-line-e-vira-meme-com-filtros-divertidos-acionei-sem-querer.ghtml>)

⁷ AGENTE da Pascom desenvolve plugin para transmissão ao vivo. **Pascom Brasil**. 5 Mai 2020 Disponível em: <https://pascombrasil.org.br/agente-da-pascom-desenvolve-plugin-para-transmissao-ao-vivo/> Acesso em: 24 Out 2023

⁸ TRANSMISSÕES on-line: orientações e cuidados. **Pascom Brasil**. 24 Mar 2020. Disponível em: <https://pascombrasil.org.br/transmissoes-on-line-orientacoes-e-cuidados/> Acesso em: 24 Out 2023

⁹ PRADO, Carol. Lives religiosas batem recorde na pandemia com ajuda de padres cantores; veja como assistir. **G1**. 08 Mai 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/05/08/lives-religiosas-batem-recorde-na-pandemia-com-ajuda-de-padres-cantores-veja-como-assistir.ghtml> Acesso em: 19 Out 2023

¹⁰ KOVACS, Leandro. O que é meme? **Tecnoblog**. 2020. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-meme/> Acesso em: 11 Dez 2023

No contexto evangélico, pode-se avaliar que coube ao perfil de cada organização religiosa e sua denominação, a inclusão daquela comunidade em uma rede social para transmissão dos cultos, por exemplo.

Tratando-se especificamente do *YouTube*, antes da pandemia, algumas igrejas brasileiras já possuíam um canal, mas o usavam esporadicamente. Além disso, alguns sites cristãos como, por exemplo, o “Voltemos ao Evangelho”, já utilizavam a rede há muitos anos como um meio evangelístico, onde eram postados vídeos de ministrações expositivas de pregadores e pastores, legendados ou traduzidos. (FIGURA 02)

Figura 02 – Tela inicial do canal “Voltemos ao Evangelho”



Fonte: Reprodução da Internet (Disponível em: <https://www.youtube.com/@VoltemosAoEvangelho>)

Mas voltando ao contexto pandêmico, é importante frisar que enquanto algumas igrejas iniciavam seus canais na rede, outras preferiram não o utilizar em detrimento de outra rede social e, atualmente, depois da pandemia, algumas igrejas optaram por continuar alimentando ou não os seus canais, o que pode variar muito entre as denominações.

Não existe uma única organização que dê diretrizes a todas as igrejas evangélicas brasileiras, como no caso da Igreja Católica, mas em cada igreja – no caso daquelas que usam meios digitais – existe uma equipe ou pessoa direcionada para a execução daquela atividade.

Padrões de trabalho variam de acordo com a visão de cada igreja, a partir dos seus objetivos com relação ao uso das redes sociais, necessidades e até mesmo a depender dos equipamentos que a igreja possui e do material humano que integra aquele setor.

Ainda ocorre que, em algumas igrejas em que há o desenvolvimento da comunicação, essa equipe é tida também como um ministério específico ou departamento daquela organização, como um serviço na igreja. Um exemplo disso pode ser encontrado na Primeira Igreja Batista de Curitiba, que possui o Ministério de Comunicação "EnComum". (FIGURA 03).

Figura 03 – Aba “Comunicação” no site da Primeira Igreja Batista de Curitiba



Fonte: Reprodução da Internet (Disponível em: <https://pibcuritiba.org.br/comunicacao/>)

Um exemplo que se destaca na utilização do YouTube em diversos recursos ocorre na Igreja Presbiteriana de Pinheiros. O canal da igreja no YouTube possuía, até o dia 21 de novembro de 2023, 1,28 milhões de inscritos e, diariamente, realiza *lives* com a chamada IPPTV, por meio de transmissões 24h com diversas programações. (FIGURA 04)

Além disso, a igreja possui sermões legendados em libras, inglês, russo, francês, mandarim, alemão, italiano e espanhol e ainda mantém uma constância de publicações que envolve programas semanais e diários, além das transmissões dos cultos, com episódios de podcasts e documentários produzidos por ela.

Figura 04 – IPPTV On-line



Fonte: Reprodução da Internet (Disponível em: <https://www.ipp.tv.br/>)

Aproximando-se da nossa realidade, em Campina Grande, duas outras igrejas destacam-se em números: a Igreja Verbo da Vida, que tem sua sede na cidade e possui um canal com atualmente 97,8 mil inscritos (dado coletado em 21 de novembro de 2023) e a Igreja Assembleia de Deus (templo central) que possui 65,2 mil inscritos (dado coletado em 21 de novembro de 2023) em seu canal no YouTube.

3. NOVOS MEIOS DE COMUNICAR: INFLUENCIADORES CRISTÃOS

Com as ferramentas que a internet dispõe, novas formas de levar o conteúdo dos templos religiosos ao mundo foram possíveis o que, não necessariamente, ocorre através apenas de denominações, mas também, de pessoas físicas que representam o público cristão que, por outro lado, se identifica com eles. A essas pessoas, tem-se utilizado o termo “influenciador digital”.

