

---

## *Glorify* e a plataformização da experiência religiosa <sup>1</sup>

Rangel M. CARVALHO<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar a governança do aplicativo *Glorify*, a partir da perspectiva do fenômeno da plataformização (POELL, NIEBORG, VAN DIJCK, 2020) e da hierofania (ELIADE, 2008). Para isso, utilizamos as lentes dos estudos de plataformas (D'ANDRÉA, 2020). Partimos do conceito de mediação (VERÓN 2014; HJARVARD, 2015) para compreender a relação entre mídia e o fenômeno religioso. Em seguida, investigamos a relação entre o fenômeno religioso e a governança das plataformas. Concluimos assim com uma análise do aplicativo *Glorify*.

**PALAVRAS-CHAVE:** aplicativos, experiência religiosa, plataformização, mediação.

### 1. INTRODUÇÃO

Este artigo é parte de um projeto de pesquisa que visa ao desenvolvimento de uma dissertação de mestrado que toma o aplicativo *Glorify* como lugar de observação do fenômeno da plataformização (POELL, NIEBORG, VAN DIJCK, 2020) da experiência religiosa, compreendendo que, ao longo da história, as diversas mídias trouxeram consigo mudanças significativas na forma de vivenciar a espiritualidade. Para esse trabalho buscamos compreender o aplicativo a partir da governança, dessa forma buscamos observar como as regras estabelecidas pelo aplicativo, como por exemplo, os termos de uso, refletem na forma como usuário experimenta o aplicativo (D'ANDREA 2020).

O aplicativo *Glorify* foi criado em 2019 pelos britânicos Henry Costa e Ed Beccle, com a finalidade de “[...] disponibilizar rotinas de adoração para o maior número possível de pessoas em todo o mundo, usando a tecnologia para reinventar a forma como nos conectamos com Deus”, segundo o site do próprio aplicativo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 6. GP Comunicação e Religiões, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Mestrando Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PPGCOM PUC Minas). Email: rangelmcm@gmail.com

---

(GLORIFY, 2023). Ainda segundo o site, o aplicativo visa “[...] proporcionar uma solução para uma demanda do mundo cristão, devocionais diárias que proporcione para o religioso leituras dirigidas de textos bíblicos, reflexões e momentos de espiritualidade diárias” (idem).

O *Glorify* incorpora um sistema de pontuação baseado no alcance de metas, a estrutura do aplicativo é organizada por um sistema de recompensas diárias, bem como premiações vinculadas à trajetória do usuário, que é organizada através de perfis, tais como o "arauto", o "peregrino" e o "guerreiro". Esses perfis são conquistados à medida que o usuário mantém uma participação ativa nas rotinas de adoração estipuladas pelo aplicativo. O cumprimento das metas desbloqueia uma série de conteúdos adicionais, como meditações, músicas e textos, que também podem ser acessados mediante o pagamento de uma assinatura mensal de R\$14,90.

Além disso, o aplicativo disponibiliza uma variedade de recursos, incluindo podcasts, meditações e até mesmo uma seção dedicada à oração. O *Glorify* também mantém presença em plataformas como o YouTube, onde publica videocasts, e possui um perfil ativo no Instagram. De acordo com informações do site oficial, o *Glorify* já atende a uma base de mais de 2,2 milhões de usuários, que dedicam mais de 204 milhões de minutos diários para meditação e oração na plataforma. Atualmente, o aplicativo é disponibilizado em três idiomas: português, espanhol e inglês.

Para compreender o objeto partimos da discussão sobre mediação da religião, compreendemos conforme Verón (2014) que a mediação é a exteriorização dos processos mentais materializadas, como por exemplo as tecnologias como as ferramentas feitas de pedra. Partindo do conceito de mediação, entendemos também que as manifestações religiosas como a criação dos mitos, ritos e símbolos surgem a partir de uma experiência entre o homem e a natureza conforme defende Campbell (2015), e que às narrativas mitológicas, os utensílios ritualísticos, templos e símbolos são uma hierofania, que de acordo com Eliade (2008) é a forma como o sagrado se manifesta. Dessa forma compreendemos que religiosidade segue os processos de mediação, entendo que as religiões se utilizam de diversas mídias para expressar sua fé, de estátuas a aplicativos religiosos.

