

Influenciadoras Digitais Cristãs e a Pedagogia de Gênero nas Plataformas Digitais¹

Júlia Valgas Freitas GALVÃO²

Maurício João VIEIRA FILHO³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

A religião tem se reinventado para dialogar com os fiéis. Com ascensão das plataformas digitais, popularizaram-se influenciadoras cristãs, que ganham crédito (Charaudeau, 2012) e capital social (Bourdieu, 2006) com a sua audiência. Este trabalho, à luz do conceito de mediações de Martín-Barbero, tem como objetivo explorar a articulação entre as influenciadoras digitais cristãs e o discurso religioso na manutenção da inferioridade feminina nos relacionamentos conjugais. Por meio de revisão bibliográfica e observação de uma *trend*, percebemos que a palavra bíblica adquire novos contornos na interpretação das influenciadoras, além de uma pedagogia dos corpos conforme a moral cristã.

PALAVRAS-CHAVE: influenciadoras digitais cristãs; pedagogia de gênero; plataformas digitais; mediação; corpo.

INTRODUÇÃO

Nos primeiros meses de 2025, uma *trend* viralizou nas plataformas digitais, principalmente no *Instagram* e no *TikTok*, com os dizeres: “amai a sua esposa como Cristo amou a Igreja”. De influenciadoras digitais a perfis pessoais, o vídeo composto por uma trilha sonora comovente e uma citação bíblica tem sido compartilhado por milhares de mulheres e revela uma tendência cada vez mais consolidada na internet: o uso do discurso religioso em prol da pedagogia de gênero.

Os vídeos virais refletem tradicional visão judaico-cristã uma acerca da relação conjugal entre homens e mulheres. De acordo com o Novo Testamento da Bíblia:

Que a mulher aprenda em silêncio com total submissão. Não permito que a mulher ensine nem se arrogue autoridade sobre o marido, mas permaneça em silêncio. Pois o primeiro a ser criado foi Adão, depois Eva. E não foi Adão que se deixou iludir e sim a mulher que, enganada, incorreu em transgressão. Mulheres sejam submissas a seus maridos, como ao Senhor. De fato, o marido é a cabeça da sua esposa, assim como Cristo, salvador do Corpo, é a cabeça da Igreja. E assim como a Igreja está submissa a Cristo, assim também as mulheres sejam submissas em tudo a seus maridos. (Bíblia, 2008, 1ª Carta de São Paulo a Timóteo, 2: 11-14; Carta de São Paulo aos Efésios, 5: 22-24.)

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Plataformas digitais, narrativas e resistências, evento integrante da programação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte, realizado de 28 a 30 de maio de 2025.

² Estudante de graduação do 6º período do Bacharelado em Jornalismo pela UFJF; Integrante do grupo de pesquisa Assimetrias, e-mail: jvalgasfreitasgalvao@yahoo.com.br

³ Professor substituto e doutorando na UFJF; Mestre em Comunicação Social pela UFMG; Integrante do grupo de pesquisa DIZ: Discursos e Estéticas da Diferença, e-mail: mauriciovieira@gmail.com.

Essa perspectiva bíblica e a *trend* viral coadunam com o pensamento de Lima (2010) que defende, em referência ao trabalho de Bourdieu, que os *habitus* — processos construídos na história e dados como naturais para determinados grupos — vinculados ao gênero feminino são construídos socialmente por meio de falas, educação, referências midiáticas e instituições, que historicamente reafirmam o papel de submissão da mulher. Assim, neste trabalho, objetivamos explorar a articulação entre as influenciadoras digitais cristãs e o discurso religioso na manutenção da inferioridade feminina nos relacionamentos conjugais, a partir de uma perspectiva culturalista, que reconhece a importância das mediações nos processos de interpretação do conteúdo.

PEDAGOGIAS DE GÊNERO

O Brasil, país em que 9 em 10 pessoas são cristãs, tem sua história marcada pela dominação patriarcal. Essa relação de poder é constituída por meio de forças positivas, isto é, formas de poder que, além de impedimentos e proibições, objetivam administrar a vida (Foucault, 2006). A Igreja e o Estado têm demonstrado constante interesse em pedagogizar os corpos da população e regular atividades corporais (Weeks, 2000). Isso se aproxima do pensamento de Foucault (2023), que destaca a história da sexualidade — aqui estendida à pedagogia corporal — como uma história de discursos que circulam sobre os corpos.

Os Estados, organizados politicamente, exercem controle dos corpos da população para se beneficiarem das vidas e da produtividade dos indivíduos (Louro, 2018). Santos et al. (2024) consentem com a ideia de vigilância corpórea e afirmam que a religião reconhece a sexualidade como ruim e a ser instrumentalizada para reprodução e manutenção das relações cisheterossexuais. Associa-se também a ideia de que crianças devem ser iniciadas na religião com o batismo e a catequese. Assim, a visão cisheteropatriarcal cristã se configura por discursos como ferramenta para continuidade desses discursos.

