

## **A utilização das redes sociais por líderes religiosos e a percepção de seus seguidores virtuais<sup>1</sup>**

Edvaldo F. Leal FILHO<sup>2</sup>

Peter MICHAEL<sup>3</sup>

### **Resumo:**

Na atualidade é visível a crescente utilização das redes sociais como meio de comunicação a nível mundial em quase todas as esferas humanas existentes. Por conta deste fenômeno tecnológico é possível observar que líderes das mais diversas áreas procuram estabelecer uma relação com seu público alvo através desse recurso midiático, incluindo entre eles personalidades religiosas. Pastores e ministros de diversas denominações também buscam dialogar com seu público-alvo por meio das mídias sociais. Este trabalho tem por objetivo analisar, através de pesquisa de opinião, as percepções de seguidores de líderes religiosos midiáticos da Igreja Adventista do Sétimo Dia nas redes sociais, sendo parte deles apresentadores da TV Novo Tempo. A pesquisa terá como base o roteiro sugerido por Ana Lucia Romero Novelli no que se refere aos métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. Serão entrevistados estudantes de graduação do Centro Universitário Adventista de São Paulo situado na cidade de Engenheiro Coelho - SP, através de questionários de perguntas abertas e fechadas.

### **Palavras-chave**

Mídia e religião; líderes religiosos; evangelismo virtual; redes sociais.

## **1.INTRODUÇÃO**

Se fizéssemos a seguinte pergunta: - Onde podemos encontrar comida agora, às 02 horas da madrugada? À vinte anos a resposta seria totalmente diferente da que receberíamos hoje. Do mesmo modo funciona com a comunicação, as respostas para essa área de estudo acompanham o dinamismo de um mundo acelerado que exige cada

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada Engenheiro Coelho, SP, 18/8/2016.

<sup>2</sup> Bacharelado em Teologia pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP-EC), Campus Engenheiro Coelho (UNASP), e-mail: dinhoseguranca@hotmail.com.

<sup>3</sup> Bacharelado em Teologia pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP-EC), Campus Engenheiro Coelho (UNASP), e-mail: petermichael777@hotmail.com.

dia mais uma adequação, pois “ a massa é um grupo que surge e vive além dos vínculos comunitários preexistentes...” (WOLF, 2012, p.8).

Uma pesquisa realizada pela empresa Burson-Marsteller<sup>4</sup> divulgou de forma destacada os líderes mundiais mais ativos nas redes sociais em 2015, sendo o Facebook a principal rede social para o envolvimento da comunidade com líderes mundiais. No que se refere à utilização deste meio no mundo cristão religioso, pode-se afirmar que as redes sociais estão inovando a maneira de se evangelizar e que muitos líderes religiosos na atualidade a utilizam como ferramenta na comunicação.

A doutora em Sociologia e mestre em Comunicação Karla Patriota apresenta a existência desta relação na área da comunicação nos seguintes termos:

Os meios de comunicação, tanto impressos quanto eletrônicos, têm sido veículos de grande importância na difusão e sustentação de várias religiões no Brasil e no mundo. E nesse contexto, podemos perceber a ampla utilização, por parte dos cristãos, dos meios de comunicação disponíveis.(PATRIOTA, 2009, n.p.).

Ainda Patriota (2009) ao tratar da liderança religiosa em resposta ao comportamento de seus fiéis menciona que, “... os líderes religiosos, por conta da formatação espetacularizada das transmissões de cultos e missas, estruturam suas falas de modo a interagir, exatamente como qualquer apresentador de TV”. Além da semelhança da fala, podemos citar o comportamento de interação que possuem com seu público através das mídias sociais que ocorre de forma semelhante ao contexto secular.

Através desta perspectiva surgiu a motivação deste trabalho que tem por objetivo analisar e quantificar, através de pesquisa de opinião, as percepções de seguidores de líderes religiosos midiáticos da Igreja Adventista do Sétimo Dia<sup>5</sup> nas redes sociais, sendo parte deles apresentadores da TV Novo Tempo<sup>6</sup>. A pesquisa tem como base o

---

<sup>4</sup> < <http://brasil.bm.com/os-lideres-mundiais-mais-engajados-no-facebook-e-instagram/>>

<sup>5</sup> < <http://www.adventistas.org/pt/institucional/os-adventistas/quem-sao-os-adventistas/>>

<sup>6</sup> No Brasil a TV Novo Tempo está presente em 735 cidades, 17 capitais, através de canal aberto com um alcance de mais de 74,5 milhões de telespectadores em potencial. O sinal também está presente na maior TV por assinatura do país: Sky, canal 14, com mais de 6 milhões de antenas instaladas alcançando mais de 20 milhões de telespectadores potenciais. < <http://novotempo.com/blog/a-historia-da-tv-novo-tempo/>>

roteiro sugerido por Novelli (2009, p.164-178.). O estudo possui em sua amostragem 191 (cento e noventa e um) estudantes de graduação do Centro Universitário Adventista de São Paulo, situado na cidade de Engenheiro Coelho - SP, que foram entrevistados entre os dias 06 e 10 de julho de 2016. Referente a faixa etária dos universitários, o percentual de 44% corresponde a idade de 21 a 30 anos, 41% a idade entre 12 e 20 anos e 15% com idade acima de 31 anos.

A pesquisa é composta por 6 questões, onde 2 questões fechadas se referem aos hábitos de uso das redes sociais e 4 questões são abertas e fechadas acerca do conhecimento, acesso e percepções a conteúdos midiáticos vinculados a líderes religiosos, verificando ainda se os citados possuem participação efetiva em canais de rádio e tv. Para coleta de dados foi utilizado um formulário impresso auto explicativo que foi distribuído entre os representantes de turmas de vários cursos e recolhidos posteriormente para se analisar os resultados obtidos.