Em linhas gerais, essa profissão parte de um conceito relativamente novo para a maioria das pessoas e, principalmente, para as igrejas, já que o mercado de influência começa a surgir

por volta de 2010¹¹ no YouTube com os produtores de conteúdo Kéfera e Felipe Neto como grandes nomes naquele contexto. A influência digital pode ser entendida como o ato de “conduzir outras pessoas a praticar determinadas ações”¹² utilizando-se das ferramentas digitais.

Falando da esfera da religião, na rede social Instagram, por sua vez, temos exemplos práticos de influenciadores que atraem milhares de pessoas e que tem se destacado. Um levantamento realizado pelo Jornal Metrôpoles e *Influency.me* mostrou que dos 10 produtores de conteúdo cristãos com mais seguidores na rede social Instagram, oito são evangélicos¹³. Todos ocupam um cargo de sacerdócio nas igrejas e no TOP três, encontram-se: 1º Pe. Fábio de Melo, 2º Pr. Deive Leonardo e 3º Pr. Cláudio Duarte.

O Padre Fábio de Melo, por exemplo, consegue transitar entre os públicos de maior e menor idade da religião Católica. Com sua linguagem e aparência jovial, ele mescla seus conteúdos com vídeos de reflexões bíblicas aos usos de memes. (FIGURA 05)

Figura 05- Publicação do Pe. Fábio de Melo no Instagram



Fonte: Reprodução da internet (Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cq212-Uso1_/)

O Pastor Deive Leonardo ficou bastante conhecido por seus vídeos devocionais e motivacionais. Atualmente, ele é agenciado pela *NonStop* Produções, que possui grande relevância entre os influenciadores digitais da América Latina. (FIGURA 06)

¹¹ SALGADO, Danielle. Influencer digital: tudo que você precisa saber para fazer sucesso no marketing digital. **Opinion Box**. 29 Ago 2022. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/influencer-digital/#:~:text=Por%20volta%20de%202010%2C%20a,como%20Felipe%20Neto%20e%20K%C3%A9fera> Acesso em: 05 Dez 2023.

¹² O que é influência digital? *Influency.me*. 03 Set 2019. Disponível em: <https://www.influency.me/blog/influencia-digital/> Acesso em: 05 Dez 2023

¹³ HAIDAR, Daniel. Instagram: os influencers cristãos mais seguidos; evangélicos dominam. **Metrôpoles**. 02 Mar 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/instagram-os-influencers-cristaos-mais-seguidos-evangelicos-dominam> Acesso em: 19 Out 2023

Figura 06 – Publicação do Pr. Deive Leonardo no Instagram



Fonte: Reprodução de tela (Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CyMo0FGL146/>)

O Pastor Cláudio Duarte é mais conhecido pelo uso do humor em suas pregações, ao que parece, adotando uma lógica muito próxima do que viraliza nas redes sociais. Além disso, o pastor costuma trabalhar a temática do casamento e relacionamento familiar, atraindo um público bastante específico, que se interessa pelo tema. (FIGURA 07)

Figura 07 – Publicação do Pr. Cláudio Duarte no Instagram



Fonte: Reprodução de tela (Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CyilCkXAaX5/>)

No caso do YouTube, alguns canais tiveram notável relevância nos últimos anos no quesito “conteúdo cristão”, um exemplo é o canal “Dois dedos de Teologia”, que hoje possui cerca de 1 mil vídeos publicados. Inscrito na rede desde 2014, o canal se propõe a oferecer conteúdo que introduza as pessoas a assuntos do universo cristão. (FIGURA 08)

Figura 08 – Tela inicial do canal no YouTube Dois Dedos de Teologia



Fonte: Reprodução de tela (Disponível em: <https://www.youtube.com/@doisdedosdeteologia>)

Já no ano de 2020, quando a pandemia causada pelo novo coronavírus teve início em nosso país, um brasileiro, o Pastor Antônio Júnior, ficou no topo da lista dos maiores canais cristãos do YouTube mundial. Atualmente, ele possui cerca de 13,4 milhões de inscritos em seu canal, onde divulga diariamente – entre outros assuntos – mensagens e orações. (FIGURA 09)

Figura 09 – Tela inicial do canal no YouTube do Pr. Antônio Júnior



Fonte: Reprodução de tela (Disponível em: <https://www.youtube.com/@prantoniojunior/videos>)

A utilização das redes sociais, tanto Instagram como YouTube, por influenciadores e produtores de conteúdo cristão aponta para uma nova forma de comunicação que, como veremos adiante, foi muito utilizada por igrejas evangélicas a partir de uma necessidade, no cenário pandêmico e de isolamento social.

4. O USO DO YOUTUBE NA COMUNICAÇÃO RELIGIOSA DURANTE O ISOLAMENTO SOCIAL

O YouTube pode ser entendido como um site que possibilita a distribuição e o compartilhamento de vídeos on-line de maneira bastante prática e acessível, abrigando conteúdo gerado por pessoas (usuários) comuns, nos mais variados segmentos. "Como empresa de mídia, o YouTube é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora do conteúdo em si." (Burgess, 2009, p. 15).