Em seguida buscamos compreender os processos de mediação da religião a partir do fenômeno de plataformação (Poell, Nieborg e Van Dijck. 2020), observando

---

o objeto a partir das lentes dos estudos de plataforma (D'ANDREA, 2020) especificamente da governança do aplicativo e como essa governança proporciona para o usuário uma experiência religiosa.

## **2. MEDIATIZAÇÃO E RELIGIÃO**

Quando os seres humanos escreveram nas paredes das cavernas as primeiras tentativas de registrar suas percepções do mundo, dando significado para os locais, animais, fenômenos naturais e muitos outros elementos que faziam parte da experiência de vida. Muitas vezes esses elementos eram identificados como sagrados, os seres humanos produziram ferramentas ritualísticas, como: maracá, caldeirões, arcas, estátuas e diversos outros utensílios que mediarão os seres humanos com o universo sagrado. Para Campbell (2015, p. 8):

[...] o material do mito é o material de nossa vida, do nosso corpo, do nosso ambiente; e uma mitologia viva, vital, lida com tudo isso nos termos que se mostram mais adequados à natureza do conhecimento da época.

Na tentativa de organizar e compreender o mundo, surgem as mitologias. De acordo com Croatto, “O mito é um relato de um acontecimento originário, no qual os deuses agem e cuja finalidade é dar sentido a uma realidade significativa” (2010, p. 209). De montanhas sagradas no meio do deserto para emissoras de televisão, o religioso sempre buscou transmitir uma mensagem que desse sentido à sua existência. como por exemplo: a associação da deusa vênus às cavernas, que de acordo com Campbell (2015) eram locais marcado por diversos ritos de iniciação, pois, a caverna simboliza a morte e o renascimentos no ventre da grande mãe.

Outro exemplo reside na maneira pela qual os seres humanos buscavam compreender o universo através de mitos transmitidos oralmente e, posteriormente, registrados em papiros. Inclusive, a concepção e construção de templos religiosos eram planejadas para refletir uma lógica intrínseca à mitologia. Conforme destacado por Jung (2016), as figuras mitológicas presentes nas várias culturas eram interpretações do inconsciente coletivo, sendo essas representações oníricas são manifestadas através de arquétipos. De maneira geral, as religiões sempre empregaram uma ampla gama de métodos para expressar sua espiritualidade, abrangendo desde objetos rituais, como as

---

máscaras utilizadas em rituais de iniciação para personificar divindades, até a recitação de mantras nas práticas religiosas do Extremo Oriente, como no hinduísmo.

É importante compreender que tais objetos religiosos se diferenciam dos demais, pois, de alguma forma eles foram revelados para os homens como sagrado, Mircea Eliade historiador das religiões, defende que o fenômeno religioso deve ser compreendido a partir de sua lógica própria, de sagrado, e para entender esse fenômeno deveríamos partir do sujeito da experiência religiosa, pois é através dessa manifestação definida por ele de “hierofania” que o sagrado se revela diferenciando o espaço sagrado do profano.

O homem toma conhecimento do sagrado porque este se manifesta, se mostra como algo absolutamente diferente do profano. A fim de indicarmos o ato de manifestação do sagrado, propusemos o termo hierofania, este termo é cômodo, pois não implica nenhuma precisão suplementar: exprime apenas o que está implicado no seu conteúdo etimológico, a saber, que algo de sagrado nos revela (2008 p.17)

Contudo, se olharmos para os mitos, ritos e símbolos a partir da midiaticização que de acordo com Verón (2014) midiaticização é a exteriorização dos processos mentais, que se materializam desde a invenção de instrumentos como instrumentos de pedra, a própria religiosidade, a escrita até o surgimento da internet.

A capacidade semiótica de nossa espécie se expressa na produção do que chamarei de fenômenos midiáticos, consistindo da exteriorização dos processos mentais na forma de dispositivos materiais. Fenômenos midiáticos são, de fato, uma característica universal de todas as sociedades humanas. (VERÓN, 2014, p.14)

Sob essa ótica, as observações de Verón (2014) nos permitem compreender que as expressões das vivências religiosas podem ser consideradas expressões midiáticas. Isso ocorre porque, por intermédio das tecnologias criadas pela humanidade, como pinturas em cavernas, objetos ritualísticos e até mesmo a linguagem em si, há uma carga simbólica intrínseca que confere um caráter sagrado a essa experiência. No entanto, é essencial reconhecer que esse simbolismo evidente nas materialidades concebidas pelo ser humano é influenciado por seu contexto histórico e cultural, uma vez que se manifesta, precisamente, por meio das mídias disponíveis em sua época.