A religião adquire papel de educadora do corpo para afastar fiéis das coisas mundanas e do pecado. Afinal, a experiência religiosa se manifesta no mundo material. “O corpo expressa não somente a ‘mudança individual’ provocada pela fé, como mostra que outras pessoas não são convertidas [...]” (Rigoni; Prodócimo, 2013, p. 230). Embora a religião, como uma instituição de poder, tenha influência na construção de um

imaginário de submissão feminina e de rejeição às distintas sexualidades e identidades de gênero, é reconhecível diferentes interpretações dadas à palavra de Deus, inclusive aquelas que respeitam todas as existências. Nesse sentido, o propósito deste trabalho não é tematizar os preceitos de diferentes tradições religiosas, mas entender como os sentidos de fé têm sido representados nas plataformas digitais e como isso influencia a recepção da informação.

O PAPEL DAS MEDIAÇÕES NA PERCEPÇÃO DA AUDIÊNCIA

Desde o surgimento da mídia, pesquisadores concentram-se em compreender a influência dos meios de comunicação de massa na audiência. Embora os estudos sobre a audiência tenham iniciado na primeira metade do século XX, é apenas na década de 1960 que a Escola de Birmingham, na Inglaterra, articula as ideias de cultura, classes sociais e hegemonia para pensar a recepção dos usuários e busca superar a noção de que o emissor é responsável por definir a opinião das massas (Winques, 2024).

Contudo, é Jesús Martín-Barbero o primeiro pesquisador a localizar os Estudos Culturais em uma perspectiva latino-americana. Para ele, as mediações são processos culturais, econômicos e sociais que permeiam a emissão e recepção de mensagens, sendo determinantes no processo de significação, como é o caso da cotidianidade familiar, da temporalidade social e da competência cultural. “Mediação significava que entre estímulo e resposta há um espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana” (Martín-Barbero; Barcelos, 2000, p. 154).

Nesse contexto de reconhecimento das mediações, o uso do *Instagram* e do *TikTok* para divulgação de conteúdo cristão, mais especificamente um conteúdo voltado para a pedagogia de gênero, pode influenciar a recepção das mensagens.

INFLUENCIADORAS DIGITAIS E A RELIGIÃO

O termo *Digital Influencer* se popularizou no Brasil a partir de 2015, quando houve uma ascensão de diferentes plataformas digitais. Para Karhawi (2017), influenciadores digitais possuem posição privilegiada no que tange a dimensão de *capital social*, proposta por Bourdieu (2006), uma vez que estabelecem significativas redes de relacionamentos por meio das plataformas digitais de redes sociais, sob as quais possuem algum grau de influência. A pesquisadora também se apropria da ideia de *crédito*, trazida

por Charaudeau (2012), que diz respeito à confiabilidade das informações que o *influencer* traz. Isso significa que o crédito é construído socialmente e depende da posição social do sujeito, de seu papel na troca comunicativa, de sua representatividade dentro de um grupo e do grau de engajamento com o que transmite.

No que diz respeito à religião, em especial as cristãs, os ensinamentos da Bíblia se adaptam e são reinterpretados conforme o momento histórico, o que garante sobrevivência e, simultaneamente, atualidade. Das missas e terços transmitidos via rádio, desde 1940, e canais e programas de televisão religiosos, popularizados a partir de 1960, aos influenciadores cristãos, a adaptabilidade da fé permite que o cristianismo mantenha hegemonia no Brasil. Com a ascensão da plataforma digital, as influenciadoras digitais que tematizam o cristianismo podem ser apontadas como figuras que ganham credibilidade nas redes para dizer aos fiéis o que devem fazer na vida e nos relacionamentos.

Quando nos atentamos para a *trend* “amai a sua esposa como Cristo amou a Igreja”, percebemos a pedagogia de gênero atuando por meio de discursos injuntivos sobre como relacionamentos devem ser e quais ensinamentos cristãos devem orientar a vida conjugal — sendo esta heterossexual entre homem e mulher cisgêneros. Além disso, reconhecemos que o poder algorítmico das plataformas digitais insufla o alcance de tais discursos, projetando-se como válidos e aceitáveis para quem segue os preceitos do cristianismo, bem como ganham o estatuto de credibilidade pelos públicos a partir das concordâncias com as influenciadoras digitais. Nessas mediações, os discursos, com tom pedagógico de ensino sobre relacionamentos, nos evidenciam práticas que reforçam lógicas patriarcais que predominam na cultura ocidental.

Nesse sentido, na era digital, as Igrejas deixam de ter controle integral sobre o sagrado, e os influenciadores passam a ocupar um lugar de mediação das mensagens religiosas, sendo eles importantes atores que “moldam a mentalidade e a fé cristã de seus milhares ou milhões de seguidores. Seus perfis públicos muitas vezes constroem uma imagem de Igreja com traços predominantemente masculinos, clericais e brancos, não expressando a diversidade do povo de Deus” (Medeiros et al., 2022, p. 15).

