

## Mediação digital, consumo e pedagogias de gênero no campo evangélico brasileiro

*Digital mediation, consumption and gender pedagogies in Brazilian evangelicalism*

Magnólia Oliveira de Almeida Santos<sup>1</sup>

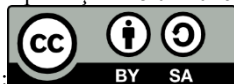
PPGAS/MN UFRJ, Brasil

ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0001-7981-0887>

E-mail: [magnolia.almeida@outlook.com](mailto:magnolia.almeida@outlook.com)

Recepção: 14.04.2026

Aprovação: 28.04.2026



**Resumo:** Este artigo investiga as interseções entre mediação religiosa digital, mercantilização da fé e produção de pedagogias de gênero no evangelicalismo brasileiro. A partir de uma etnografia multissituada, analiso iniciativas interligadas que exemplificam esses processos: mentorias de relacionamento voltadas para mulheres evangélicas; a circulação de bens e experiências devocionais; e programas que promovem uma “sexualidade matrimonial cristã” centrada no resgate da masculinidade. Argumento que tais iniciativas compõem um ecossistema midiático-religioso estruturado por uma economia moral que conjuga linguagem de mercado e doutrina, no qual normas de gênero são constantemente negociadas, atualizadas e performadas. Emergem, assim, duas economias simbólicas predominantes: uma economia afetiva feminina, que combina espera espiritualizada, consumo devocional e uma agência regulada; e um projeto de masculinidade restaurada, que codifica o prazer sexual como responsabilidade e fundamento de autoridade espiritual. Os resultados indicam que a fé é traduzida em produtos, experiências, métodos e subjetividades generificadas, rearticulando, sem romper, hierarquias de gênero por meio de práticas digitais que articulam moralidade, consumo e formação religiosa.

**Palavras-chave:** Midiatização; Gênero; Moralidade; Mercado Religioso; Sexualidade.

---

<sup>1</sup> Mestre e doutoranda em Antropologia Social pelo PPGAS/Museu Nacional/UFRJ, onde integra o Ludens – Laboratório do Lúdico e do Sagrado. Desenvolve pesquisa sobre as transformações da experiência religiosa brasileira, examinando as tensões entre agência, afetos e normativas de gênero entre evangélicos.

**Abstract:** This article investigates the intersections between digital religious mediation, the commodification of faith, and the production of gender pedagogies in Brazilian evangelicalism. Drawing on a multi-sited ethnography, I analyze interconnected initiatives that exemplify these processes: relationship mentoring programs aimed at evangelical women; the circulation of devotional goods and experiences; and programs promoting a “Christian marital sexuality” centered on the restoration of masculinity. I argue that such initiatives constitute a media-religious ecosystem structured by a moral economy that fuses market language with doctrine, within which gender norms are constantly negotiated, updated, and performed. Two predominant symbolic economies thus emerge: a feminine affective economy, which combines spiritualized waiting, devotional consumption, and regulated agency; and a project of restored masculinity, which codes sexual pleasure as both a responsibility and a foundation of spiritual authority. The findings indicate that faith is translated into gendered products, experiences, methods, and subjectivities, thereby rearticulating—without dismantling—gender hierarchies through digital practices that intertwine morality, consumption, and religious formation.

**Keywords:** Mediatization, Gender, Morality, Religious Market, Sexuality.

## INTRODUÇÃO

O evangelicalismo brasileiro do século XXI, internamente diverso, tornou-se profundamente imbricado às materialidades digitais. Para além de serem meras ferramentas de divulgação, as plataformas online converteram-se em territórios primários para a experiência, a sociabilidade e o comércio do sagrado, redefinindo os contornos da própria mediação religiosa. A religião se constitui como mediação, um processo que envolve a produção de presença por meio de dispositivos materiais e sensoriais (Meyer, 2019). No contexto digital, essa mediação não se limita à transmissão de conteúdos, mas engendra formas específicas de presença, afeto e corporalidade que remodelam as práticas e até a teologia (Reinhardt, 2024). Este artigo parte do pressuposto de que a mediação religiosa digital constitui uma força mobilizadora importante, capaz de articular novas formas de comunidade, autoridade e pedagogia (Mochel, 2023).

Em observações recentes, acompanhei a divulgação digital da inauguração de uma igreja recém-instalada na Baixada Fluminense, em Nova Iguaçu, vinculada a uma liderança religiosa de alcance transnacional, com filiais administradas fora do país, especialmente nos Estados Unidos. Antes mesmo da abertura da sede, os responsáveis locais, um casal de pastores, mobilizaram vídeos promocionais gravados em espaços de consumo urbano, como shoppings da cidade, produzindo expectativa em torno do novo templo, cujo endereço exato permanecia em suspense. Meses após a inauguração, a mesma igreja divulgou seu primeiro evento voltado exclusivamente ao público feminino. A realização foi posteriormente associada à parceria com marcas e prestadores de serviço, apresentados

como apoiadores do encontro, em uma dinâmica de permuta semelhante às práticas de publicidade digital de influenciadores. A mediação religiosa aparece, nesse contexto, articulada a circuitos de visibilidade, patrocínio e consumo, indicando como a organização eclesial incorpora estratégias típicas da economia de plataformas na constituição de suas ações pastorais.