Seu maior impacto no campo da comunicação se deu justamente porque as pessoas puderam gerar materiais a um clique, mesmo que de maneira profissional ou amadora. Tanto que, de início, seu lançamento não foi uma novidade, já que serviços similares já existiam, mas o seu grande diferencial estava no fato de tornar uma plataforma de vídeos acessível ao grande público, como no caso de permitir que os vídeos publicados pudessem ser incorporados em outros sites com mais facilidade, por exemplo.

A pandemia de coronavírus (Covid-19), teve início no Brasil em fevereiro de 2020,¹⁴ e durante esse período, diversos setores sofreram mudanças drásticas de adaptação devido ao cumprimento das medidas sanitárias. Atividades econômicas como o setor de eventos, turismo, comércio e atividades artísticas, por exemplo, foram diretamente impactados.¹⁵

E como todo o mundo passava por mudanças, os relacionamentos interpessoais foram fortemente impactados. O principal efeito ocorreu devido ao confinamento causado pela quarentena, e nesse período, a vida religiosa das pessoas que frequentavam alguma igreja para o exercício da fé e agora precisavam ficar em casa por causa dos decretos de isolamento e fechamento de templos religiosos também sofreu interferência.

Embora no YouTube fosse possível postar vídeos longos e ainda fazer *lives* de forma gratuita e de maneira bastante intuitiva, segundo uma pesquisa¹⁶ realizada pela *Invisible College* em 270 igrejas espalhadas pelo Brasil no ano de 2020, antes da pandemia de Covid-19, quase metade delas (48%) ainda não realizavam a transmissão ou gravação dos cultos.

Nesse mesmo período, no ramo do entretenimento, houve um fenômeno conhecido como o “boom” das *lives* na plataforma de vídeos, com a *hashtag* “Fique em Casa e Cante Comigo”, onde artistas faziam shows musicais para os internautas. Nesse tempo, a *live* da cantora Marília Mendonça bateu recorde de audiência, sendo a transmissão mais assistida no YouTube¹⁷ em 2020.

O brasileiro gosta de ver vídeos, o que faz da plataforma bastante popular em todo o país. Um levantamento do Banco Internacional de Dados Statista, apontou que o Brasil está em terceiro lugar no *ranking* de países com o maior número de usuários do YouTube em 2023, somando cerca de 142 milhões de usuários.¹⁸

Mas um fator interessante na realidade religiosa é que a transmissão dos cultos não gerava o mesmo sentimento nos fiéis onde, por ocasião dos encontros, as pessoas apertam as mãos e se abraçam, por exemplo. A chamada comunhão nos cultos estava em pausa, já que

¹⁴ RESENDE, Rodrigo. Dois anos do primeiro caso de coronavírus no Brasil. **Rádio Senado**. 23 Fev 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2022/02/23/dois-anos-do-primeiro-caso-de-coronavirus-no-brasil> Acesso em: 20 Out 2023

¹⁵ MINISTÉRIO da Economia divulga lista dos setores mais afetados pela pandemia da Covid-19 no Brasil. **Gov.br**. 15 Set 2020. Disponível em:

<https://www.gov.br/economia/ptbr/assuntos/noticias/2020/setembro/ministerio-da-economia-divulga-lista-dos-setores-mais-afetados-pela-pandemia-da-covid-19-no-brasil> Acesso em: 20 Out 2023

¹⁶ MAGALHÃES, José. Os impactos do isolamento social nas igrejas evangélicas brasileiras. **Expositor Cristão**. 23 Jul 2020. Disponível em: <https://www.expositorcristao.com.br/os-impactos-do-isolamento-social-nas-igrejas-evangelicas-brasileiras#:~:text=Muito%20provavelmente%2C%20o%20principal%20impacto,de%20cultos%20%2C%20sua%20membrosia> Acesso em: 20 Out 2023

¹⁷ PARENTE, Ediane. Live de Marília Mendonça durante a pandemia entrou para a história. **Observatório da TV**. 05 Nov 2021. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/colunas/ediane-parente/live-de-marilia-mendonca-durante-a-pandemia-entrou-para-a-historia> Acesso em: 23 Out 2023

¹⁸ BRASIL é o terceiro país com mais usuários do YouTube em 2023. **Forbes**. 10 Mai. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/05/brasil-e-o-terceiro-pais-com-mais-usuarios-do-youtube-em-2023/#:~:text=n%C3%A3o%20%C3%A9%20baixa.,De%20acordo%20com%20o%20banco%20internacional%20de%20dados%20Statista%2C%20atualmente,no%20primeiro%20m%C3%AAs%20do%20ano> Acesso em: 18 Out. 2023

também, como sabemos, evitar esse contato era uma medida de proteção no momento da pandemia.

Outro exemplo prático de como as medidas sanitárias de prevenção ao coronavírus iam de encontro aos hábitos no culto é a ministração da Santa Ceia, um sacramento realizado pelo menos uma vez por mês nas igrejas, onde os membros daquela comunidade compartilham do pão e vinho, que simbolizam o corpo e sangue de Jesus Cristo na sua morte e ressurreição.