A hipótese que motivou a realização desse estudo foi constatar que as mídias sociais contribuem para o estreitamento do relacionamento entre os líderes religiosos e seu público e que tal relação torna-se positiva em vários aspectos por meio das redes sociais.

## **2.RESULTADOS**

A pesquisa verificou (gráfico 1) que 38% do entrevistados utilizam diariamente as redes sociais entre 1 e 2 horas por dia, 36% menos de 1 hora; 10% entre 2 e 3 horas; 10% passam de 3 a 4 horas e apenas 6% utilizam as redes sociais por mais de 4 horas diariamente.



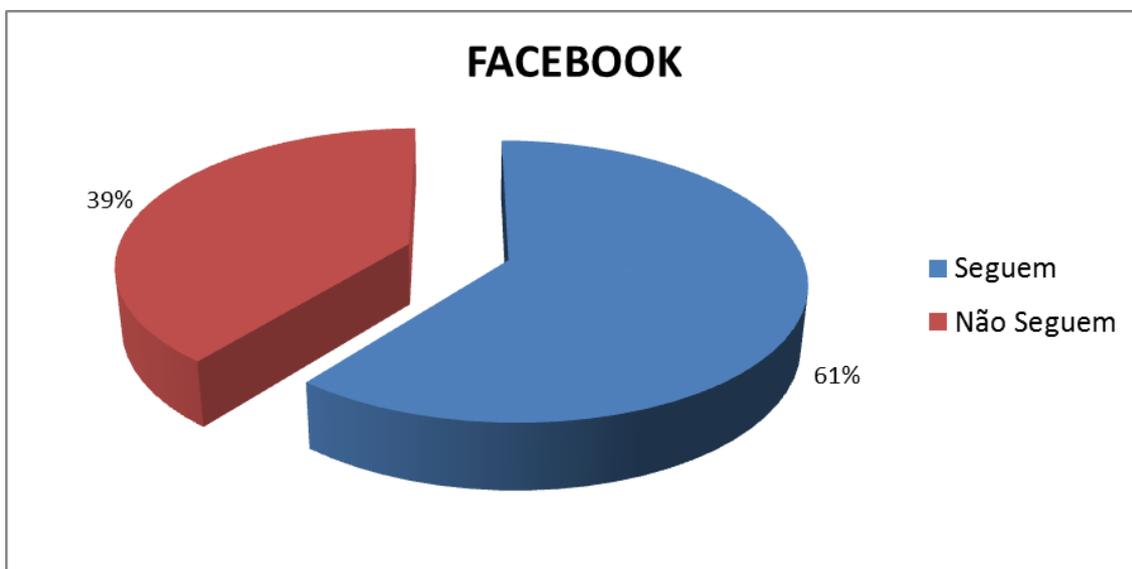
**Gráfico 1.** Tempo de navegação nas redes sociais por idade entre 31 a 40 anos.



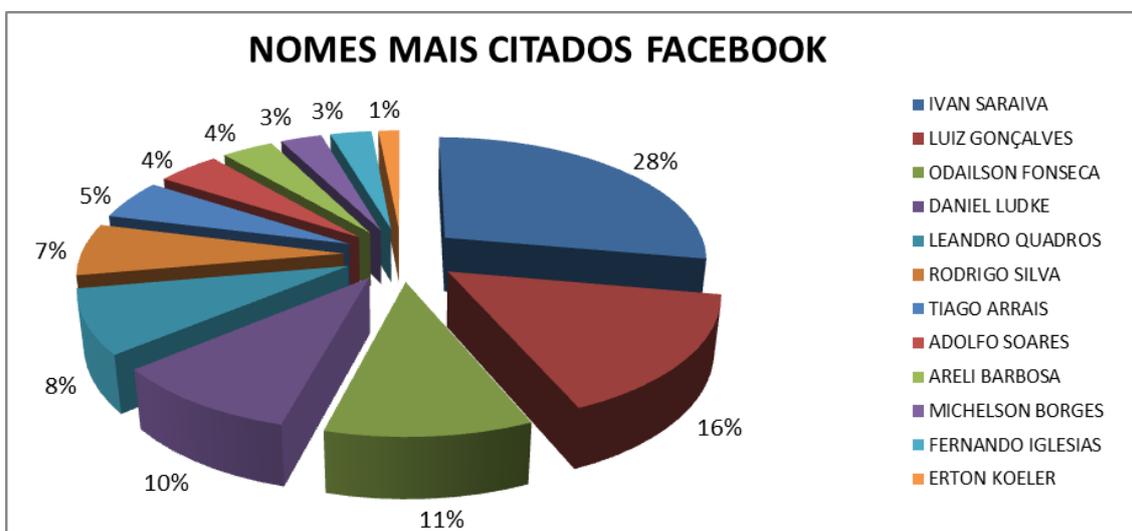
**Gráfico 2.** Percentual de inscritos em relação as redes e mídias sociais citadas na pesquisa.

Baseado nesta amostragem (gráfico 2) seguem-se os gráficos 3 a 10 em ordem decrescente, ou seja, do veículo mais utilizado pelos entrevistados (facebook) ao menos utilizado (twitter) as informações relacionadas ao número de pessoas que seguem<sup>7</sup> nas redes e mídias sociais um ou mais líderes religiosos e os respectivos líderes religiosos mais citados.

<sup>7</sup> Termo utilizado para dizer que uma pessoa está ligada a outra determinada pessoa por meio de uma conta virtual e interage ou recebe informações diversas divulgadas por quem está sendo seguido.