A partir de uma abordagem institucionalista, Hjarvard (2015) emprega o termo "midiaticização" para denotar os processos de transformação que a mídia desencadeia na

---

sociedade. Ele enfatiza que a "mídiação da cultura e da sociedade" engloba os mecanismos pelos quais a cultura e a sociedade gradualmente se tornam mais dependentes das mídias e de suas operações, ou seja, da lógica intrínseca à mídia (HJARVARD, 2015, p.53). É evidente, também, que as instituições religiosas se adaptam na maneira de expressar sua fé, incorporando princípios midiáticos e avanços tecnológicos contemporâneos. Elas adotam canais de televisão, erguem estruturas tecnológicas imponentes em seus templos, como telas de LED e iluminação cênica, promovem transmissões ao vivo pela internet e mantêm perfis nas redes sociais, nos quais a vida da comunidade religiosa é organizada com base na lógica de compartilhamento de suas experiências.

No cenário brasileiro, um ponto de virada nesse processo foi a introdução de programas televisivos direcionados a um público religioso, exemplificado pelo programa Fé para Hoje, lançado em 1962 na Rede Tupi (MARTINS; SANTOS, 2016). A partir dos anos 1980, avanço das igrejas evangélicas, especialmente os grupos neopentecostais como a Universal do Reino de Deus e a Igreja da Graça, foi notavelmente marcado pela ampla adoção das mídias tradicionais, com programas televisivos em canais abertos, estações de rádio e veiculação em jornais, que se tornaram os principais veículos de propagação e expansão (MARTINO, 2012). Nesse mesmo período, surgiram figuras proeminentes como o padre Marcelo Rossi, que empregando estratégias midiáticas para difundir mensagens religiosas, protagonizou encontros popularmente chamados pela mídia de "showmissas" (MARTINO, 2012).

O entrelaçamento entre mídia e religião tem provocado diversos eventos importantes no século XXI. Para Hoover (2014) esse entrelaçamento, de forma contraditória ao que era previsto, provocou uma persistência e o ressurgimento da religião na sociedade contemporânea, tendo em vista as previsões de desaparecimento da religião na vida moderna. Eventos como 11 de setembro foram transmitidos pelos diversas mídias representando a "religião do outro" (Islã) construindo, assim, a imagem do islamismo no ocidente, ou o surgimento, como foi dito anteriormente, de programas religiosos em canais de TV, que fizeram com que a religião estivesse no centro novamente da discussão social. Para Hoover (2014), as representações das religiões em filmes, reportagens, músicas e outros produtos midiáticos proporcionaram mudanças significativas na religião e nas mídias. O autor também destaca que a religiosidade no

---

mundo contemporâneo é marcada por um processo de individualização, em que acontece um enfraquecimento dos líderes religiosos, instituições e doutrinas. Nesse processo de enfraquecimento, a religiosidade opera cada vez mais longe da presença das instituições religiosas:

As mídias operam cada vez mais como um mercado, e como há mais e mais demanda por religião e espiritualidade, o suprimento das mídias tem aumentado. Entre outras coisas, esse aumento no suprimento de religião mediada significa que a religião e a espiritualidade estão cada vez mais disponíveis fora das fronteiras das “religiões” formais, uma situação que tem implicações que mudam tudo para essas instituições. (HOOVER, 2014, p.49)

Assim, práticas religiosas são construídas e afetadas pelo processo de midiatização (MARTINO, 2012), seja pela divulgação de conteúdo na internet ou pela transposição total do rito para o ambiente online. Conforme Martino (2012), o estudo desse fenômeno deve considerar que o processo “[...] se articula, de modo dinâmico, assimétrico e mesmo contraditório, com o universo das mediações, espaço de produção de sentido existente a partir da perspectiva da experiência do sujeito”. (MARTINO, 2012, p. 222).