A adoção do sistema digital foi uma medida prática em resposta ao isolamento, e possui características específicas em cada uma das diversas esferas da vida humana. Nas escolas e universidades, por exemplo, o ensino híbrido, remoto ou à distância possibilitou que as atividades fossem mantidas mesmo que o contato pessoal fosse evitado. Já em algumas empresas e profissões em que era possível desenvolver o trabalho sem necessariamente estar presente, algumas empresas implementaram o sistema home office.

5. ANÁLISE DE DADOS

A Igreja Evangélica “O Brasil Para Cristo”, localizada no bairro da Bela Vista, em Campina Grande, estado da Paraíba, criou seu canal na rede social YouTube durante a pandemia de Coronavírus, mais precisamente no dia 23 de março de 2020.

Esta análise visa perceber e catalogar informações de como se deu esse processo em três períodos diferentes da pandemia, observando três lives produzidas pela IOBPC, durante os seguintes períodos: interrupção dos cultos em virtude do isolamento social, em março de 2020, na fase em que os cultos podiam ser feitos com público limitado a 50%, em dezembro de 2021, e no contexto pós-pandemia, já em 2023, sem restrições para eventos com aglomerações e sem medidas de distanciamento social.

Na primeira live realizada pela igreja, por exemplo, o mais notável é que o cenário consistia em um ambiente, ao que parece, improvisado. O local do culto era também dividido entre as pessoas, mas pequeno para que todas o ocupassem ao mesmo tempo.

O primeiro contato da igreja novamente após o decreto de isolamento era marcado por bastante saudade, a comunicação dos personagens tinha essa conotação, e o resultado desse sentimento também é demonstrado no chat on-line, onde há a participação de muitas pessoas.

Naquele momento, apenas um violão foi suficiente, mas, a partir do segundo vídeo analisado, podemos ver que há uma necessidade em se utilizar essa aparelhagem, já que a *live* foi transmitida da igreja e havia presença de público, além do local da transmissão ser maior. O tempo da *live* também tem suas diferenças nos três vídeos, enquanto no primeiro vídeo a live foi mais curta, (52:59) na segunda e terceira live o tempo quase que dobrou (1:58:54 e 1:51:27, respectivamente).

Ao passo em que as pessoas passaram a participar dos cultos novamente de maneira presencial, nota-se a participação de outras pessoas em variados momentos do culto, como no caso do grupo de louvor, que conta com sete integrantes. Enquanto na primeira *live* o período de música contou apenas com um violão, nas demais *lives*, percebemos a participação de mais instrumentistas, como: baterista, baixista, violonista, tecladista e pandeirista, além de outros vocalistas que integram o momento.

O mesmo ocorre com os demais membros, como vemos a participação das diaconisas e de outros personagens que de alguma forma contribuem no culto. Outro tema interessante é a ministração da Santa Ceia, que ocorre por ocasião da segunda *live* analisada. Durante aquele período, podemos observar alguns personagens de máscara retirando-as para comer do pão e beber do vinho e as retornando para os seus rostos.

Em relação a parte visual da igreja, é interessante destacar que desde a primeira *live*, quando tudo ocorreu de maneira mais “caseira”, já havia como recurso o uso dos textos, seja para colocar o nome dos personagens, textos bíblicos ou letras de músicas. Esse recurso se apresentou nas três lives, mas passou por um melhoramento à medida em que elas foram transmitidas.

Ao que parece, a igreja não possuía uma identidade visual estabelecida anteriormente. O logotipo da igreja já era colocado nas *lives* desde a primeira transmissão, mas recursos como animação e variação de cores só foram vistas mais à frente. Em relação a mensagens de boas-vindas e divulgação de outras redes sociais, vemos que elas aparecem apenas no último vídeo, sendo um recurso atual.

Em relação ao cenário, percebemos também que ele passou por mudanças entre os dois últimos vídeos. Essas mudanças trouxeram maior qualidade para a *live*, que apresentou uma iluminação melhor e mais elaborada. Além disso, é perceptível a mudança da câmera utilizada nas *lives* iniciais e na última transmissão, que possui mais recursos, já que notamos o uso de vários enquadramentos e recortes durante a *live*, além de contar com a operação de um profissional durante o culto.

A partir dos dados catalogados, podemos aferir como se deu o processo de adaptação em relação ao uso do *YouTube* para a transmissão dos cultos na OBPC da Bela Vista, onde é possível notar uma evolução na realização das *lives*.

Nas três transmissões analisadas, percebemos que a participação das pessoas que acompanham as *lives* é notada, porém, nas duas últimas *lives* vemos exemplos de citações diretas a pessoas que comentam no *chat*, o que não ocorre no primeiro vídeo, apesar de ele ter tido mais interações. Isso demonstra também uma adaptação dos ministrantes à linguagem e à interatividade características da plataforma.

Com relação ao áudio, na segunda *live*, notamos que o som apresenta alguns problemas técnicos como microfônias e ruídos e, na terceira transmissão, percebemos que enquanto a equipe de louvor realiza a passagem de som, o áudio já começa a ser transmitido. Em ambos os casos o som é transmitido de maneira regular, tendo apenas em alguns momentos específicos apresentado essas falhas.