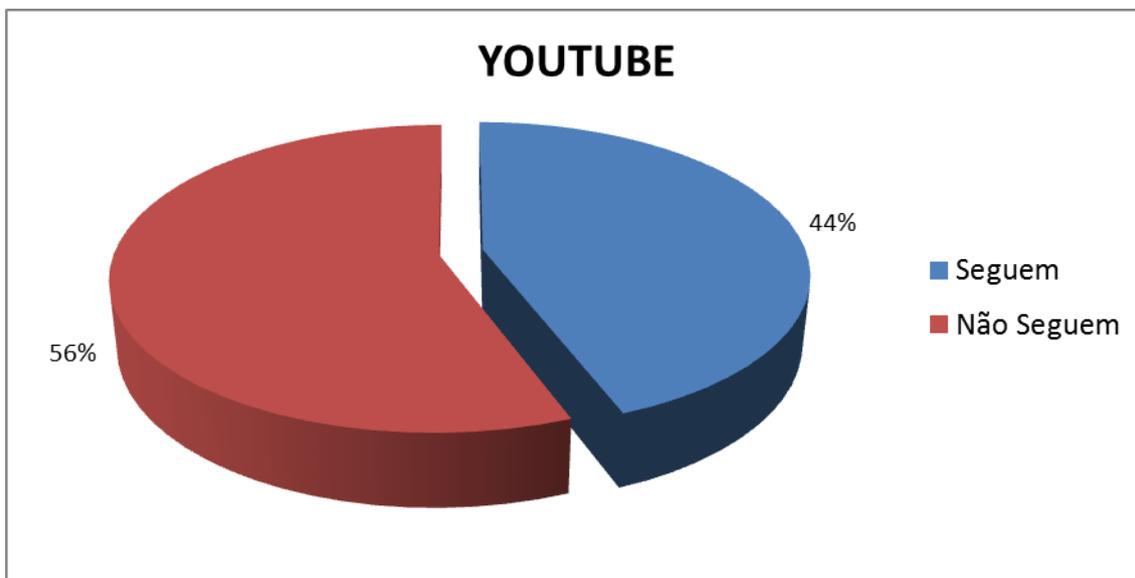
**Gráfico 3.** Percentual de inscritos no facebook que seguem um ou mais líderes religiosos na citada rede social.



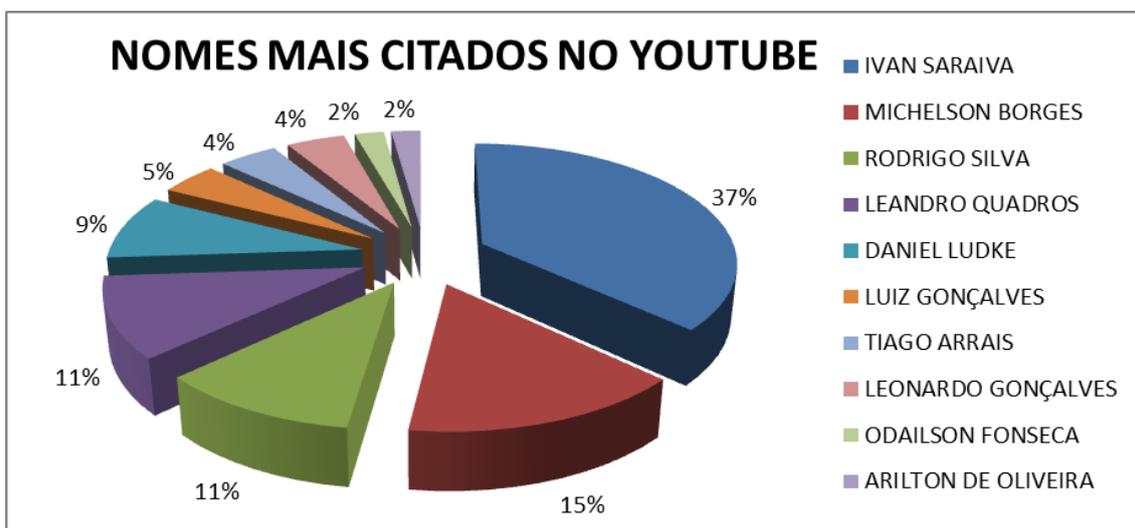
**Gráfico 4.** Percentual de líderes citados na pesquisa que são seguidos no facebook.

Na entrevista chegou-se ao seguinte resultado (gráfico 3): 61% do entrevistados que possuem uma conta no facebook estão seguindo um ou mais líderes religiosos em seu perfil. Dentre os mais citados (gráfico 4) segue: Ivan Saraiva com 28%; Luiz Gonçalves com 16%; Odailson Fonseca com 11%; Daniel Ludke com 10%; Leandro Quadros com 8%; Rodrigo Silva com 7%; Tiago Arrais com 5%; Adolfo Soares e Areli Barbosa com

4%; Michelson Borgues e Fernando Iglesias com 3% e Erton Kohler com 1% de seguidores.