Para Borelli e Regiane (2021) a interseção entre a religião e a mídia pode ser interpretada como um componente intrínseco de um processo gradual de secularização, em que a mídia assume progressivamente funções sociais outrora desempenhadas por instituições religiosas. A análise da relação entre religião e mídia pode elucidar como os fenômenos de secularização e, simultaneamente, de "ressacralização", podem coexistir em várias interfaces entre esses dois domínios. Tais ressacralização marca não somente um processo de “adaptação” dos ritos religiosos em outros espaços, mas uma forma de vivenciar a religiosidade de outro modo.

Assim, o que ocorre com as religiões em midiatização é não somente a transposição dos conteúdos e ritos para os outros lugares, mas as contínuas adaptações na linguagem e nos discursos produzidos para que gerem determinados efeitos de sentidos por meio de distintos dispositivos midiáticos. Como afirma Borelli (2010), não se trata de uma mera transposição de linguagens, técnicas ou uso de dispositivos para permanecer em contato com os fiéis, mas na transformação das religiosidades, visto que os atores sociais envolvidos nessas processualidades passam a vivenciar a experiência religiosa de outro modo. (BORELLI; REGIANE. 2021. p.103)

Nessa perspectiva, percebemos que, com o surgimento da internet, vivenciamos um momento de aceleração desses processos de midiatização. Para Sbardelotto (2017), é possível perceber processos comunicacionais que moldaram e

---

continuam moldando a história do Cristianismo e, para ele, a midiatização é a chave para compreender a inter-relação entre sociedade, tecnologia e mídia.

Basta acompanhar a história do Cristianismo primitivo para perceber já então diversos processos comunicacionais que moldaram a sua evolução ao longo da história e das culturas (testemunhos, textos, livros, rituais, imagens etc.), o que aponta para certa continuidade dos processos atuais em relação ao passado, mas, ao mesmo tempo, para uma grande capacidade de reinvenção e reconstrução, que hoje se manifesta com ainda mais força naquela que chamamos de “Contrarreforma digital”. (SBARDELLOTTO, 2017, p.68)

Segundo o autor, a partir do século XX, com os avanços tecnológicos, houve uma aceleração nas transformações sociais, marcadas por tensões existentes entre sociedade e tecnologia, e tais tensões geram inovações tecnológicas que, por sua vez, são apropriadas pela sociedade que se utilizam desse meio muitas vezes reformulando suas práticas. Esse movimento é chamado por Sbardelotto de “reforma” e “contra-reforma” digitais, e refere-se ao surgimento de inovações tecnológicas voltadas para comunicação, como as plataformas online. Por outro lado, existe um processo sociocultural no qual a sociedade não só cumpre os usos previstos por esses artefatos digitais, como também promove desdobramentos dos seus usos. Dessa forma, para Sbardelotto (2017), midiatização é:

[...] um fenômeno comunicacional emergente, que se manifesta a partir de determinadas condições histórico-culturais para a comunicação das e entre as culturas, que, mediante transformações sociotécnicas, evoluem desde as origens da vida humana até o ambiente comunicacional contemporâneo. De um lado, temos o eixo (p.77)

Sendo assim, a interface existente entre religiosidade e comunicação, e o processo de midiatização da religião manifestam-se atualmente em diversas formas e ambientes digitais, “[...] envolvendo tanto a presença da religião nas mídias quanto de mídias nas práticas religiosas” (SBARDELLOTTO, 2017, p.95), e proporcionam às sociedades novas formas de se relacionar com esse sagrado, podendo compreender uma religiosidade voltada para o indivíduo e mediada por plataformas digitais.

### 3. PLATAFORMIZAÇÃO DA RELIGIÃO

A partir do momento que a religiosidade passa ser mediada por plataformas digitais que de acordo com Poell, Nieborg e Van Dijck podemos afirmar que tais espaços são:

[...] infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores,

---

organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados (2020, p. 4)

A materialização dessas plataformas digitais religiosas é marcada pelo entrelaçamento de diversos elementos, tanto tecnológicos quanto sociais, que são construídos e atualizados a partir das práticas exercidas pelos usuários. É importante compreender também que tais espaços digitais, apesar de serem compreendidas erroneamente como lugares “neutros”, são espaços possuem políticas, ou seja, seus atores - os desenvolvedores, empresas e usuários - possuem interesses que se manifestam nesses espaços assim como também nas suas próprias estruturas tecnológicas (WINNER, 2017). Quando observados a partir dos estudos de plataformas, as relações existentes entre esses atores podemos compreender que as plataformas são construídas em cima de cinco pilares: datificação e algoritmos, infraestrutura tecnológica, governança, modelo de negócios e práticas e *affordances* (D’ANDRÉA, 2020)