Em relação aos títulos, nota-se que tanto na *live* do momento de quarentena, quanto no período de público reduzido, foi utilizado o mesmo padrão “CULTO AO VIVO”, embora na segunda transmissão se tratasse do culto de Santa Ceia. Apenas na última *live* analisada e como observamos pelos títulos de outras transmissões mais recentes percebemos o uso de títulos mais específicos como: “CULTO DE ORAÇÃO”.

FICHA DE ANÁLISE	
FICHA Nº 01	DATA DE ANÁLISE: 07/11/2023

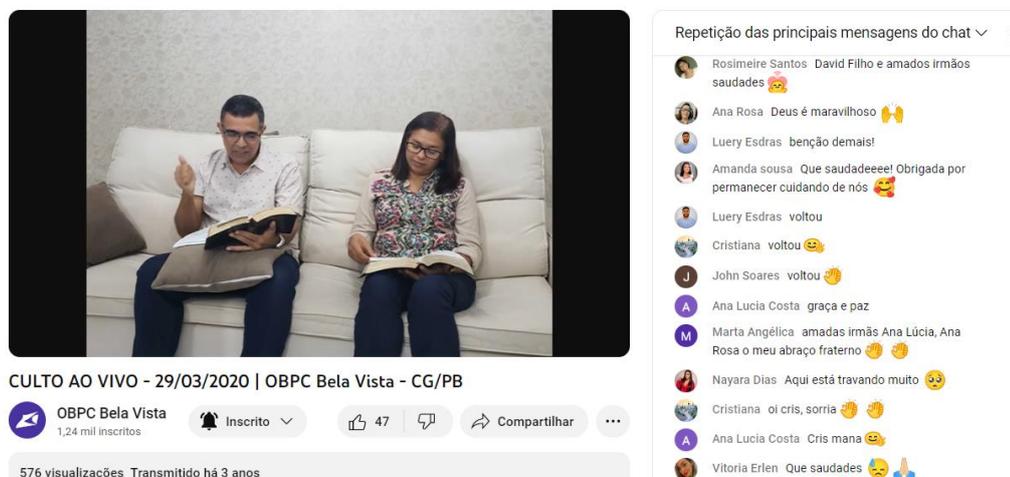
DADOS GERAIS DO VÍDEO	
CATEGORIA	RESPOSTAS
Título	CULTO AO VIVO – 29/03/2020 OBPC BELA VISTA – CG/PB
Data de postagem do vídeo	29 de março de 2020
Temas principais	Saudades do culto presencial; Esperança, sustento, descanso e confiança em Deus no momento presente; Respeito e submissão às autoridades públicas diante do decreto de isolamento social.
Duração	52:59
Número de curtidas (até a data da análise)	47
Número de visualizações (até a data da análise)	574
Número de comentários (até a data da análise)	2
Link de acesso	https://www.youtube.com/live/v3iOyJbNoZw?si=FqoUK5VGCYcmQ7iT

ELEMENTOS DO VÍDEO	
CATEGORIA	DESCRIÇÃO
Personagens (identificação)	Lucas Demov (mediador); Sâmia Barros (música);

	Pr. Marcos Alexandre (ministrante da palavra); Cristina Mary (saudação para as crianças, leitura bíblica e oração pela palavra ministrada).
Presença de apresentador ou mediador (indicar se há ou não e descrever caso ocorra)	Lucas Demov conduziu a direção do culto, fez uma oração, leu um texto das sagradas escrituras e trouxe uma breve reflexão acerca do texto.
Cenário (incluindo elementos de iluminação)	Sala com papel de parede texturizado e sofá. O ambiente era bem iluminado.
Identidade visual (presença de logos, brasões, ou símbolos na tela. Inclui fontes e cores usadas nas legendas ou outros elementos inseridos digitalmente no vídeo.)	Logo da OBPC; Textos bíblicos (Bíblia Sagrada, Nova Versão Transformadora); Textos com os nomes dos personagens.
Figurino	Camisa social, camiseta ou blusa e calças jeans.
Enquadramentos utilizados (planos abertos, planos fechados, se há variação de planos ou uso dos mesmos planos durante o vídeo, ou seja, sem cortes)	Não houve mudança no enquadramento; Utilização do plano fechado; Não houve variação de planos; Vídeo sem cortes de câmera.
Linguagem adotada (formal, informal, com gírias, etc).	Formal.
Pedidos de interação com o público (pedem curtidas, comentários, doações inscrições no canal? E como fazem isso)	Não pedem interações em relação à plataforma, mas pedem em relação ao culto. Exemplo: momento de oração, louvor, leitura bíblica e interseção.
Comentários da pesquisadora: Outros elementos que se destacam no vídeo	Apesar do culto ser realizado apenas para os adultos, como a Igreja realiza atividades para as crianças, elas foram lembradas durante a <i>live</i> . A comunicação é bastante pessoal e transmite uma mensagem de saudade dos cultos presenciais, não são utilizados equipamentos de som neste caso, o momento de louvor é feito apenas por uma pessoa, voz e violão. O ambiente parece ser familiar, apenas com um sofá como cenário, que é compartilhado pelos quatro participantes da <i>live</i> . No momento da ministração da palavra, o pastor também dá instruções aos ouvintes sobre a vivência no momento de pandemia. Durante a transmissão, nota-se a participação dos irmãos no <i>chat</i>

