

# **O humor religioso nas redes sociais digitais: uma análise da atuação humorística de influenciadores evangélicos em contextos digitais<sup>1</sup>**

Lucas Ribeiro Rocha (UFF/RJ)<sup>2</sup>

**Palavras-chave:** Humor; Religião; Performances

## **Introdução**

O presente trabalho apresentado no âmbito da 34ª Reunião Brasileira de Antropologia no GT 75 “Mundos em performance: interfaces entre antropologia e arte” visa debater, em caráter inicial, a relação entre religião e humor a partir de influenciadores evangélicos nas redes sociais digitais. Essa temática se relaciona com a temática geral da minha pesquisa para o mestrado, que está em desenvolvimento.

A presença de evangélicos no espaço público brasileiro não é novidade. É possível ver a sua presença em diversos espaços, seja da política institucional, seja protagonizando eventos como a “Marcha para Jesus”, e também em espaços midiáticos como em rádios e televisões, além de outros espaços. A presença deles nos meios digitais também mostra-se marcante.

Em vista disso, partindo de um interesse de pesquisa em analisar a atuação de evangélicos em espaços públicos e midiáticos, com foco no espaço digital a partir da observação continuada em redes sociais como Instagram, YouTube, TikTok, etc., é perceptível que há uma significativa presença de influenciadores evangélicos de diferentes denominações nas mídias digitais com uma profícua produção de conteúdos de diversos formatos feitos para serem publicados nas redes sociais digitais. Dentre a miríade de formas de se estar na internet, esse trabalho foca na presença de influenciadores evangélicos que utilizam o humor enquanto performance na sua interação com o público.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa cujo percurso metodológico será guiado pela análise e descrição densa (Geertz, 2019), em perspectiva comparada, de materiais que serão coletados nas mídias digitais. Essa escolha metodológica tem uma série de implicações no que diz respeito ao recorte de sociabilidades e performances em relação a uma pesquisa feita de forma presencial, “offline”.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na 34ª Reunião Brasileira de Antropologia (Ano:2024)

<sup>2</sup> Mestrando em Sociologia pelo PPGS/UFF.

Claro, nos dias de hoje, é muito mais difícil dissociar as relações sociais feitas online e offline, pois há um fluxo contínuo de sociabilidades, disputas políticas e morais, etc. que se alternam entre o presencial e o virtual a todo momento gerando uma inter-relação cotidiana nesses modos de vida que habitam um mesmo corpo. Contudo, há possíveis particularidades nessas relações que não devem fugir do olhar do pesquisador a fins de um tratamento teórico-metodológico mais adequado.

Uma demonstração empírica dessas continuidades e diferenças foi percebida a partir da minha ida exploratória a campo no show de stand-up comedy “todo mundo odeia o Lucio”, realizado no teatro municipal de São Gonçalo, no dia 30 de março de 2024. No show ao vivo, é perceptível algumas relações intrincadas entre o online e o offline na medida em que parte do seu roteiro de show é construído através dos personagens e esquetes de humor que ele publica no seu Instagram e canal do YouTube. Há uma continuidade, inclusive estética, nesses conteúdos.

Contudo, os conteúdos publicados na internet não são exatamente os mesmos dos que estão no show, até por uma questão econômica em que as redes sociais digitais o colocam em evidência, permitindo-o construir uma comunidade engajada, e ele precisa possuir material inédito e atualizá-lo para garantir o interesse das pessoas em sair do “online” e pagar por um ingresso para assisti-lo pessoalmente. Não à toa que, já no início do show que eu fui, ele pede para que as pessoas não gravem o show, e fala em uma mistura de tom jocoso e demonstra seriedade de que é dali que ele tira seu dinheiro.

## **Evangélicos e Mídias**

Como já é apontado em pesquisas anteriores, o processo de trânsito religioso no Brasil implica em um duplo movimento que é o da passagem dos indivíduos por múltiplas instituições religiosas e também “a metamorfose das práticas e crenças reelaboradas nesse processo de justaposições, no tempo e no espaço, de diversas pertencas religiosas” (Almeida, Montero, 2001, p. 93).

Ele é um fenômeno social de grande relevância já que os evangélicos, em suas múltiplas congregações, estão crescendo vertiginosamente em comparação com outras religiões e, como aponta o antropólogo Juliano Spyer, “2020 será a década dos evangélicos, e quem não entender o cristianismo evangélico não terá condições de pensar o Brasil atual.” (Spyer, 2020, p. 22), portanto, é necessário que haja uma

produção contínua de pesquisas que busquem cobrir as diversas formas que os discursos religiosos de denominação evangélica circulam na esfera pública do mundo social.