Em outra postagem, o líder global da instituição parabeniza genericamente a abertura de uma “nova igreja”, sem menção a nomes ou localização, reforçando uma forma de autoridade descolada do território e centrada na marca religiosa, lógica de franquia. As imagens e narrativas mobilizadas privilegiam jovens, cenas de forte emoção e êxtase religioso, articulando pertencimento, promessa de sucesso e foco na experiência espiritual intensa. Tal configuração sugere a produção de um recorte implícito de classe e de uma estética aspiracional, na qual a religião se apresenta como evento, experiência e conquista, reiterando a reconfiguração do campo religioso contemporâneo sob lógicas de mercado, visibilidade e consumo.

A digitalização pós-pandemia deixou marcas indeléveis em todos os domínios da vida social, segundo Reinhardt (2024), que analisa o entrelaçamento entre o religioso, o tecnológico e o econômico no processo de digitalização da religião através da trajetória do *inChurch* antes um *app* de entregas, depois guia de negócios, plataforma de igreja, centro de treinamento e finalmente um ministério.

É neste solo midiático específico que florescem iniciativas como as analisadas aqui: de um lado, as mentorias de relacionamento para mulheres evangélicas, como o projeto “Direto pro Altar”<sup>2</sup>; de outro, os programas de “sexualidade matrimonial cristã” sob liderança masculina, como a “Escola Uma Só Carne”.

A literatura sobre gênero e evangelicalismo no Brasil (Mafra, 1998; Machado, 2005; Ecco, 2008; Mendes Carvalho, 2024) tem demonstrado como igrejas e lideranças atuam como instâncias produtoras de estilos generificados de ser. Contudo, a mediação digital introduz uma dinâmica nova, ela desloca e expande essa produção para além dos púlpitos, transformando influencers, coaches e coletivos online em autoridades pedagógicas com poder de convocação e constituição de novos agrupamentos. Essas “comunidades de fé online” nem sempre são reflexos de congregações pré-existentes, mas espaços relacionais próprios, onde

---

<sup>2</sup> Para este artigo, optou-se adotar pseudônimos especificamente sobre a mentoria de casamentos, a escolha pela anonimização visa preservar interlocutoras privilegiando os dispositivos discursivos, estéticos e pedagógicos mobilizados na produção de uma pedagogia da espera - um conjunto de dispositivos que ensinam a mulher a esperar ‘corretamente’, convertendo a demora em exercício espiritual e projeto de consumo - e da curadoria afetiva feminina.

normas são negociadas e identidades são performadas através de *likes*, comentários e consumo compartilhado.

Para decifrar a agência que se exerce nesses espaços, dialogamos com as contribuições de Patrícia Birman (2015) e Alana Souza (2017), para quem as mulheres evangélicas desenvolvem uma agência situada, apropriando-se e ressignificando normas de gênero a partir de dentro do sistema religioso. Esta agência, no contexto digital, é muitas vezes canalizada e formatada pelo *coaching* cristão (Aguiar, 2022) como uma instância decisiva de mediação que traduz anseios espirituais em metodologias e produtos de consumo. Tal processo é sintomático da mercantilização<sup>3</sup> da experiência religiosa (Comaroff & Comaroff, 2000), no qual circuitos de fé e de mercado se fundem, transformando projetos de vida em empreendimentos pessoais geridos pelo indivíduo.

É precisamente a mediação digital que viabiliza e intensifica esse processo, criando o ecossistema midiático-religioso onde as iniciativas aqui estudadas coexistem e se alimentam. Argumento que “Direto para o Altar” e “Escola Uma Só Carne” representam duas pedagogias de gênero complementares, geradas por e para este ecossistema, em resposta a uma percepção difusa de crise nos modelos tradicionais de família. A primeira opera através de uma mediação da espera, oferecendo às mulheres um protocolo digital de curadoria afetiva que espiritualiza a demora e a transforma em um projeto de investimento em si mesma, uma agência regulada pela espera. A segunda atua por meio de uma mediação da gestão conjugal, propondo aos homens a restauração de uma autoridade em crise via domínio técnico-espiritual da sexualidade, uma agência afirmada pelo controle.

Este artigo privilegia as pedagogias de gênero como eixo analítico central, tomando a mediação digital e a mercantilização como condições de possibilidade dessas formas de regulação da vida íntima. Assim, parte da questão: De que maneira processos contemporâneos de mediatização e mercantilização da fé, viabilizados pela mediação religiosa digital, têm reconfigurado o campo religioso evangélico brasileiro, produzindo novas formas de autoridade, pertencimento e regulação moral, especialmente no que se refere às pedagogias de gênero e à organização da vida afetiva e conjugal? Argumenta-se que iniciativas religiosas digitais, como mentorias voltadas à curadoria afetiva feminina e programas dedicados à restauração da autoridade conjugal masculina, atuam como ofertas religiosas inseridas em um mercado moral competitivo, no qual bens simbólicos, experiências devo-

---

<sup>3</sup> Entendido também como processo histórico pelo qual o pensamento econômico permeia esferas tradicionalmente consideradas não-econômicas, incluindo a religião (Moberg & Martikainen, 2018).

cionais e performances midiáticas são mobilizados para gerir ansiedades relacionais e afetivas.