	<i>on-line</i> ¹⁹ , onde muitas mensagens transmitem o sentimento de saudade. A imagem da live ficou travada em alguns momentos e ao final, antes do encerramento, a transmissão caiu.
--	---

Figura 10 – Primeira live produzida pela OBPC Bela Vista no YouTube



Fonte: Reprodução da internet (Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v3iOyJbNoZw&t=573s>)

FICHA DE ANÁLISE	
FICHA Nº 02	DATA DE ANÁLISE: 10/11/2023
DADOS GERAIS DO VÍDEO	
CATEGORIA	RESPOSTAS
Título	CULTO AO VIVO - 05/12/2021 OBPC Bela Vista - CG/PB
Data de postagem do vídeo	05 de dezembro de 2021
Temas principais	Gratidão pela bondade de Deus; Oração pelas crianças; Testemunho do pastor pela sua recuperação e da sua família, que havia sido acometida pelo Covid-19; Reflexão quanto ao arrependimento de pecados para a participação na Santa Ceia.
Duração	1:58:54
Número de curtidas (até a data da análise)	18
Número de visualizações (até a data da análise)	124
Número de comentários (até a data da análise)	0
Link de acesso	https://www.youtube.com/live/tEwXQJd6qkg?si=5cJIL_m9YyZcii11
ELEMENTOS DO VÍDEO	

¹⁹ O chat ao vivo do YouTube funciona como um espaço destinado ao envio e troca de mensagens, onde os espectadores de uma live podem digitar textos e emojis no bate-papo durante a transmissão.

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
Personagens (identificação)	Grupo de louvor (composto por sete integrantes) Pastor Marcos; Ir. Júnior (solista); Diaconisas que recolheram os dízimos e ofertas; Thyago Sousa, ministrante da palavra.
Presença de apresentador ou mediador (indicar se há ou não e descrever caso ocorra)	O culto foi conduzido pelo ministrante do louvor, que iniciou com uma leitura bíblica, seguido da oração e louvor.
Cenário (incluindo elementos de iluminação)	O culto foi realizado no templo, no cenário, uma mesa com alguns pães, cachos de uvas e bandejas com os elementos da Santa Ceia. Púlpito e instrumentos musicais também compõe o cenário do altar.
Identidade visual (presença de logos, brasões, ou símbolos na tela. Inclui fontes e cores usadas nas legendas ou outros elementos inseridos digitalmente no vídeo.)	Animação do logotipo da IOBPC no início da live; Apresentação, no canto superior direito, do logotipo da igreja; Arte com chave PIX da igreja no momento do ofertório; Exibição das letras das músicas e textos bíblicos.
Figurino	Camisa social, camiseta ou blusa e calças jeans para o louvor e ministrante da palavra. Terno para o pastor e trajes na cor preta para as diaconisas.
Enquadramentos utilizados (planos abertos, planos fechados, se há variação de planos ou uso dos mesmos planos durante o vídeo, ou seja, sem cortes)	Não houve mudança no enquadramento; Utilização do plano fechado, sem variações; Alguns recortes aproximados são feitos direcionados ao solista no momento do ofertório e às diaconisas no momento de oração após o recolhimento de dízimos.
Linguagem adotada (formal, informal, com gírias, etc).	Formal.
Pedidos de interação com o público (pedem curtidas, comentários, doações inscrições no canal? E como fazem isso)	O pastor registra e agradece a participação das pessoas que estão acompanhando o culto de maneira remota e cita seus nomes. O ministrante da palavra inclui na saudação inicial da sua fala as pessoas que estão acompanhando a transmissão e as que assistirão ao vídeo futuramente.

Comentários da pesquisadora: Outros elementos que se destacam no vídeo	A live apresentou, durante o período de louvor, algumas falhas em relação ao som. Em dado momento, o pastor pede pra que alguns irmãos se sentem em outros locais desocupados pelas crianças, para não gerar aglomeração. O microfone utilizado pelo pastor apresenta ruídos durante seu momento de fala e tem algumas microfônias no momento de oração das diaconisas.
---	---

Figura 11 – Live produzida na igreja com público limitado



Fonte: Reprodução da internet (Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tEwXQJd6qkg&t=5864s>)

FICHA DE ANÁLISE	
FICHA Nº 03	DATA DE ANÁLISE: 17/11/2023
DADOS GERAIS DO VÍDEO	
CATEGORIA	RESPOSTAS
Título	Culto de Oração OBPC Bela Vista - 14/11/2023
Data de postagem do vídeo	14 de novembro de 2023
Temas principais	Louvor e gratidão a Deus; O sentido da igreja e a importância de ela existir; A santidade na vida dos cristãos.
Duração	1:51:27
Número de curtidas (até a data da análise)	09
Número de visualizações (até a data da análise)	129
Número de comentários (até a data da análise)	0
Link de acesso	https://www.youtube.com/live/bCwi8uDaX4s?si=viGEp9I6QVP6HWd6