As plataformas digitais religiosas não se restringem a uma religião, mas um fenômeno que se estende em diversas vertentes religiosas, se observamos na categoria de aplicativos "fitness, meditação e bem-estar", uma variedade de produtos voltados para a religiosidade está disponível, além do próprio aplicativo Glorify. Por exemplo, o aplicativo *Fidem*<sup>3</sup> tem a proposta de conectar cristãos a conteúdos religiosos, como missas, liturgias e estudos bíblicos. Outro aplicativo, chamado *Legacy*<sup>4</sup>, concentra-se na organização e divulgação de missas. O aplicativo de meditação chamado *Sattva*<sup>5</sup>, que oferece aos usuários meditações guiadas, um temporizador de meditação, além de um ferramenta de insights que monitora os benefícios da meditação para suas vidas.

Nesse contexto, observamos o surgimento de várias *startups* que buscam fornecer soluções tecnológicas para o mercado religioso. Por exemplo, a *startup* brasileira *inChurch*<sup>6</sup> que foca em melhorar a comunicação dentro das igrejas, oferecendo produtos como aplicativos, transmissões ao vivo, totens de autoatendimento e sites. Isso não é exclusivo para religiosidade cristã, visto que o *MuslimPro*<sup>7</sup> é um

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.devmaker.com.br/portfolio/fidem-brasil>. Acesso em 24 mai. 2023.

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.one-legacy.com.br/>. Acesso em 29 jun. 2023.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.sattva.life/pr/>. Acesso em 29 jun. 2023.

<sup>6</sup> Disponível em <https://inchurch.com.br/>. Acesso em 14 out. 2023

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.muslimpro.com/>. Acesso em 29 jun. 2023



aplicativo que visa organizar a vida cotidiana dos muçulmanos, enquanto o *InstaRabbi*<sup>8</sup> é um aplicativo judaico que fornece respostas rápidas para dúvidas relacionadas à Torá. No mercado brasileiro, existem exemplos como o aplicativo "Pontos Cantados de Umbanda"<sup>9</sup> e o "eu.espírita"<sup>10</sup>, que oferece uma variedade de mensagens, textos, músicas, livros e sugestões de filmes sob a perspectiva espírita.

Tais plataformas digitais organizam-se a partir de sua governança que, de acordo com D'Andréa “Chama-se de governança de uma plataforma um conjunto heterogêneo de mecanismos e práticas de ordem técnica, política, jurídica e comercial que regulam seu funcionamento.” (2020. p.42), sendo assim, governança é todas as regras estabelecidas pelas empresas para o funcionamento da plataforma, isso engloba os “termos de serviços” e “termos de privacidade” que se manifestam nas práticas exercidas dentro do aplicativo, ou seja, “a governança das plataformas deve ser tomada como um esforço de autorregulação exercido de modo distribuído e não coercitivo, o que não significa que não seja, de modo crescente, controverso e conflituoso.” (D’ANDREA, 2020. p.42). É importante lembrar que tais regulamentações não impedem práticas ilegais dentro dos aplicativos, mas reforçam a ideia de “neutralidade” das plataformas. Observando o *Glorify* a partir de sua governança é possível perceber a ideia de “neutralidade” das plataformas.

Nosso serviço permite que você publique conteúdo. Você é responsável pelo Conteúdo que publica no Serviço, incluindo sua legalidade, confiabilidade e adequação. Ao postar Conteúdo no Serviço, você nos concede o direito e a licença para usar, modificar, executar publicamente, exibir publicamente, reproduzir e distribuir tal Conteúdo no e através do Serviço. Você retém todo e qualquer direito a qualquer Conteúdo que enviar, postar ou exibir no ou por meio do Serviço e Você é responsável por proteger esses direitos. Você concorda que esta licença inclui o direito de disponibilizarmos Seu Conteúdo a outros usuários do Serviço, que também podem usar Seu Conteúdo sujeito a estes Termos. Você declara e garante que: (i) o Conteúdo é seu (você o possui) ou Você tem o direito de usá-lo e nos conceder os direitos e a licença previstos nestes Termos, e (ii) a publicação de Seu Conteúdo em ou através do Serviço não viola os direitos de privacidade, direitos de publicidade, direitos autorais, direitos de contrato ou quaisquer outros direitos de qualquer pessoa. (GLORIFY, 2023)