O objetivo do artigo é analisar como a mediação religiosa digital engendra e regula essas pedagogias generificadas distintas - uma orientada à espera espiritualizada e ao autogerenciamento feminino, outra à gestão conjugal e à masculinidade restaurada - demonstrando seu papel constitutivo tanto na formação de subjetividades e comunidades religiosas quanto na reprodução e atualização das hierarquias de gênero no evangelicalismo brasileiro atual.

### CAMINHOS METODOLÓGICOS

A metodologia articula a observação participante e a etnografia digital, conduzida a partir da compreensão de que os ambientes digitais constituem espaços sociais dotados de dinâmicas próprias de interação e produção de sentido. O desenho metodológico insere-se no escopo da etnografia multissituada (Marcus, 1995), acompanhando a circulação de sujeitos, discursos, estéticas e práticas pedagógicas em ambientes digitais e presenciais, com foco na intersecção entre religião, gênero e mercado no contexto evangélico brasileiro.

A investigação estruturou-se a partir de dois polos analíticos principais, selecionados por sua representatividade no cenário das pedagogias cristãs: mentoria “Direto para o Altar”, voltada a mulheres evangélicas - solteiras, viúvas ou divorciadas - liderada por uma mentora evangélica, onde o levantamento compreendeu a observação de conteúdos públicos no Instagram e YouTube, além da análise de materiais pedagógicos associados, incluindo o livro da mentora, cursos e palestras pagas; “Escola Uma Só Carne”, programa de formação conjugal e sexualidade matrimonial cristã liderado pelo pastor Anderson Silva, cujo caso foi incorporado à pesquisa a partir do acompanhamento de sua campanha de lançamento nas redes sociais concentrada em período específico, caracterizada por um intenso engajamento e controvérsia pública, e onde o procedimento incluiu a observação do perfil oficial no Instagram, o acompanhamento de live de lançamento e a análise de interações em grupos de Telegram e WhatsApp vinculados à iniciativa.

O material empírico, composto por imagens, postagens, comentários e narrativas testemunhais, foi submetido à análise atenta às formulações linguísticas, aos regimes de enunciação e aos efeitos de sentido, à eficácia dos discursos (Bourdieu, 2008) produzidos pelos interlocutores. Esse procedimento permitiu identificar as categorias nativas, os dispositivos pedagógicos e os regimes de visibilidade mobilizados para a mediação da fé e a regulação das condutas de gê-

nero. No caso ‘Direto para o Altar’, houve imersão longitudinal ao longo de quase três anos. Já no caso ‘Escola Uma Só Carne’, a análise concentrou-se na sua repercussão pública, tratada como episódio revelador das dinâmicas de midiatisação pastoral.

A seleção dos casos não pretende representar o universo evangélico brasileiro, mas privilegiar iniciativas com alta capacidade de circulação digital e densidade pedagógica, entendidas como particularmente indicadoras das transformações em curso. Os dois casos são mobilizados como recortes analíticos distintos: um permite observar processos de subjetivação ao longo do tempo; o outro, a intensificação pública de controvérsias em ambientes digitais.

### A MENTORIA “DIRETO PARA O ALTAR”: LINGUAGEM E SUBJETIVAÇÃO FEMININA

A mentoria “Direto para o Altar”, voltada a mulheres evangélicas solteiras, viúvas ou divorciadas, ganhou certa visibilidade no ano de 2023 após realizar um curso de imersão em um hotel de alto padrão na capital do estado do Rio de Janeiro. Mulheres mobilizaram recursos financeiros e tempo para participar de uma formação que sugere ser um treinamento para a curadoria de relacionamentos.

A proposta pedagógica inclui palestras presenciais, lives, cursos em plataformas digitais e um livro orientador, configurando um circuito formativo contínuo. A iniciativa, que começou online durante a pandemia de COVID-19, expandiu-se para encontros presenciais sazonais e imersões anuais.

O livro, que compõe a proposta, funciona como um roteiro confessional e prescritivo para mulheres cristãs que buscam um casamento bem-sucedido, seguindo parâmetros heteronormativos, monogâmicos e evangélicos. A obra combina testemunho pessoal da mentora, aconselhamento espiritual e conselhos práticos, permeados pela crença na revelação divina nos relacionamentos, desde que pautados por disciplina e vigilância moral. A autora se posiciona como uma “mentora”, que, após más escolhas devido ao seu “dedo podre”, orienta outras mulheres a evitar equívocos, transformando o sofrimento passado em autoridade moral e o fracasso amoroso em material pedagógico.

No universo discursivo da mentoria, um léxico específico é empregado para nomear, classificar e hierarquizar experiências afetivas e espirituais. Palavras como “destravar”, “alinhar” e “posicionar” funcionam como comandos espirituais e emocionais, sugerindo que o corpo e a mente da mulher devem ser dispostos corretamente para receber o “homem de Deus”: *“Não é a força do seu*

*braço, não é o teu esforço humano, mas o seu posicionamento que vai atrair a benção*”, é uma das falas que integram o repertório da mentora. Esse vocabulário reforça uma pedagogia de contenção e vigilância, onde a linguagem e a moralidade religiosa são performativas.

A página inicial do site “Direto para o Altar” é construída como um portal de acolhimento e transformação para mulheres, centrado no desejo do casamento. O cor-de-rosa, em variadas tonalidades, define o layout e a identidade da marca igualmente reproduzida no perfil do Instagram.