ELEMENTOS DO VÍDEO	
CATEGORIA	DESCRIÇÃO
Personagens (identificação)	Grupo de louvor (7 integrantes) Cristina Barros (ministrante da palavra) Pr. Marcos Alexandre Sâmia Barros (solista) Diaconisa Socorro Ir. Toinha
Presença de apresentador ou mediador (indicar se há ou não e descrever caso ocorra)	O culto foi conduzido inicialmente por um integrante do grupo de louvor, que iniciou com uma leitura bíblica, seguido da oração.
Cenário (incluindo elementos de iluminação)	Púlpito da igreja; Templo da igreja; Instrumentos musicais; Jogo de luz.
Identidade visual (presença de logos, brasões, ou símbolos na tela. Inclui fontes e cores usadas nas legendas ou outros elementos inseridos digitalmente no vídeo.)	Presença de identidade visual elaborada, que orna com os demais elementos utilizados durante a live; Arte com texto de boas-vindas e divulgação das outras redes sociais da igreja; Uso de transição do preto e branco para o colorido; Animação do logotipo da igreja; Textos com letras das músicas e textos bíblicos; Arte do PIX para recolhimento de dízimos e ofertas com fundo vazado na paleta da identidade visual; Divulgação do Instagram da igreja no final da live.
Figurino	Camisa, camiseta ou blusa e calça jeans ou vestidos.
Enquadramentos utilizados (planos abertos, planos fechados, se há variação de planos ou uso dos mesmos planos durante o vídeo, ou seja, sem cortes)	São utilizados diversos planos de câmera e enquadramentos, também já se observa os cortes e movimentos de câmera.
Linguagem adotada (formal, informal, com gírias, etc).	Formal.
Pedidos de interação com o público (pedem curtidas, comentários, doações inscrições no canal? E como fazem isso)	Saudação para os irmãos que estão em casa e inclusão deles no momento de oração.
Comentários da pesquisadora: Outros elementos que se destacam no vídeo	A live demorou a começar e ficou com o áudio aberto durante a passagem de som, antes do culto começar. Os personagens se comunicam com uma pessoa, "Júlio", que parece coordenar a mídia e som da igreja durante o culto.

Figura 12 – Live recente produzida pela OBPC Bela Vista no YouTube



Fonte: Reprodução da internet (Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bCwi8uDaX4s&t=1347s>)

Sobre o vídeo 1, podemos destacar na análise o ambiente familiar e a estrutura mais simples, com contexto mais próximo de uma *live* caseira. As limitações como a ausência de corte de câmera e os problemas de conexão durante a live reforçam essa interpretação, além de não apresentar muitos recursos de interação e/ou participação do público, apenas o *chat on-line* que é padrão da plataforma para lives.

O segundo vídeo já apresenta sinais de mais profissionalização do processo de produção da *live*, com animação na identidade visual e novos recursos de interação, como a exibição da chave PIX para viabilizar o recebimento de dízimos e ofertas no momento do ofertório, mas ainda com limitações, como o fato de não haver variação dos ângulos e problemas no áudio.

Em relação ao ambiente e as vestimentas, notamos que elas já se aproximam do contexto do culto presencial e há a presença de um número maior de integrantes da equipe que participa do culto. Quanto ao tempo de duração de culto, notamos que ela aumenta em relação ao primeiro vídeo analisado, praticamente dobrando o tempo de transmissão.

O terceiro vídeo já apresenta um cenário mais elaborado e complexo, bem como há o uso de elementos mais detalhados na identidade visual e para divulgação das redes sociais da igreja. Diferente do que registramos nos vídeos anteriores, são utilizados diferentes planos de câmera e enquadramentos. Também percebemos o uso de cortes e efeitos de transição, indicando maior profissionalismo e demonstrando a adaptação da igreja à linguagem da plataforma *Youtube*.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde que a pandemia se instaurou até os dias atuais, passaram-se cerca de dois anos e meio e, como relatado anteriormente, foi nesse recorte histórico que percebemos a busca de muitas igrejas por um modo de continuar a realização dos cultos de maneira on-line, tendo em vista o cenário de isolamento social devido a pandemia.

A escolha da denominação OBPC na Bela Vista como objeto de pesquisa se deu por ser uma igreja que ainda não utilizava o YouTube como ferramenta de comunicação, tendo dado seu passo inicial durante a pandemia, e até hoje continua utilizando o canal, mesmo com a passagem do período pandêmico, como recurso para as lives.

Embora inicialmente a igreja não tivesse uma equipe responsável no setor de comunicação, depois da pandemia, percebemos com o melhoramento do canal que ter pessoas específicas envolvidas nessa área foi fundamental, tanto para auxiliar como para dar um melhor tratamento ao áudio e imagem durante as transmissões.

Ademais, a comunicação religiosa permanece se expandido, sendo parte fundamental nas comunidades e ajudando igrejas a manter-se atuantes na sociedade e expandindo o alcance da sua mensagem por meio da internet. Como vimos no começo desta pesquisa, a igreja evangélica brasileira vem promovendo uma boa estrutura comunicacional e cada vez mais temos visto o interesse das pessoas

em atuar nesse setor dentro e fora da igreja, por causa do mercado existente com grande público consumidor e produtores de conteúdo que, inclusive, também já utilizam dos serviços de agências de comunicação.