Além de responsabilizar o usuário e se eximir de todas as responsabilidades acerca dos conteúdos criados pelos os usuários que circulam dentro do aplicativo, o

<sup>8</sup> Disponível em: <https://instarabbiapp.com/>. Acesso em 29 jun. 2023.

<sup>9</sup> Disponível em:

[https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.gil.pontoscantados&hl=pt\\_BR&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.gil.pontoscantados&hl=pt_BR&gl=US). Acesso em 29 jun. 2023.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://apps.apple.com/br/app/eu-esp%C3%ADrita/id1083818189>. Acesso em 29 jun. 2023.

---

mesmo pode se apoderar desses conteúdos podendo ser utilizado em diversos outros espaços. O *Glorify* em suas políticas de uso também reconhece que “Como a Empresa não pode controlar todo o conteúdo postado por usuários e / ou terceiros no Serviço [...]”(GLORIFY, 2023), responsabilizando o usuário de possíveis exposições a conteúdos impróprios.

Você compreende que, ao usar o Serviço, pode ser exposto a conteúdo que pode considerar ofensivo, indecente, incorreto ou questionável e concorda que, em nenhuma circunstância, a Empresa será responsável de qualquer forma por qualquer conteúdo, incluindo quaisquer erros ou omissões em qualquer conteúdo, ou qualquer perda ou dano de qualquer tipo incorrido como resultado do uso de qualquer conteúdo. (GLORIFY, 2023)

Os termos de uso do *Glorify* contém regras para assinaturas, como reembolso, cancelamento e taxas. Regras para criação de contas no qual você deve fornecer informações completas, permitindo assim o usuário ter os direitos de postar conteúdos, conta também com restrições do que não pode ser publicado que inclui a discriminação “[...] sobre religião, raça, orientação sexual, gênero, origem nacional / étnica ou outros grupos-alvo.” (GLORIFY, 2023). As regras também informam o *backup* dos conteúdos publicados por usuário.

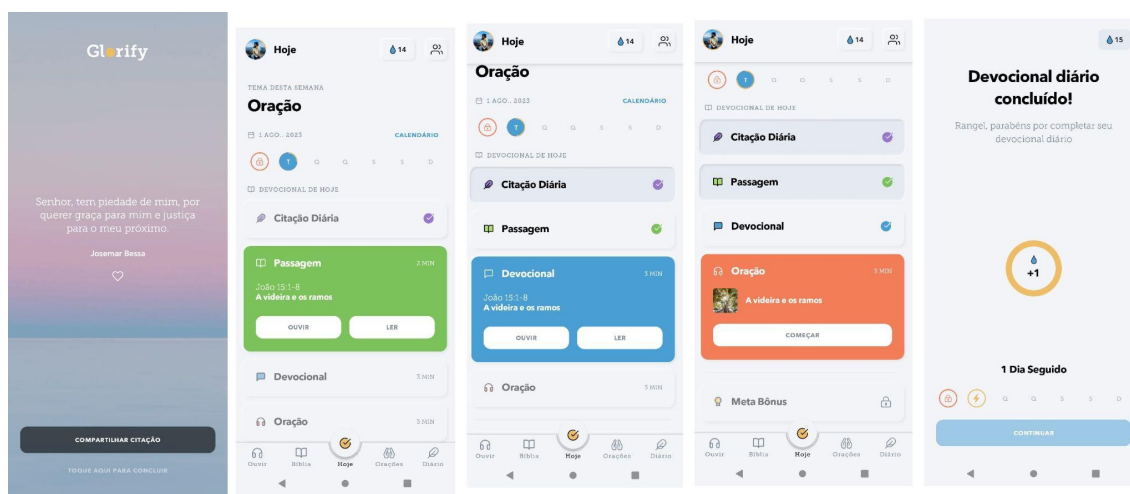
Os termos de uso contém uma sessão especial para políticas de direitos autorais da qual a empresa assegura “Respeitamos os direitos de propriedade intelectual de terceiros.” (GLORIFY, 2023), afirmando que todo conteúdo publicado pela empresa é original e que são e permanecem propriedade exclusiva do *Glorify*.