Na sequência, a navegação apresenta o coração da oferta, que são os programas *Direto para o altar*, estruturados em três formatos principais para atender a diferentes necessidades e profundidades de comprometimento. O primeiro é o curso online completo, descrito como o primeiro passo rumo ao altar, uma base fundamental para quem está iniciando essa caminhada de autoconhecimento e preparação. Para quem busca um acompanhamento mais personalizado, são apresentadas as mentorias individuais, um atendimento exclusivo com a mentora, que, no entanto, exige como pré-requisito a realização do curso básico, garantindo uma base de conhecimento alinhada. Por fim, a opção mais abrangente combina o curso com as mentorias, formando o que o site define como o programa mais completo para mulheres solteiras que desejam se preparar integralmente para o casamento.

O site então se aprofunda em duas frentes de mentoria individual, demonstrando a abrangência do trabalho: uma é dedicada às solteiras, com o objetivo de tratar problemas específicos que atrapalham a caminhada até o altar, e a outra é voltada para as mulheres que já são casadas, oferecendo acompanhamento para tratar questões específicas que possam estar prejudicando a relação conjugal, mostrando um cuidado que vai além da conquista do matrimônio. Embora o site mencione acompanhamento para mulheres casadas, essa modalidade não aparece nas atividades efetivamente observadas - como encontros, palestras e lives - permanecendo apenas como promessa discursiva da plataforma.

A credibilidade e a eficácia dos métodos são construídas através de uma extensa seção de depoimentos de alunas, cujas histórias de superação e sucesso ocupam um espaço central na página:

Minha carreira profissional nunca foi problema, já os assuntos sentimentais sempre foram um desequilíbrio. Vivi poucos relacionamentos, mas boa parte deles abusivos e até agressivos. Aos 26 anos casei em uma cerimônia de luxo e 20 dias depois já estava assinando o divórcio. Em 2021, fiz o curso Direto para o altar e as mentorias individuais e três meses depois, conheci meu amor. Casamos num paraíso e já temos nossa primeira filhinha.

Relatos como esse costumam vir acompanhados da imagem da nova família formada. Fotografias do casal e registros do casamento compõem um mosaico visual de “vidas transformadas”, cuja função é oferecer uma narrativa exemplar de êxito afetivo e espiritual.

A mentora também promove palestras e pequenos encontros presenciais nos quais narra sua própria trajetória. Esses eventos, mais breves e acessíveis do que os cursos e as mentorias completas, funcionam como espaços de divulgação dos programas de acompanhamento.

Há, nesses encontros, um roteiro relativamente estável. A abertura ocorre com um momento de louvor, seguido pela apresentação das participantes e da própria mentora. Em seguida, ela realiza uma exposição sobre casamento, frequentemente recorrendo a dados estatísticos acerca do número de divórcios no Brasil, com destaque para o crescimento das separações também entre evangélicos. A partir desse diagnóstico, introduz orientações sobre a escolha do parceiro e sobre o estabelecimento de “padrões inegociáveis”, entre eles, de que o futuro cônjuge seja evangélico e capaz de assumir o papel de provedor. A circulação dessas categorias torna-se particularmente visível nas falas das participantes, que frequentemente reinterpretam suas experiências amorosas à luz do repertório oferecido pela mentoria.

Em uma palestra presencial, uma participante retomou espontaneamente, num momento de pausa para o café, alguns dos princípios defendidos pela mentora ao narrar sua própria trajetória. Ela era uma mulher negra, aparentemente na faixa dos 40 anos, concursada, possuía imóvel próprio e automóvel. Contudo, o que ao mesmo tempo lhe conferia algum prestígio ou distinção, o fato de não ser uma mulher casada salientava que algo era incompleto no seu projeto de vida, “Só te falta uma coisa: um varão”, diziam a ela. Disse ainda que comprara o curso online e o assistia fracionado, partilhou o último relacionamento. Ela evangélica, ele não. Saíram algumas vezes e ele queria aprofundar a intimidade, ela recusou.

Já tem mais um ano... eu estava num namorico, saímos para jantar algumas vezes. Ele era educado, mas muito cuca fresca, sabe como? Não era crente. Começou a insistir para eu ir a casa dele. Eu não fui, não! Ele dizia que eu era sistemática, essas coisas. Mas, o que sou é compromissada, sou obreira na minha igreja. A mentora tem razão, definir padrões inegociáveis é fundamental. Não tem como dar certo se a pessoa não tem os mesmos princípios, o mesmo posicionamento. E depois ele estava de viagem marcada pra fora [outro país], vai ficar dois anos e me chamou para ir junto. Ele era legal, mas não queria nada a sério e eu não sou brincado. (Nota de campo)

O relato evidencia a incorporação de categorias como “valor próprio”, “padrões inegociáveis” e “espera” como instrumentos de avaliação moral das re-



lações afetivas. Mais do que reproduzir as orientações recebidas, a participante mobiliza esse repertório para reinterpretar experiências anteriores e atribuir sentido à sua trajetória.