7. REFERÊNCIAS

AGENTE da Pascom desenvolve plugin para transmissão ao vivo. **Pascom Brasil**. 5 Mai 2020 Disponível em: <https://pascombrasil.org.br/agente-da-pascom-desenvolve-plugin-para-transmissao-ao-vivo/> Acesso em: 24 Out 2023

BRASIL é o terceiro país com mais usuários do YouTube em 2023. **Forbes**. 10 Mai. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/05/brasil-e-o-terceiro-pais-com-mais-usuarios-do-youtube-em-2023/#:~:text=n%C3%A3o%20C3%A9%20baixa.,De%20acordo%20com%20o%20banco%20internacional%20de%20dados%20Statista%2C%20atualmente,no%20primeiro%20m%C3%AAs%20do%20ano> Acesso em: 18 Out. 2023

BURGESS , Jean ; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. Tradução Ricardo Giassetti. São Paulo: ALEPH, 2009.

COMO usar o chat ao vivo do YouTube. Support Google. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/2524549?hl=pt-BR&sjid=10501696048614373245-SA#zippy=%2Csess%C3%A3o-de-perguntas-e-respostas-ao-vivo%2Cvisualiza%C3%A7%C3%B5es-do-chat-ao-vivo%2Cincorporar-um-chat-ao-vivo%2Cenviar-uma-mensagem> Acesso em: 21 Nov 2023

FACCHINI, Talita. Livros religiosos tiveram resultados positivos na Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro 2022. **PUBLISHNEWS**. 06 Jun. 2023 Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2023/06/06/livros-religiosos-tiveram-resultados-positivos-na-pesquisa-producao-e-vendas-do-setor-editorial-brasileiro-2022> Acesso em: 18 Out. 2023

Haidar, Daniel. Instagram: os influencers cristãos mais seguidos; evangélicos dominam. **Metrópoles**. 02 Mar 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/instagram-os-influencers-cristaos-mais-seguidos-evangelicos-dominam> Acesso em: 19 Out 2023

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Brasileiro de 2010**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pesquisa/23/22107> Acesso em: 19 Out 2023

KOVACS, Leandro. O que é meme? **Tecnoblog**. 2020. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-meme/> Acesso em: 11 Dez 2023

MINISTÉRIO da Economia divulga lista dos setores mais afetados pela pandemia da Covid-19 no Brasil. **Gov.br**. 15 Set 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/ptbr/assuntos/noticias/2020/setembro/ministerio-da-economia-divulga-lista-dos-setores-mais-afetados-pela-pandemia-da-covid-19-no-brasil> Acesso em: 20 Out 2023

MAGALHÃES, José. Os impactos do isolamento social nas igrejas evangélicas brasileiras. **Expositor Cristão**. 23 Jul 2020. Disponível em: <https://www.expositorcristao.com.br/os-impactos-do-isolamento-social-nas-igrejasevangelicabrasileiras#:~:text=Muito%20provavelmente%2C%20o%20principal%20i mpacto,de%20cultos%20%C3%A0%20sua%20membrosia> Acesso em: 20 Out 2023

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PARENTE, Ediane. Live de Marília Mendonça durante a pandemia entrou para a história. **Observatório da TV**. 05 Nov 2021. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/colunas/ediane-parente/live-de-marilia-mendonca-durante-a-pandemia-entrou-para-a-historia> Acesso em: 23 Out 2023

PRADO, Carol. Lives religiosas batem recorde na pandemia com ajuda de padres cantores; veja como assistir. **G1**. 08 Mai 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/05/08/lives-religiosas-batem-recorde-na-pandemia-com-ajuda-de-padres-cantores-veja-como-assistir.ghtml> Acesso em: 19 Out 2023

RESENDE, Rodrigo. Dois anos do primeiro caso de coronavírus no Brasil. **Rádio Senado**. 23 Fev 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2022/02/23/dois-anos-do-primeiro-caso-de-coronavirus-no-brasil> Acesso em: 20 Out 2023

RISSO, Breno. Transmissões de Missas pelo Facebook da Rede Notícia batem recorde de visualizações. **Rede Notícia**. 04 Ago 2020. Disponível em: <https://redenoticia.es/transmissoes-de-missas-pelo-facebook-da-rede-noticia-batem-recorde-de-visualizacoes/> Acesso em: 24 Out 2023

TELEVISÃO completou 70 anos no Brasil e a Universal faz parte desta história. **Universal**. 18 Set 2020. Disponível em: <https://www.universal.org/noticias/post/televisao-completou-70-anos-no-brasil-e-a-universal-faz-parte-desta-historia/> Acesso em: 19 Out 2023

TRANSMISSÕES on-line: orientações e cuidados. **Pascom Brasil**. 24 Mar 2020. Disponível em: <https://pascombrasil.org.br/transmissoes-on-line-orientacoes-e-cuidados/> Acesso em: 24 Out 2023