A partir da ótica do crescimento evangélico na sociedade brasileira, é notável a influência da sua relação com espaços midiáticos como um potencializador desse crescimento, afinal ela pode ser percebida como um importante meio de evangelização por um lado, e também de difusão de uma série de modos de vida evangélicos, lembrando que eles não são uma única massa homogênea. Essa difusão ocorre mesmo entre não-evangélicos que, por diversos motivos, entram em contato com esses atores.

Como pontua Machado (2014), as mídias são um dos principais meios pelo qual os atores religiosos colocam a sua presença na esfera pública, em uma construção de um processo que se altera continuamente de produção e reinvenção dos próprios conteúdos religiosos. Nessa relação entre religião e mídia há um processo de formação subjetiva em que há uma série de negociações e disputas, re combinando práticas, conteúdos, formas e experiências (Machado, Sant'Anna, 2023).

A relação entre esses grupos religiosos com as mídias é antiga historicamente falando. Na sociedade brasileira, por exemplo, o primeiro jornal evangélico surgiu em 1864, o Imprensa Evangélica. No século XX, a partir dos anos 1940, surgem os primeiros programas de rádio desses grupos religiosos, seguindo um modelo comunicacional estadunidense (Santana, 2005). No meado do século XX, por volta da década de 60 surgem os primeiros programas televisivos evangélicos, que eram curtos, de alcance regional e a majoritariamente importações dos programas norte-americanos.

Foi na década de 80 que os programas televisivos começaram a se tornar independentes e de projeção nacional, um marco célebre foi a aquisição da Rede Record de Televisão pelo bispo Edir Macedo, no final dos anos 80. Partindo de dados trabalhados por Vital da Cunha (2017), vê-se que há pelo menos 9 entidades religiosas ligadas às diversas denominações evangélicas que possuem o controle de 10 emissoras de televisão, três delas vinculadas à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD).

Na contemporaneidade, principalmente a partir da segunda década do século XXI, com a sucessiva digitalização dos meios comunicacionais é possível enxergar que a presença de evangélicos nas redes sociais é extremamente diversificada, indo desde blogs de postagem e divulgação de cultos e demais eventos “offline” até toda uma produção na esfera do entretenimento.

Dentre os diversos usos midiático-digitais possíveis, um desses formatos de produção de conteúdo é o uso do humor, seja na produção de memes, de esquetes

humorísticas, de divulgação de trechos de shows de stand-up comedy, etc. Produções de conteúdo desse cunho podem ser pensadas na ótica do entretenimento também, ofertando para grupos religiosos meios de se entreter no uso cotidiano das redes sociais digitais que vão de acordo com suas crenças e moralidades.

### **Humor e performance entre atores religiosos nos meios digitais**

Em uma pesquisa anterior sobre o comediante e pastor Claudio Duarte para a monografia na graduação de Sociologia (Rocha, 2023), cheguei a conclusão de que o humor pode ser utilizado como uma possibilidade discursiva mobilizada por evangélicos para atuar nas redes sociais. No caso dele, um tema frequente diz respeito a questões matrimoniais a partir da valoração de uma moralidade conservadora em torno dos papéis sociais do "marido" e da "esposa" valendo-se de uma percepção cristã. Argumentei, inspirado em Clastres (2017), que nesse caso empírico há uma intenção pedagógica presente no humor.

Para contextualizá-lo enquanto figura pública, o referido pastor conta com em torno de dez milhões de seguidores no Instagram e possui um canal no Youtube, cuja primeira publicação data de 2012, com cerca de 1,27 milhão de seguidores, figurando, portanto, como um influenciador religioso de grande peso social. Ele também é o atual presidente do Conselho de Ministros Evangélicos do Rio de Janeiro (COMERJ) e fundou uma igreja em Xerém, no Estado do Rio de Janeiro.

No capítulo “De que riem os índios”, no livro “A Sociedade contra o Estado” (2017), Pierre Clastres aborda casos em que o mito é exposto de maneira cômica e que devemos “considerar que um mito pode *ao mesmo tempo* falar de coisas solenes e fazer rir aqueles que escutam” (Clastres, 2017, p. 121-122). A partir disso, o antropólogo francês descreve dois mitos que explicitam uma relação de jocosidade com que os indígenas Chulupi tinham perante as figuras do xamã e do jaguar em alguns momentos de lazer, figuras estas que gozam de amplo respeito e temor na cotidianidade desses povos, mas que nestas histórias se tornam personagens cômicos justamente por serem representados como o oposto do que se espera de um xamã ou jaguar.