De volta ao evento, a narrativa autobiográfica ganha centralidade. A mentora toma sua própria história para enfatizar a importância desses critérios e descreve o percurso que antecedeu sua decisão de se casar, o período de oração e jejum, os sinais interpretados como direcionamento divino e as confirmações espirituais que teriam legitimado a escolha. Como parte dessa narrativa, são exibidos registros visuais do casamento, incluindo um ensaio fotográfico e trechos da cerimônia.

O encerramento do evento costuma incluir vídeos com depoimentos de ex-alunas que se casaram após participar das mentorias. Em um desses registros, uma noiva, já vestida para a cerimônia, relata brevemente que em poucos instantes realizará o “sonho do casamento”, atribuindo à orientação da mentora um papel decisivo no desfecho bem-sucedido de sua trajetória.

A mentoria articula técnicas de desenvolvimento pessoal, reforço identitário e autodisciplina, combinando discurso religioso com a gramática empresarial do *coaching*. Nesse arranjo, a formação conjugal é apresentada como processo de aperfeiçoamento espiritual e emocional, no qual práticas devocionais, técnicas de autogestão e consumo formativo convergem na produção de uma economia afetiva feminina orientada ao casamento – um regime capital de circulação de afetos (Ahmed, 2014).

A promessa do “casamento certo” difundida em mentorias cristãs como esta voltadas para mulheres se ancora na espiritualização da espera como prática de purificação afetiva e prova de fé. Frases como “*Deus não demora, Ele capricha*” exemplificam um tipo de racionalidade religiosa que desloca o adiamento do desejo conjugal do campo da frustração para o da formação espiritual. Assim, a espiritualização da espera funciona como uma tecnologia de poder, a demora ressignificada como purificação e prova de fé, transforma a frustração em um rito de passagem espiritual. Ao mesmo tempo, essa espera é mobilizada como vetor de consumo, um ecossistema de mentorias, livros, cursos e workshops imersivos oferece ferramentas para preparar a mulher para a bênção esperada, articulando um repertório híbrido entre jargões terapêuticos de regulação emocional do *coaching* cristão (Aguiar, 2022) – “*Seja uma solteira feliz!*” – e a teologia da prosperidade afetiva, ou seja, a extensão da lógica da prosperidade para a esfera do relacionamento, onde o “posicionamento” espiritual garantiria o casamento como

recompensa - “*Deus capricha*”. A hibridização de linguagens revela como o mercado cristão incorpora repertórios seculares para vender soluções religiosas.

Se na mentoria feminina a tônica é a preparação subjetiva e a espera regulada, no polo masculino a pedagogia desloca-se para a gestão ativa da autoridade e da sexualidade, como se observa no caso a seguir.

#### A “ESCOLA UMA SÓ CARNE”: MASCULINIDADE, SEXUALIDADE E CONTROVÉRSIA DIGITAL

Diferentemente do caso anterior, que se baseia em acompanhamento prolongado, a análise da ‘Escola Uma Só Carne’ tem caráter episódico, centra-se na live de lançamento e na controvérsia gerada, tomando esse evento como lente para observar processos mais amplos de midiatização, performance de autoridade e reconfiguração da masculinidade evangélica. O pastor Anderson Silva, líder da “Igreja em Movimento” Brasília e da Machonaria<sup>4</sup>, consolidou sua visibilidade pública através da circulação de pregações, eventos e cursos digitais focados na “masculinidade cristã” e no “resgate da masculinidade patriarcal”. Sua imagem pública combina linguagem pastoral, retórica de confronto cultural e uma estética associada à virilidade.

Em uma de suas pregações, Anderson Silva atribui os conflitos de gênero e o machismo a uma “desordem espiritual originária do pecado original”<sup>5</sup>, citando a “omissão” de Adão como causa de uma “inversão da ordem divinamente estabelecida”.

A “Escola Uma Só Carne” representa um novo estágio, direcionado a casais cristãos, com foco na intimidade conjugal. O projeto enfatiza a importância da sexualidade saudável no casamento cristão, destacando a falta de sexo como causa de divórcios e criticando a ausência de diálogo sobre sexualidade nas igrejas. A live de lançamento foi anunciada como “uma conversa que o púlpito nunca teve”.

A estética visual do perfil da Escola no Instagram alterna imagens do pastor ou do casal com frases de impacto, como: “Casamento sem sexo não é santidade, é desconexão disfarçada de espiritualidade”.

Um vídeo de divulgação exibia uma mesa com objetos eróticos: pênis de silicone, vibradores, algemas, um manequim com trajes rendados e óleo de mas-

---

<sup>4</sup> Um *hub* das iniciativas coordenadas por Anderson Silva, do qual a Machonaria é a principal, descrita como “Uma Confraria Nacional de Homens que tem desenvolvido um trabalho mundial de transformação”.