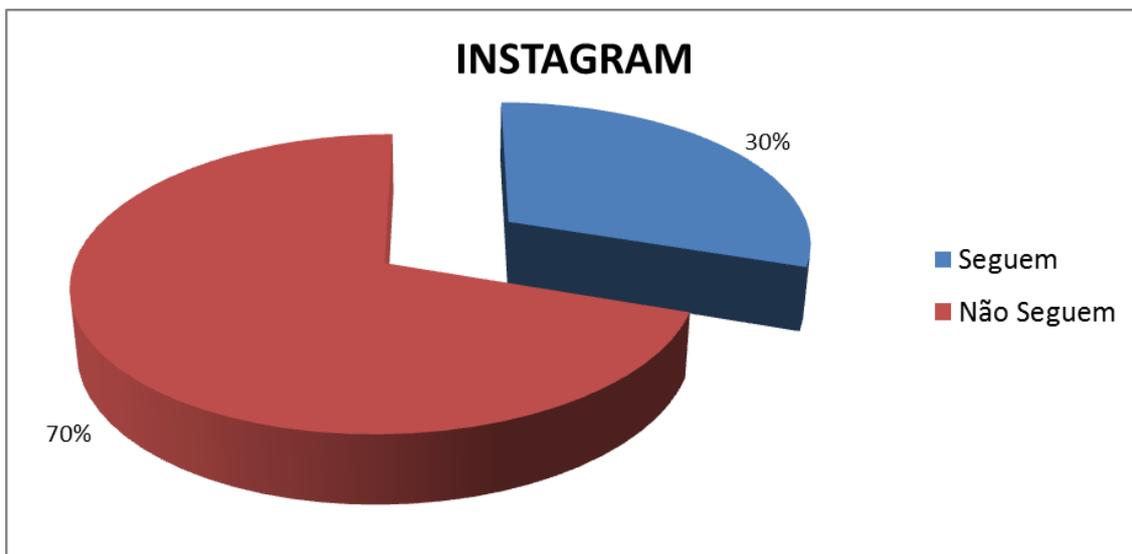
**Gráfico 5.** Percentual de inscritos no Youtube que seguem um ou mais líderes religiosos na citada rede social.



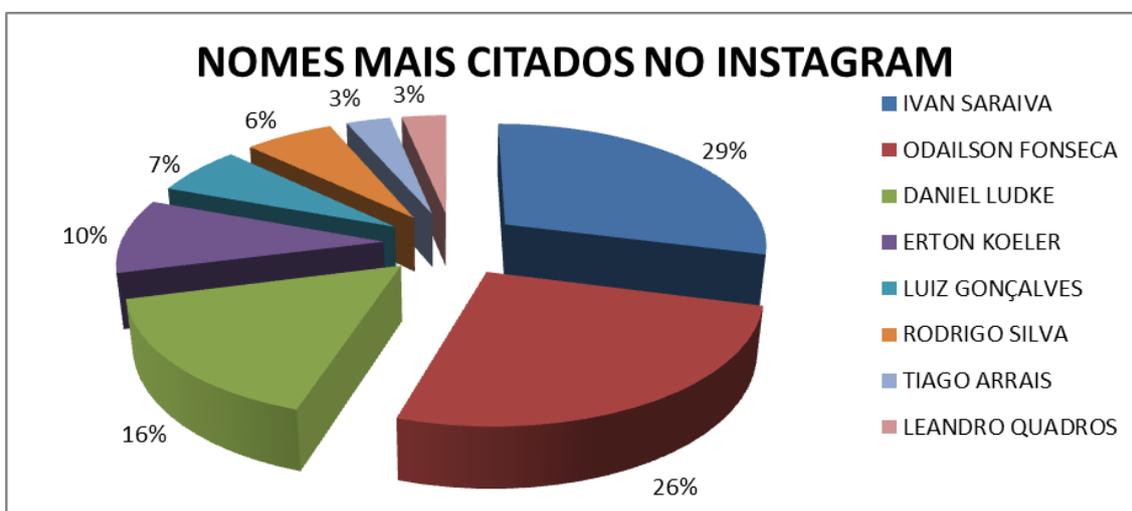
**Gráfico 6.** Percentual de líderes citados na pesquisa que são seguidos no Youtube.

Sobre o número de pessoas (gráfico 5) que utilizam a mídia social youtube apenas 44% o fazem para acompanhar líderes religiosos. Dentre os mais citados (gráfico 6) segue novamente em primeiro lugar o pastor Ivan Saraiva com 37% seguido de: Michelson Borgues com 15%; Rodrigo Silva e Leandro Quadros com 11%; Daniel Ludke com 9%;

Luiz Gonçalves com 5%; Tiago Arrais e Leonardo Gonçalves com 4% e Odailson Fonseca e Arilton de Oliveira com 2%.



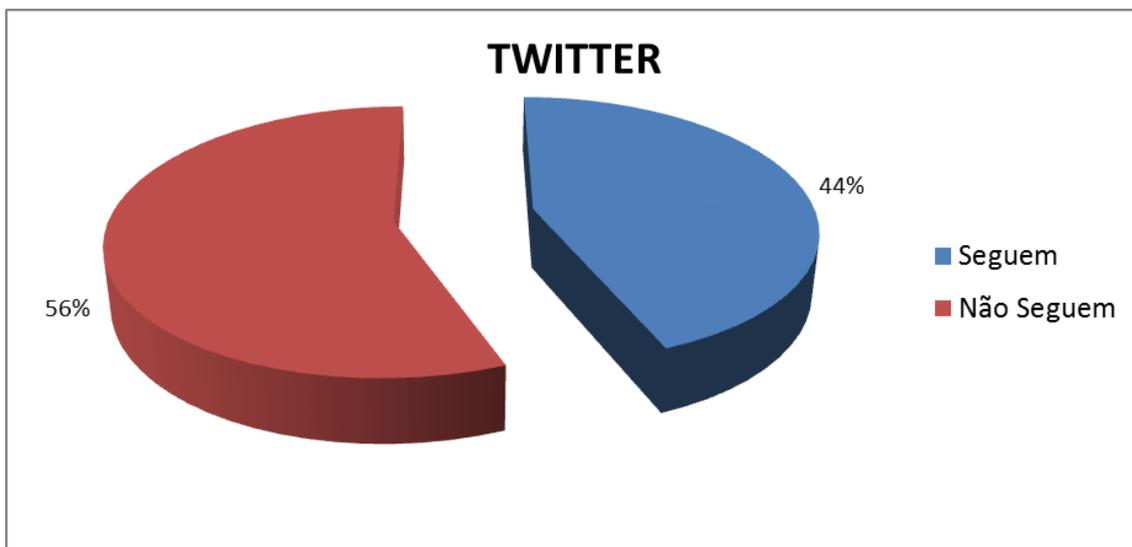
**Gráfico 7.** Percentual de inscritos no Youtube que seguem um ou mais líderes religiosos na citada rede social.