A empresa também se resguarda de possíveis conflitos legais com leis dos países do qual o aplicativo circula, o que retorna um discussão fundamental para o uso de plataformas, pois tais espaços de acordo com Van Dijck (2022) circulam entre mercados e não mercados, interesses privados e públicos e o mercado de bens e serviços e o mercado de ideias ao mesmo tempo, tornando a regulamentação dessa plataformas um desafio, no caso do *Glorify* que até momento da pesquisa, atua em três países diferentes.

Através da governança, o aplicativo se organiza e fornece diversas ferramentas que proporcionam uma experiência do usuário, permitindo o que ouvir, como ouvir, o que pode e não pode ser compartilhado, essa organização segue as diretrizes dos termos de uso. Na próxima seção abordaremos melhor a forma como o *Glorify* se organiza.

#### 4. GLORIFY

O aplicativo se organiza de forma que oferece um percurso no qual o usuário precisa percorrer para alcançar metas diárias, esse percurso chamado Devocionais diárias consiste de quatro etapas: citação diária, passagem, devocional, oração (Figura 1).

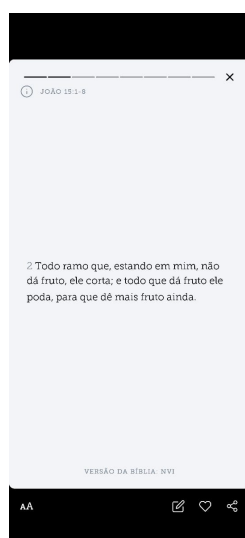


(FIGURA 1: Imagens das devocional diário)

A primeira tela é de citação diária, que aparece logo após a inicialização do aplicativo, a tela possui 3 botões: ícone de coração que serve para curtir a citação; um botão destacado de compartilhar a citação, que direciona para outras plataformas como *Whatsapp*, *telegram* e *instagram* - vale ressaltar que a citação já vem formatado para o *Story* do *Instagram*. Quando compartilhado com o *Whatsapp* na descrição da imagem contém um link que direciona para o site que oferece o download do aplicativo. Dessa forma é possível perceber a construção de uma rede de plataformas interligadas que se conectam e se alimentam, tanto na forma de troca de dados, como na forma de divulgação para adesão de outros usuários. Por fim, a tela inicial oferece o botão para concluir o primeiro passo.

Na segunda, tela de forma bem dinâmica e intuitiva oferece o segundo passo da devocional diária que é a leitura da passagem que pode ser lida ou ouvida, um detalhe importante é que o aplicativo oferece nas suas configurações a escolha da voz do narrador podendo ser uma voz masculina e feminina. Quando escolhida a leitura da passagem em forma de texto o aplicativo leva para uma tela com um pequena introdução sobre o contexto do qual o texto bíblico foi escrito, ao clicar em qualquer parte da tela o usuário é levado ao texto bíblico que é disponibilizado em diversas telas,

onde cada versículo é apresentado em uma tela diferente, similar ao *Story* do *Instagram* (Figura 3). No canto inferior da tela também possui os botões de ajuste do tamanho da fonte, botão para anotações sobre o versículo, o ícone de coração para curtir a citação e o botão de compartilhar, a opção “ouvir” não permite o compartilhamento com outras redes, anotações e curtir o versículo.



(FIGURA 3: Leitura do passagem bíblica)

O terceiro passo é o devocional, que basicamente é uma reflexão sobre o texto bíblico, ele também é oferecido de duas formas: texto e áudio. Entretanto, diferente da leitura do texto bíblico, não é possível fazer compartilhar, anotar ou curtir. De forma geral o terceiro passo funciona com um *podcast*. A quarta meta diária é a oração que funciona apenas com áudio, com a duração de até 3 minutos, esse passo pode ser compartilhado, assim como em orações “tradicionais”, esse passo pode funcionar com apenas uma meditação.