Nesses casos, abre-se a possibilidade de se explorar analiticamente o uso do humor com uma intenção pedagógica (Clastres, 2017), pois, assim como a jocosidade com que os indígenas pesquisados pelo antropólogo francês tinham diante das figuras do xamã e do jaguar nesses contos, figuras que retém amplo respeito e temor no dia a

dia ordinário desses povos, em certos contextos de diversão, tinham como função não só o divertimento dos participantes, mas também a transmissão da cultura dessa sociedade.

No caso de Claudio Duarte, há também uma intencionalidade pedagógica de passar ensinamentos e conselhos bíblicos para casais através do uso da leveza do humor. Portanto, tanto no povo indígena etnografado por Clastres quanto nos atos de fala bem-humorados do pastor, há a presença da seriedade. No capítulo três da minha monografia trouxe uma entrevista em que o próprio Duarte falou ao Danilo Gentili em uma resposta ao Roger Moreira (membro do Ultraje a Rigor) na entrevista que “as pessoas têm uma ideia de que se você for bem-humorado você não é sério. E na realidade uma coisa não tem nada a ver com a outra, você pode ser extremamente sério e muito bem-humorado”<sup>3</sup>.

Um dos pontos de desenvolvimento que busco trabalhar nessa nova etapa da pesquisa para o mestrado é investigar outras possibilidades de performance sob o humor, afinal nem todos os humoristas evangélicos estão buscando ativamente repassar ensinamentos nesse humor. As percepções bíblicas e morais que atravessam esses indivíduos estão presentes, claro, mas como algo arraigado na construção de sua identidade religiosa.

Analicamente, portanto, há de se levar em conta que, ao pensar nas moralidades inculcadas na produção humorística de atores evangélicos nessas redes, nem todos os humoristas evangélicos produzem humor de modo normativo com a intenção explícita de defender moralmente determinados pontos de vista. O que não implica, evidentemente, que eles não possuam valores que influenciam na sua atuação.

Retomando ao show de stand-up do Lúcio Júnior (Lúcio Sincero) mencionado na introdução deste trabalho, a temática central que norteou a sua apresentação pautava-se muito na intersecção entre sua identidade religiosa e como “pobre” a partir de experiências cotidianas. A própria apresentação estética do seu perfil humorístico é pensando em relação a uma popular seriado estadunidense chamado “Todo mundo odeia o Chris” parodiado como “Todo mundo odeia o crente” ou “Todo mundo odeia o Lucio”, trabalhando com questões que atravessam a sua vivência enquanto “crente” em um contexto de periferia urbana.

---

<sup>3</sup> A entrevista em questão foi postada no YouTube: “Pr. Claudio Duarte no Agora é Tarde com Danilo Gentili” (2013) e pode ser vista em: [https://youtu.be/jLox\\_XUF8Yc](https://youtu.be/jLox_XUF8Yc)

Trabalhar o humor enquanto performance, arte e discurso se mostra, portanto, como uma potente possibilidade de análise sobre atuações que são mobilizadas por evangélicos para atuar nas redes sociais, desempenhando um papel relevante na veiculação dos mais diversos conteúdos no ambiente digital.

No caso do humor praticado por evangélicos, em muitos casos, há uma série de moralidades que indicam o que é lícito ou tabu que são seguidos ou disputados pelos atores a partir da sua posição no meio evangélico, servindo ou para normalizar determinados comportamentos e posturas ou para criticá-los e apontar, por exemplo, supostas contradições e/ou hipocrisias em certos comportamentos desses religiosos. Claro, a partir da visão de que o humor está na égide da “brincadeira”, algumas questões ganham uma certa liberdade para serem tratadas como temas.

Pensando o humor enquanto performance nos termos de Schechner (2003), em que a performance sempre ocorre em uma tríade ação, interação e relação, é possível perceber que a figura do produtor de conteúdo evangélico está em constante interação com o público, seja direta através dos comentários ou “caixas de perguntas seja indireta, que longe de ser um espectador passivo, influencia na própria dinâmica performática.