<sup>5</sup> Esta fala consta no conteúdo “A omissão dos homens e o feminismo” disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=nrz8-017t\\_](https://www.youtube.com/watch?v=nrz8-017t_)

sagem. Essa exposição gerou mais de 3 mil comentários em um perfil de entretenimento evangélico<sup>6</sup>, dividindo opiniões. Um dos comentários em destaque dizia: *“Usaram as cores certas, as luzes certas. Achei até que era reunião no inferno. Dá pra sentir o peso daqui. Mas... É gospel.”* O tom da crítica evidencia a tensão entre forma e conteúdo, sugerindo que os elementos visuais e performáticos comprometeriam a legitimidade espiritual da proposta. Outra pessoa comentou: *“Sempre se superando nas polêmicas, ano após ano”*. No perfil da iniciativa, Anderson Silva respondeu diretamente a algumas mensagens:

E você se rastejando em torno delas ano após ano! Viva a sua vida! Já estou bem casado! Não conseguirei resolver a frustração da mãe amargurada de 3! Estou cuidando do meu jardim! Sinto muito por te fazerem um terreno baldio! Deus te capacite e te abençoe! (Nota de campo: registro de interação em perfil no Instagram em abril de 2025)

O embate segue em tom áspero, ilustrando como a figura do pastor torna-se alvo de projeções morais conflitantes, em um campo discursivo que combina julgamento e disputa de autoridade espiritual.

A metáfora do “jardim”, usada por ele em referência ao trecho de *Cânticos dos Cânticos* 4.12–15 (“jardim fechado és tu, minha irmã, noiva minha”), aparece como autoafirmação, ele cuida de seu espaço, de sua casa, de sua mulher. Mas essa apropriação remete a um uso corrente e seletivo do erotismo bíblico como linguagem de autoridade masculina.

O pastor dedica parte da abertura da live<sup>7</sup> para justificar, explicar que os objetos teriam o propósito de ensinar sobre *“o que pode ou não pode”* na sexualidade cristã: *“a gente passou uma vergonha danada indo a um sex shop para ensinar a vocês, correndo risco de ser cancelados”* e *“Pra que vibrador? Seu marido não tem genitália?”*.

Keila Silva, esposa do pastor, mencionou a recorrência de dúvidas sobre sexualidade entre casais e a superficialidade com que o tema é tratado nos ministérios familiares das igrejas. A live alternava respostas diretas a perguntas sobre práticas sexuais *“pode ejaculação no rosto?”*, *“pode ménage à trois?”* com comentários áperos *“tem muito crente abestalhado porque as igrejas não ensinam sobre sexo”*; *“As organizações femininas só se reúnem para se vestir de cor de rosa e tomar chá”*.

---

<sup>6</sup> Trata-se do perfil Assembleianos de Valor no Instagram, que realiza publicações sobre o mundo evangélico.

<sup>7</sup> Live de lançamento “Sexo, Fé, Matrimônio e Orgasmo: o evangelho que esqueceram de pregar”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=grwF5XkuPH0&t=1s>

Keila incentivava o diálogo sobre prazer e comunicação, mas suas falas eram frequentemente interrompidas ou complementadas por Anderson, que assumia o tom pedagógico e prescritivo.

A “Escola Uma Só Carne”, aparentemente, mobiliza como premissa o combate à pornografia, que seria um pilar da “restauração do homem” e da “santificação do casamento”. A pornografia é figurada como “inimigo espiritual e desagregador moral”, ameaçando a integridade individual e o pacto conjugal, e convocando os homens à vigilância sobre seus desejos. Em encontros evangélicos masculinos, práticas de confissão pública ou testemunhos são comuns (Mendes Carvalho, 2024).

A apresentação de adereços eróticos, envolta em retórica bíblica, tensiona as fronteiras entre o profano e o sagrado. Esses objetos funcionam como gatilhos, ativando a vigilância moral e reforçando a posição de Anderson como guia legítimo. A controvérsia gerada pela postagem não só ampliou o alcance do conteúdo, também funcionou como estratégia de diferenciação simbólica, permitindo observar como o tensionamento de limites é mobilizado como recurso pedagógico, performático e mercadológico.

A centralidade do pastor Anderson Silva reflete o arquétipo do “homem de Deus” enquanto guia da intimidade conjugal, legitimando o prazer sexual apenas no casamento. A presença de Keila Silva reafirma a complementaridade de gêneros, mas a autoridade discursiva permanece majoritariamente masculina. Essa estrutura evidencia a verticalização do cuidado conjugal, onde o pastor-homem normatiza a sexualidade dos fiéis.

## PEDAGOGIAS DE GÊNERO, SUBJETIVAÇÃO E O ECOSISTEMA MIDIÁTICO-RELIGIOSO

Os achados revelam a emergência de pedagogias de gênero no evangelicalismo articuladas em um ecossistema midiático-religioso que entrelaça espiritualidade, mercado e a produção de subjetividades. A análise conjunta da mentoria “Direto para o Altar” e da “Escola Uma Só Carne” demonstra como a gestão da vida íntima se torna um campo privilegiado para a atualização de hierarquias de gênero e a mercantilização da fé. A estrutura modular dos cursos e os valores cobrados pelas mentorias, que podem chegar a alguns milhares de reais<sup>8</sup>, indicam

---

<sup>8</sup> A mentoria feminina voltada à preparação para o casamento, realizada em uma capital do Sudeste, possuía taxa de inscrição em torno de R\$ 3.000. Já o curso de sexualidade matrimonial cristã, divulgado como parte do projeto “Escola Uma Só Carne”, foi apresentado como uma formação estruturada em 16 módulos, disponibilizados em plataforma digital, com valor promocional de aproximadamente R\$ 700, segundo o material de divulgação.

que a gestão da vida afetiva e conjugal é progressivamente formatada como um campo de consumo religioso especializado.