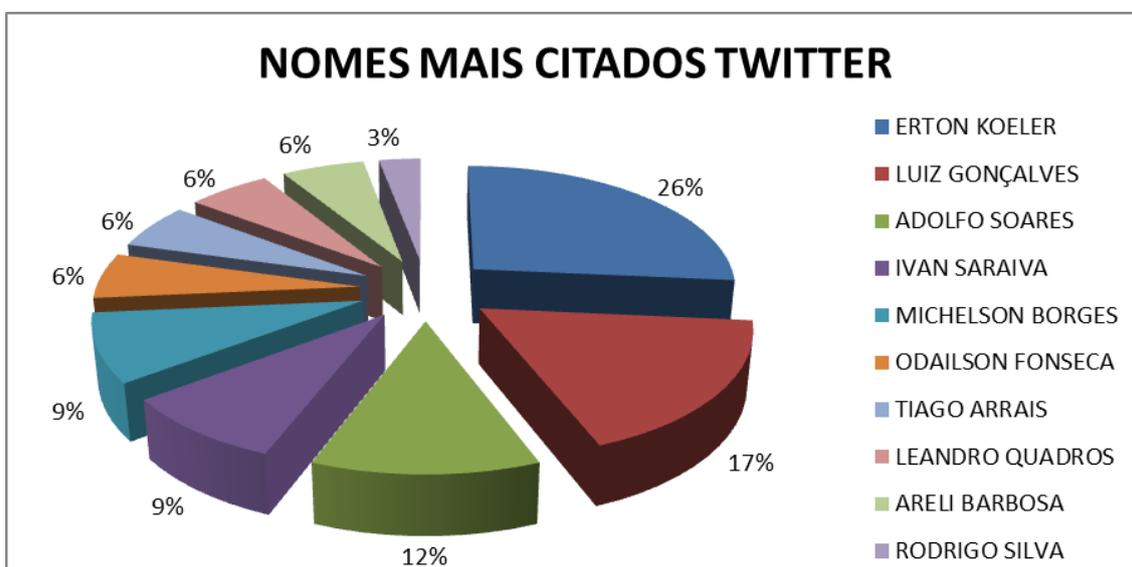
**Gráfico 8.** Percentual de líderes citados na pesquisa que são seguidos no Youtube.

No gráfico 7 pode-se notar uma redução do número de pessoas que utilizam a citada rede social seguindo algum líder religioso, apenas 30% responderam afirmativamente. Sobre os nomes mais citados (gráfico 8), novamente o líder Ivan Saraiva ocupa o topo da lista dos mais seguidos pelos entrevistados com 29%, seguido por Odailson Fonseca

com 26%; Daniel Ludke com 16%; Erton Kohler com 10%; Luiz Gonçalves com 7%; Rodrigo Silva com 6% e Tiago Arrais e Leandro Quadros com 3%.



**Gráfico 9.** Percentual de inscritos no Twitter que seguem um ou mais líderes religiosos na citada rede social.



**Gráfico 10.** Percentual de líderes citados na pesquisa que são seguidos no Twitter.

Embora o twitter esteja em quarto lugar na posição das redes mais utilizadas pelos entrevistados, em comparação com o terceiro lugar (Instagram) ele possui maior número (gráfico 9) de pessoas (44%) seguindo líderes religiosos na citada mídia social. Entre os líderes mais citados (gráfico 10) temos: Erton Kohler com 26%; Luiz Gonçalves com

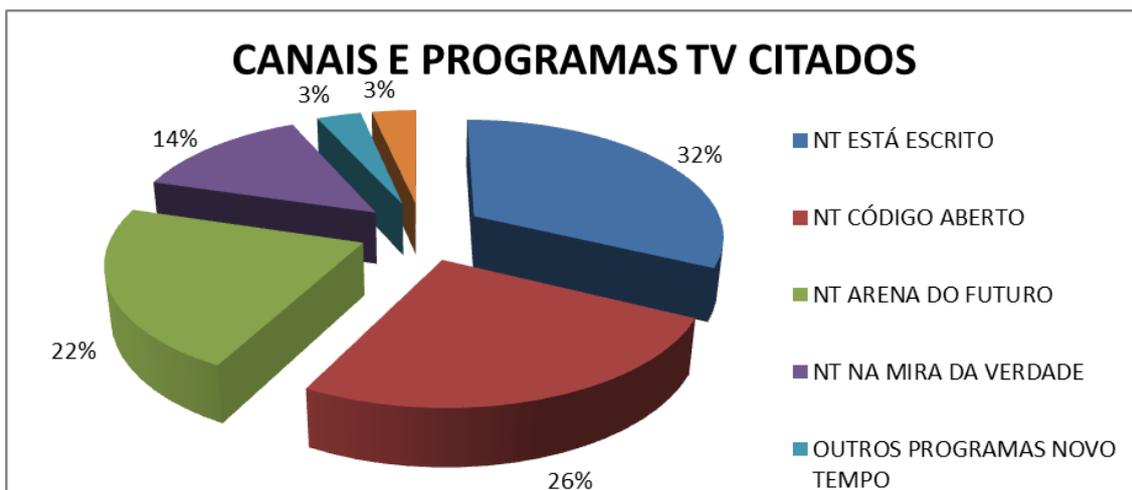
17%; Adolfo Soares com 12%; Ivan Saraiva e Michelson Borges com 9%; Tiago Arrais, Leandro Quadros e Areli Barbosa com 6% e Rodrigo Silva com 3%.