CONCLUSÕES

Por meio da perspectiva culturalista das mediações de Barbero, percebemos que as influenciadoras digitais cristãs assumem papel de interpretação e ressignificação dos

conteúdos bíblicos. Essas mulheres ganham capital simbólico e crédito com a audiência de seus perfis nas plataformas digitais, carregam a possibilidade e a responsabilidade de contribuir para a formulação de significados coletivos sobre as práticas cotidianas e culturais dos seguidores.

Neste trabalho, evidenciamos que as *trends* e os conteúdos virais produzidos por esses atores têm revelado a prática de pedagogia de gênero — um padrão que, segundo Procópio e Vieira Filho (2024), é empregado em programas televisivos como *Escola do Amor*, e, como expande Teixeira (2014), tem ocupado o mundo digital a partir de desafios promovidos na rede, a exemplo dos programas de *Godllywood*, propostos pela Igreja Universal do Reino de Deus.

A presença cristã nas redes, em si, é crucial para a manutenção de uma Internet aberta, acessível e plural, princípios direcionadores da governança digital. No entanto, quando o discurso religioso é utilizado para divulgar padrões e expectativas de gênero, o perfil destas influenciadoras se transforma em um mecanismo de manutenção da desigualdade entre homens e mulheres no país. Para Louro (2017, p. 67), “as violências do cotidiano, por vezes miúdas e consentidas, se diluem, se disfarçam e se propagam exponencialmente”. Portanto, para proteger as mulheres e a diversidade sexual, é urgente que os ensinamentos da Igreja — parte fundamental e construtiva do Brasil — sejam interpretados sob a luz da diversidade dos fiéis e do reconhecimento das diferenças de gênero, raça e classe.

REFERÊNCIAS

BÍBLIA. **Sagrada Bíblia Católica**: Antigo e Novo Testamento. Tradução: José Simão. São Paulo: Sociedade Bíblica de Aparecida, 2008.

BOURDIEU, P. 1. Le capital social. Notes provisoires. In: **Le capital social**. La Découverte, 2006. p. 29-34.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

DEPUTADOS, Câmara dos. **Especial Religiosidade 1** – O cristianismo domina as crenças no Brasil (06'07''). Brasília, 2007. 28 de maio de 2007. Disponível em: <http://bit.ly/4bNT0jd>. Acesso em: 6 mar. 2025.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. 15. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2023.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Petrópolis, Vozes, 2006.

LIMA, R. L. **O imaginário judaico-cristão e a submissão das mulheres**. 2010. Disponível em: https://www.fg2010.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1277853385_ARQUIVO_comunicoraltrabcompletoGenero.pdf. Acesso em: 10 mar. 2025.

LOURO, G. L. **Flor de açafrão: takes, cuts, close-ups**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

LOURO, G. L. **Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer**. 1. ed. São Paulo: Autêntica, 2018.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, [S. l.], v. 17, n. 12, p. 46-61, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi-2/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb9/Influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf. Acesso em: 10 mar. 2025.

MARTÍN-BARBERO, J.; BARCELOS, C. Comunicação e mediações culturais. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 151-163, 2000. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/2010/1788>. Acesso em: 10 mar. 2025.

MEDEIROS, F. F. et al. Influenciadores digitais da fé: celebridades ou evangelizadores?. **RuMoRes**, [S. l.], v. 16, n. 31, p. 230-252, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/200401/184594>. Acesso em: 10 mar. 2025.

PROCÓPIO, M. R.; VIEIRA FILHO, M. J. Entre moralidade e proibição: pedagogização e imaginários sociodiscursivos sobre sexo na Escola do Amor. **E-Compós**, [S. l.], v. 27, p. 1–21, 2024. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2986>. Acesso em: 10 mar. 2025.

RIGONI, A. C. C.; PRODÓCIMO, E. Corpo e religião: marcas da educação evangélica no corpo feminino. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, [S. l.], v. 35, p. 227-243, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbce/a/4VtG8cBPh4xLxtrsbnyZjmG/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

SANTOS, J. E. G. dos et al. HIERARQUIAS DE GÊNERO, CRISTIANISMO E A EDUCAÇÃO ESCOLAR: pensando o contexto caboverdiano. **Olhares: Revista do Departamento de Educação da Unifesp, São Paulo**, v. 12, n. 1, 2024. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/olhares/article/view/16609/13280>. Acesso em: 10 mar. 2025.

TEIXEIRA, J. M. Mídia e performances de gênero na Igreja Universal: o desafio Godllywood. **Religião & Sociedade**, [S. l.], v. 34, p. 232-256, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rs/a/rgGNpqDRDwt6FCZcK6ds9Yp/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 mar. 2025.

WEEKS, J. O Corpo e a Sexualidade. In: LOURO, G. L. (Org.). **O Corpo Educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000, p. 35-83.

WINQUES, K. **Mediações algorítmicas: Articulação entre as dimensões simbólicas e materiais das tecnologias digitais**. Porto Alegre: Editora Insular, 2024.