Concluindo os quatro passos, o usuário é recompensado com uma gota que funciona com uma moeda dentro do aplicativo, com essa gota podemos desbloquear outros conteúdos ou até mesmo ouvir devocionais diárias que perdemos, essa gostas podem ser adquiridas como o pagamento da mensalidade como foi dito anteriormente. Com a conclusão das tarefas diárias é oferecido para o usuário a meta bônus, que consiste em um pequeno *podcast* dentro do próprio aplicativo de forma gratuita.

---

O aplicativo também conta com diversos outros recursos que são oferecidos mediante o pagamento das mensalidades ou trocados pela moeda conquistadas no próprio aplicativo, como as reflexões em formato de áudio, que abordam diversos assuntos, como: depressão, ansiedade, relacionamento entre outros. O aplicativo também conta com uma área específica para oração, onde o usuário pode gravar sua voz orando, podendo compartilhar a sua gravação dentro do próprio aplicativo para outros usuários ou entre plataformas.

## 5. CONCLUSÃO

A estrutura da governança dos aplicativos refletem de forma direta nos serviços e práticas oferecidos pelas plataformas, no movimento de observar a partir da governança do glorify é possível perceber a forma como a empresa se organiza influência nas práticas religiosas dos usuários, afinal o propósito definido pela própria empresa é de fortalecer o relacionamento com Deus. Relacionamento esse mediado por tensões entre leis governamentais e empresariais, algoritmos que organizam de forma automática as experiência personalizada que o usuário tem com o aplicativo, tal personalização é possível através de coleta de dados.

A experiência religiosa vivenciada através da revelação divina, atualmente pode ser vivenciada através da tela do celular, a revelação divina mediada pela lógica comunicacional das plataformas, permitem que os momentos de devocionais sejam datificados, monetizados e compartilhados através de diversas redes sociais. O deus que antes revelava-se em sarças andantes e abria o mar, hoje se limita nas cláusulas de termos e serviços de aplicativos, Rubem Alves disse “Deus nos deu asas, mas as religiões inventaram gaiolas”, na lógica das plataformas digitais, podemos pensar que Deus agora está preso junto com os usuários nas cláusulas de um contrato de aplicativo.

## REFERÊNCIAS

- BORELLI, Viviane; REGIANI, Herivelton. O processo de midiatização e a natureza midiática da religião. *Comunicação & Inovação*, v. 22, n. 49, 2021.
- CAMPBELL, Joseph. **As transformações do mito através do tempo**. São Paulo: Cultrix, 2015.
- CAMPBELL, Joseph. **Deusas: os mistérios do divino feminino**. Palas Athena Editora, 2015.
- CROATTO, José. **As linguagens da experiência religiosa: uma introdução à fenomenologia da religião**. São Paulo: Paulinas, 2010.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.** 2020.

GLORIFY. Sobre. Disponível em: <https://glorify-app.com/pt-br/about/>. Acesso em 24 mai. 2023.

HJARVARD, S. **Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias.** Parágrafo, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 51-62, 2015.

HOOVER, Stewart. Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. **Comunicação & Sociedade**, v. 35, n. 2, p. 41-68, 2014.

MARTINS,Guilherme; SANTOS, Lucas. Programa Fé para Hoje: Pioneirismo no Televangelismo Brasileiro. In: **CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ECLESICAL (Eclesiocom)**,XI.,2016, Engenheiro Coelho. **Anais.** São Paulo:2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mediação e midiatização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas.** **Mediação & midiatização.** Salvador: EDUFBA, p. 219-244, 2012.

ELIADE, Micea. **O Sagrado e o profano: a essência das religiões.** São Paulo: Martins Fontes, 2008.

JUNG, Carl G. et al. **O homem e seus símbolos.** HarperCollins Brasil, 2016.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras**, v. 22, n. 1, 2020, p. 02-10. Disponível em <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01/60747734>. Acesso em: 24 mai 2023.

SBARDELOTTO, Moisés "**E o verbo se fez rede**" : religiosidades em reconstrução no ambiente digital / Moisés Sbardelotto. – São Paulo : Paulinas, 2017

VAN DIJCK, José. Ver a floresta por suas árvores: visualizando plataformização e sua governança. **Matrizes**, v. 16, n. 2, p. 21-44, 2022.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014.

WINNER, Langdon. Artefatos têm política?. **Analytica-Revista de Filosofia**, v. 21, n. 2, p. 195-218, 2017.