A partir do gráfico 11 a pesquisa aponta para a relação dos líderes religiosos que são seguidos nas redes sociais com a mídia televisiva.



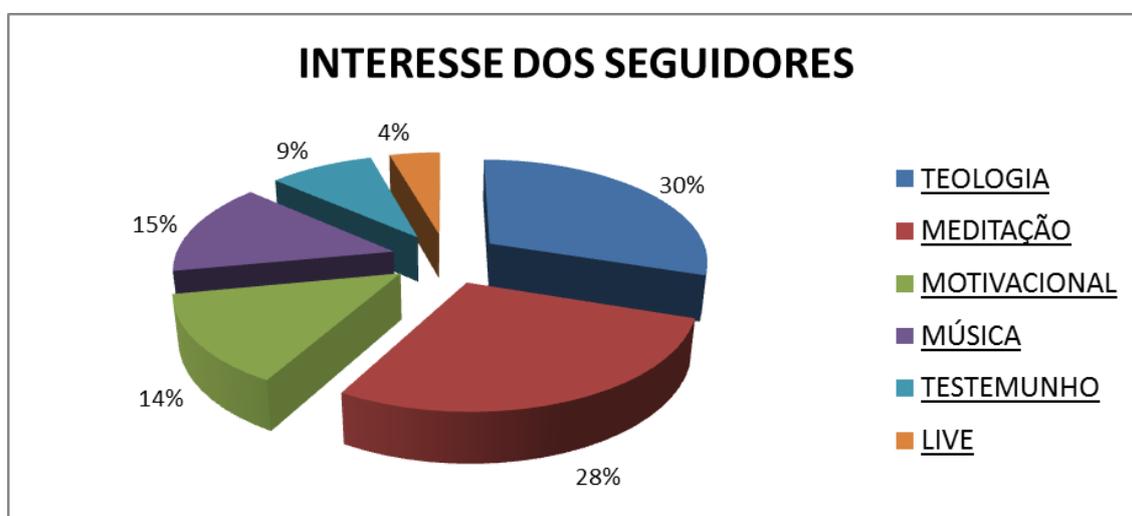
**Gráfico 11.** Percentual de líderes citados na pesquisa que possuem uma relação com emissoras de televisão e que são seguidos nas redes sociais.

O gráfico 11 apresenta um percentual expressivo (75%) de líderes religiosos seguidos nas redes e mídias sociais e que possuem participação nas mídias televisivas.



**Gráfico 12.** Percentual de canais televisivos e respectivos programas citados na pesquisa relacionado a líderes religiosos seguidos nas redes sociais. NT (TV Novo Tempo).

Dentre os canais de televisão e os programas mais citados na pesquisa (gráfico 12) a Tv Novo Tempo e seus programas foram os mais mencionados. Dentre todos os programas citados verificou-se que o programa Está Escrito<sup>8</sup> com o apresentador e líder religioso Ivan Saraiva é o mais seguido (32%) dos programas. Em seguida o Código Aberto<sup>9</sup> apresentado pelo líder Odailson Fonseca com 26%; Arena do Futuro<sup>10</sup> apresentado por Luiz Gonçalves com 22% e Na Mira da Verdade<sup>11</sup> apresentado pelo líder Leandro Quadros.



**Gráfico 13.** Percentual de interesse dos seguidores em relação aos líderes seguidos nas redes sociais.

No que se refere aos interesses da população notou-se (gráfico 13) que: 30% preferem assuntos relacionados ao estudo teológico; 28% as meditações; 15% de conteúdo musical religioso; 14% dos entrevistados preferem produções motivacionais; 9% buscam testemunhos e apenas 4% os conteúdos Live<sup>12</sup>.

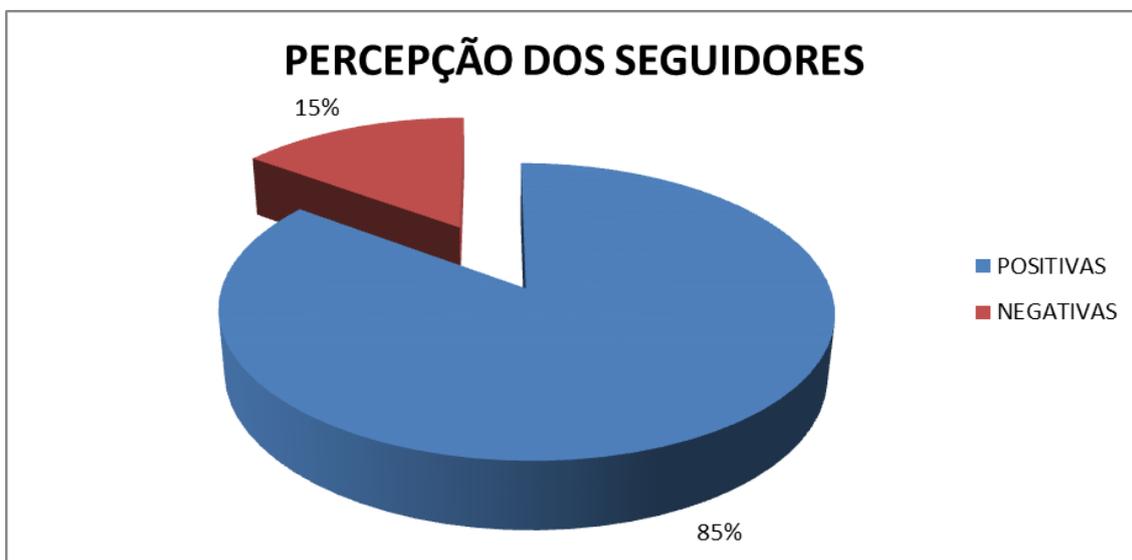
<sup>8</sup> <http://novotempo.com/estaescrito/>