O ideal do “casamento certo” para mulheres evangélicas transcende a busca por afeto ou segurança; ele se configura como um projeto de subjetivação generificada. Conforme Ebert (1988), o amor romântico pode atuar como um dispositivo de subjetivação, ensinando às mulheres o que e como desejar, e a dominação patriarcal se sustenta pela produção de subjetividades que internalizam a submissão como forma de realização. No âmbito evangélico, o casamento e o “homem de Deus” são apresentados como recompensas espirituais, funcionando como mecanismos ideológicos que moldam afetos e práticas, transformando a desigualdade em uma narrativa de sentido.

A mentoria “Direto para o Altar” ilustra essa pedagogia afetiva e religiosa. O léxico empregado - destravar, alinhar, posicionar - não são metáforas, mas códigos que prescrevem uma estética da paciência, uma ética da espera e uma política da seletividade afetiva. Este vocabulário opera como a linguagem pública de uma economia moral específica, nos termos de Thompson (1971), onde normas não-escritas e expectativas sociais definem comportamentos legítimos. A “mulher virtuosa” torna-se um ideal que convoca as fiéis a um desempenho constante da feminilidade cristã, roteirizando a agência feminina de modo a reafirmar o ideal normativo que a antecede (Souza, 2017). A subjetividade é, assim, culturalmente produzida, e a escolha livre é exercida por uma subjetividade já capturada pelos valores dominantes.

Em contrapartida, a “Escola Uma Só Carne” e a performance pastoral de Anderson Silva revelam a reconfiguração da masculinidade evangélica. A atribuição dos conflitos de gênero a uma “desordem espiritual originária do pecado original” serve para reafirmar uma ordem divinamente estabelecida e a autoridade masculina. A mediação pastoral, com sua linguagem direta sobre prazer e desejo, reinscreve o erotismo no interior da normatividade cristã, utilizando a sexualidade como linguagem para uma teologia política do casamento. Conforme Foucault (1999), a sexualidade é um território onde se disputam relações de poder e a pedagogia de Anderson Silva é uma prova eloquente disso. A exposição de adereços eróticos e a eficácia simbólica desse gesto transgressor evidencia a pertinência da noção de linguagem autorizada de Bourdieu (2008) - a autoridade do pastor não decorre apenas do discurso, mas das condições sociais que o legitimam a falar em nome de Deus.

No combate à pornografia como pilar restaurador masculino, a pornografia é menos uma prática privada e mais um fator destabilizador da ordem pretendida, mobilizando um dispositivo que denuncia o desvio e interroga o sujeito,

buscando extrair verdades íntimas (Mendes Carvalho, 2024). A esfera erótica, ambivalente nas religiões éticas (Weber, 1982), é reelaborada sob formas legitimadas de conduta, reinscrevendo o erotismo no discurso de fé, mas ritualizando-o por meio de uma performance que delimita uma zona de interdição.

Apesar das hierarquias evidentes, a “submissão” feminina não se manifesta de forma passiva. A agência das mulheres nas comunidades religiosas, como sugere Birman (2015), ocorre por meio da manipulação sutil das normas, uma negociação constante entre obediência e autonomia. As mulheres, ao ocupar posições centrais nas práticas religiosas (Mafra, 1998) e nos circuitos de transmissão moral, negociam, adaptam e reconfiguram os limites do que é esperado delas. Contudo, a assimetria de gênero permanece presente nas prescrições de feminilidade e sexualidade. A performance da virtude ecoa os processos de subjetivação, onde estruturas hierárquicas se naturalizam nas práticas interpretativas da fé (Fiorenza, 2005), ocultando a desigualdade sob a estética do cuidado e do merecimento.

O ecossistema midiático-religioso, portanto, não é apenas um palco para a reprodução de normas, mas um espaço dinâmico de negociação e reconfiguração. A midiatização emerge como elemento estruturante, onde redes sociais, lives e testemunhos funcionam como dispositivos de legitimação e expansão do alcance religioso. Mochel (2023), a partir de pesquisa em grupos de oração de mulheres evangélicas no WhatsApp, demonstra como as mediações digitais reconfiguram as sensorialidades do pertencimento religioso, no áudio como canal de “intimidade com Deus”. A mercantilização da fé, por sua vez, não é externa à religião, mas constitutiva de suas formas contemporâneas de organização, convertendo ansiedades afetivas e conjugais em ofertas religiosas e produtos pedagógicos. Essa convergência entre midiatização, mercantilização e pedagogias genericadas da vida íntima reorganiza regimes de autoridade, expectativas afetivas e políticas de gênero no evangelicalismo, apontando para formas de governo da vida conjugal nas quais fé, consumo e mediação digital se tornam dimensões indissociáveis.

Convém notar que essas mediações não ocorrem sem fricções. A assimetria entre os polos, contenção feminina versus provocação masculina, revela que o ecossistema midiático-religioso não é homogêneo, mas hierarquizado. A mulher é convocada ao autogerenciamento silencioso; o homem, à performance pública da autoridade. Ambas são pedagogias de gênero, mas atuam com regimes de visibilidade distintos, sugerindo que a midiatização não nivelou, mas reafirmou as diferentes formas de governo da vida íntima.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida neste artigo evidenciou como mentorias cristãs e projetos de formação conjugal articulam espiritualidade, gênero e mercado na produção de pedagogias afetivas mediadas por ambientes digitais. Tanto as iniciativas voltadas a mulheres quanto a atuação do Pastor Anderson Silva no campo da sexualidade conjugal indicam a emergência de um ecossistema religioso no qual aconselhamento espiritual, formação moral e oferta de produtos e serviços se entrelaçam.