Um caso paradigmático é o do Eloi Oliveira, influenciador evangélico com mais de 1 milhão de seguidores no Instagram, em que a imensa maioria do conteúdo postado no seu perfil do Instagram é oriundo de respostas a perguntas do seu público, usando sempre o chavão que se tornou sua marca registrada nas redes “Que isso, varão?”, seguido de alguma forma nominal do verbo no particípio, não raro com a criação de algum neologismo.

Pensando na ideia do Schechner de performances que fazem crer, onde a distinção entre o real e o faz de conta é bem demarcado, é possível lançar como hipótese de que o próprio público faz perguntas que em outros contextos seriam mal vistas justamente por estar “entrando na brincadeira”, por isso há uma suspensão (parcial) do sério.

Um exemplo é o que algum internauta mandou para ele na caixinha de perguntas o seguinte: “Se Deus criou as plantas podemos usar aquelas verdes - ervaaa?” e ele ele, segundo a performance estabelecida começa com o seu chavão “Que isso, varão?” aí ele prossegue “varão ervudo, varão da plantação, que isso, varão, to vendo o irmão plantando, o irmão meio doidão, que isso, o irmão da onda (...) Aí não, varão, você precisa de libertação, varão fumudo, varão maconhudo...”. Diversas outras perguntas envolvendo sites de apostas como o “tigrinho”, cobiça à mulher alheia e demais temas

que se mal vistas e contra a moralidades evangélicas acabam virando temas dessas perguntas.

O humor, assim como os demais atos performáticos, é um ato em que o fazer e o mostrar-se fazendo está diretamente relacionado. Quando pensamos em termos de produção de conteúdo para mídias digitais, há toda uma reflexividade nas postagens de modo que ela atinja e mantenha um público mais ou menos fidelizado.

Isso ocorre pela necessidade de se mostrar relevante para o algoritmo, conseguindo, por exemplo, atingir um público potencial para comprar ingressos em shows de stand-ups, mas também é possível olhar para o aspecto da evangelização presente. Afinal, o proselitismo religioso não é algo exclusivo dos comediantes pastores, mas sim algo que é incentivado entre os próprios “fiéis”.

### **Considerações finais**

Como falado na introdução, o presente trabalho busca fazer uma discussão inicial sobre o tema que será desenvolvido na pesquisa ao longo do mestrado. Algumas conclusões parciais e inferências que apresento ao longo do texto se dão a partir de uma pesquisa anterior que realizei com o pastor e comediante Claudio Duarte.

Essa pesquisa se insere em um contexto mais amplo de pesquisas que buscam trabalhar com a relação entre evangélicos, espaços públicos e mídias digitais. Uma vez que não é possível apreender toda a realidade dessa temática em uma pesquisa, a ideia é a de pensar como as performances humorísticas de religiosos evangélicos se apresentam na esfera pública e quais as possibilidades de análise que essa presença ocasiona.

### **Referências**

- ALMEIDA, Ronaldo De; MONTERO, Paula. Trânsito religioso no Brasil. **São Paulo em perspectiva**, 15(3), 2001.
- CLASTRES, Pierre. De que riem os índios. In: CLASTRES, P. **A Sociedade contra o Estado**. São Paulo: Ubu Editora, 2017.
- GEERTZ, Clifford. Uma descrição densa: Por uma Teoria Interpretativa da Cultura. In: GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2019.
- MACHADO, Carly. Introdução ao dossiê Religião e Mídia. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, 34(2): 139-145, 2014.

MACHADO, Carly; SANT'ANNA, Raquel. Religião e mídia - Breves notas a partir do Brasil. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.) **Antropologia da Religião: Autores e temas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2023.

ROCHA, Lucas R. **Religião com humor nas redes sociais: uma análise socioantropológica da atuação do pastor Claudio Duarte**. Monografia (Graduação em Sociologia) - Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2023.

SANTANA, Luther King de Andrade. Religião e Mercado: a Mídia Empresarial-Religiosa. **REVER – Revista de Estudos da Religião**, n. 1, p. 54-67, 2005.

SCHECHNER, Richard. O que é performance? **O Percevejo: Revista de Teatro, Crítica e Estética**, ano 11, nº 12, 2003.

SPYER, Juliano. **Povo de Deus: Quem são os evangélicos e por que eles importam**. São Paulo: Geração Editorial, 2020.

VITAL DA CUNHA, Christina. "Televisão para salvar": religião, mídia e democracia no Brasil Contemporâneo. **Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia**, v. 1, n. 42, p. 199-235, 2017.