<sup>9</sup> <http://novotempo.com/codigoaberto/>

<sup>10</sup> <http://novotempo.com/arenadofuturo/>

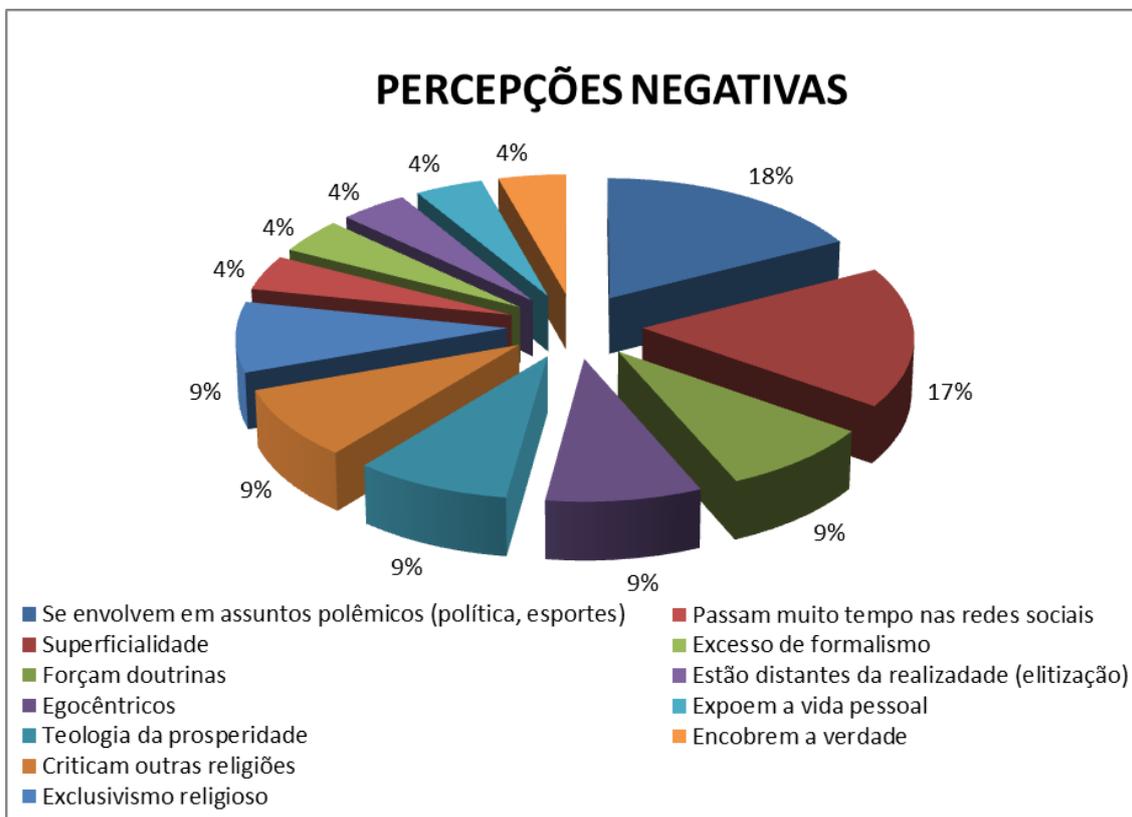
<sup>11</sup> <http://novotempo.com/namiradaverdade/>

<sup>12</sup> <https://live.fb.com/>



**Gráfico 14.** Percentual de observações positivas e negativas registradas na pesquisa sobre a participação dos líderes nas redes sociais.

No que se refere aos comentários positivos e negativos pesquisa aponta (gráfico 14) para 85% de percepções positivas sobre a utilização das mídias sociais pelos líderes religiosos para 15% de percepções negativas.



**Gráfico 15.** Percentual de observações negativas registras na pesquisa sobre a participação dos líderes nas redes sociais.

Das percepções negativas (gráfico 15) foram apresentadas as seguintes por ordem de recorrência: 18% mencionam que os líderes se envolvem em assuntos polêmicos (política, esportes); 17% enxergam superficialidade nos líderes em suas postagens; 9% responderam que os líderes forçam doutrinas, são de certa forma egocêntricos, tratam de teologia da prosperidade, criticam outras religiões e que suas produções possuem exclusivismo religioso e apenas 4% opinaram que os líderes religiosos passam muito tempo nas redes sociais, que possuem excesso de formalismo, ainda que estão distantes da realidade (elitização), que expõem a vida pessoal nas redes sociais e encobrem a verdade nas suas produções de cunho religioso.



**Gráfico 16.** Percentual de observações positivas registradas na pesquisa sobre a participação dos líderes nas redes sociais.