Mentorias, cursos, imersões e conteúdos digitais configuram um mercado religioso voltado à gestão da vida íntima, no qual sofrimento amoroso, crises conjugais e dúvidas sexuais são traduzidos em demandas por orientação espiritual especializada.

Como limite analítico, este estudo concentrou-se em iniciativas associadas a segmentos de classe média urbana, deixando em segundo plano pedagogias de gênero que circulam em contextos evangélicos populares e rurais. Investigações futuras poderão examinar de que maneira a mediação digital se configura nesses outros cenários sociais, possivelmente produzindo arranjos distintos entre autoridade religiosa, gênero e mercado.

O artigo contribui para a antropologia da religião ao evidenciar como a mediação digital não apenas amplia o alcance das práticas religiosas, mas reconfigura modos de produção de autoridade, gênero e subjetividade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Aguiar, T. de. (2022). A educação da espiritualidade: Coaching, cristianismo e regulação da imanência. *PLURA: Revista de Estudos de Religião*, 13(1), 131–154. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0011/plura.2022.2147>
- Ahmed, S. (2014). *The Cultural Politics of Emotion (2nd edition)*. Edinburgh University Press.
- Birman, P. (2015). O que produz a religião através das mulheres? E vice-versa? In F. Tavares & E. Giumbelli (Ed.), *Religiões e temas de pesquisa contemporâneos: Diálogos antropológicos* (pp. 325-342). ABA Publicações/EDUFBA.
- Bourdieu, P. (2008). *A economia das trocas simbólicas*. Edusp.
- Comaroff, J., & Comaroff, J. L. (2000). *Millennial capitalism and the culture of neoliberalism*. Duke University Press.
- Comunidade da Fé Church. (2019). *Anderson Silva - Masculinidade aos olhos de Deus*. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tOyXOx9F4Ug> acesso em 06 jan. 2026.
- Ebert, T. L. (1988). The romance of patriarchy: Ideology, subjectivity, and postmodern feminist

- cultural theory. *Cultural Critique*, (10), 19–57. <https://doi.org/10.2307/1354384>
- Ecco, C. (2008). A função da religião na construção social da masculinidade. *Revista da Abordagem Gestáltica*, 14(1), 93–97.
- Espiritualmente Podcast. (2023). *Masculinidade Bíblica com o Pastor Anderson Silva*. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TD5MoMdwyp0> acesso em: 18 de dez. 2025
- Fiorenza, E. S. (2005). *But She Said - feminist practices of biblical interpretation*. Beacon Press Books.
- Foucault, M. (1999). *História da sexualidade I: A vontade de saber*. Edições Graal.
- Machado, M. das D. C. (2005). Representações e relações de gênero nos grupos pentecostais. *Revista Estudos Feministas*, 13, 387–396. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/S0104-026X2005000200012>
- Mafra, C. (1998). Construção de gênero e estilo eclesial entre evangélicos. In P. Montero (Ed.), *Deus é brasileiro: Novo nascimento—Os evangélicos em casa, na igreja e na política* (pp. 224–250) Mauad/ISER.
- Marcus, G. E. (1995). Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95–117. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.24.100195.000523>
- Mendes Carvalho, J. V. (2024). Construção do masculino: Interseções entre religião e o direito de ser. *PLURA: Revista de Estudos de Religião*, 15(3), 54–75. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0011/plura.2024.203456>
- Meyer, B. (2019). Religião como mediação: como estudar a gênese da presença. In E. Giumbelli; J. Rickli & R. Toniol (Eds/), *Como as coisas importam: uma abordagem material da religião* (pp. 186 – 196). Editora da UFRGS.
- Moberg, M; Martikainen T. (2018) Religious change in market and consumer society: the current state of the field and new ways forward. *Religion*, London, v. 48(3), 1-18. DOI: 10.1080/0048721X.2018.1482616.
- Mochel, L. (2023) Ministérios no WhatsApp: gênero, sensorialidades e transformações ético-políticas no cotidiano de mulheres evangélicas. *Sexualidad, Salud y Sociedad - Revista Latinoamericana*, 2–24
- Reinhardt, B. (2024). Mídia, mercado e ministério: a trajetória recursiva de um aplicativo para igrejas. *Religião & Sociedade*, 43(1), 1–29
- Silva, A. (2023). *Fala macho!* [Site oficial]. <https://pastorandersonsilva.com.br/>
- Souza, A. S. L. (2017). O Godllywood e a "mulher virtuosa" na IURD. *Revista de Estudos e Investigações Antropológicas*, 4(2), 24–38.
- Thompson, E. P. (1971). The moral economy of the English crowd in the eighteenth century. *Past & Present*, 50(1), 76–136. <https://doi.org/10.1093/past/50.1.76>
- Weber, Max (1982). Rejeições Religiosas do Mundo e suas Direções. In H. Gerth (Ed.). *Ensaio de Sociologia* (pp 393-400). Editora: LTC.