Concluindo com o quadro (gráfico 16) das percepções positivas seguem as seguintes observações: 26% opinaram que os líderes midiáticos nas redes sociais ensinam bem a Bíblia; 13% deles possuem uma postura ética positiva; 12% que os líderes seguidos conhecem bem a palavra de Deus; 11% dos entrevistados enxerga que os líderes se preocupam com as necessidades de seus seguidores; 7% opinaram que os líderes são consagrados e espirituais; 6% disseram que os líderes refletem comprometimento com a obra, são exemplo de vida e que são ótimo oradores; 4% dos entrevistados acredita que os líderes são usados por Deus; 3% que tais líderes são equilibrados e apenas 2% mencionaram que seus líderes são motivadores, não falam de religião e ainda que pregam doutrinas.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das informações obtidas neste trabalho, nota-se que todos os entrevistados estão inseridos nas redes sociais (gráfico 2) sendo que a maioria (gráfico 3) utilizam-se das redes sociais para acompanhar seus líderes religiosos.

Outro ponto observado que a amostragem apresentou se refere ao facebook, como a rede social mais utilizada pelos entrevistados, aparecendo de forma unânime entre eles, o que reforça a citada pesquisa introdutória (Burson-Marsteller, 2015, c.f.2). Nessa rede encontramos uma maior densidade de líderes que possuem seguidores virtuais e grande parte deles estão inseridos na Rede de TV Novo Tempo o que se comprova através dos gráficos 4, 6, 8 e 10.

A segunda mais citada mídia social foi o youtube, onde o comportamento dos entrevistados se assemelha ao da rede facebook, que possui um número expresso de seguidores de líderes midiáticos televisivos da emissora citada acima.

Somente em uma (twitter) das quatro redes sociais o nome do líder mais citado não se refere a um apresentador de TV que foi o caso do presidente da Igreja Adventista na América do Sul pastor Erton Kohler<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> < <http://www.revistaadventista.com.br/conferencia-geral-2015/pastor-erton-kohler-e-reeleito-presidente-da-igreja-adventista-na-america-do-sul/> >

Ainda o presente estudo conseguiu absorver as percepções dos seguidores virtuais amostrados que apresentaram em sua maioria, observações positivas quanto a utilização das mídias sociais por parte dos líderes religiosos citados, e que o conteúdo produzido nessas plataformas possuem qualidades que são procuradas pelos entrevistados.

Percebe-se pelo estudo que a hipótese levantada foi atingida e que:

No geral, a comunicação midiática, tem estabelecido com o sagrado um diálogo interessante. Tal diálogo está presente em uma relação inovadora que ocorre muitas vezes pela possibilidade de escolher, através da mídia, adquirir produtos ou formas religiosas que melhor se ajustem às necessidades individuais de cada “fiel”.  
(PATRIOTA, 2009, n.p.).

Entende-se que, “por fim, debruçar-nos sobre os programas religiosos midiáticos nos faz perceber que foi instituída uma peculiar aliança entre a mídia e a religiosidade contemporânea” (PATRIOTA, 2009, n.p.) e que a redes sociais fazem parte deste universo da comunicação.

#### **4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

A história da TV Novo Tempo. Disponível em: <<http://novotempo.com/blog/a-historia-da-tv-novo-tempo/>>. Acesso em: 23 de jun. de 2016.

Adventistas.Org - **Quem são os adventistas?** Disponível em: <<http://www.adventistas.org/pt/institucional/os-adventistas/quem-sao-os-adventistas/>>. Acesso em: 26 de jun. de 2016.

Arena do Futuro. Disponível em: <<http://novotempo.com/arenadofuturo/>>. Acesso em: 23 de jun. de 2016.

Burson-Marsteller - **Líderes mundiais mais engajados no facebook.** Disponível em: <<http://brasil.bm.com/os-lideres-mundiais-mais-engajados-no-facebook-e-instagram/>>. Acesso em: 16 de jun. de 2016.

Está Escrito. Disponível em: <<http://novotempo.com/estaescrito/>>. Acesso em: 23 de jun. de 2016.

---

Facebook. Disponível em: <<http://www.facebook.com>>. Acesso em: 26 de jun. de 2016.

Instagram. Disponível em: <<http://www.instagram.com>>. Acesso em: 26 de jun. de 2016.

Live Facebook. Disponível em: <<https://live.fb.com/>> Acesso em: 27 de jun. de 2016.

Na Mira da Verdade. Disponível em: <<http://novotempo.com/namiradaverdade/>>. Acesso em: 27 de jun. de 2016.

NOVELLI, Ana Lúcia. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antonio Barros – organizadores – 2. ed.- 3. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2009. p.164-178.

PATRIOTA, Karla. A aliança entre a religião e a mídia. *Mídia Sacralizada e Religião Secularizada*, ano 4, nº15, abr. 2009. n.p. Disponível em: <[http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod\\_artigo=302&cod\\_boletim=16&tipo=Artigo](http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod_artigo=302&cod_boletim=16&tipo=Artigo)>. Acesso em: 27 de jun. de 2016.

Revista Adventista - **Reeleição do Presidente da Igreja Adventista na América do Sul**. Disponível em: <<http://www.revistaadventista.com.br/conferencia-geral-2015/pastor-erton-kohler-e-reeleito-presidente-da-igreja-adventista-na-america-do-sul/>>. Acesso em: 26 de jun. de 2016.

Snapchat. Disponível em: <<https://www.snapchat.com/l/pt-br/>>. Acesso em: 26 de jun. de 2016.  
Twitter. Disponível em: <<http://twitter.com>>. Acesso em: 26 de jun. de 2016.

WOLF, Mauro. Teoria das comunicações de massa. 6ª edição. São Paulo: WMF Martins Fontes Ltda. 2012. p.8.

Youtube. Disponível em: <<http://www.youtube.com>>. Acesso em: 26 de jun. de 2016.