

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-graduação em Comunicação Social

Rangel Marinho de Carvalho

A PLATAFORMIZAÇÃO DAS EXPERIÊNCIAS RELIGIOSAS: um
estudo sobre o aplicativo *Glorify*

Belo Horizonte
2024

Rangel Marinho de Carvalho

**A PLATAFORMIZAÇÃO DAS EXPERIÊNCIAS RELIGIOSAS: um
estudo sobre o aplicativo *Glorify***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PPGCOM PUC Minas) como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Midiática - Linha de Pesquisa Poder e Processos Sociotécnicos da Comunicação.

Orientadora: Prof^a Dr^a Verônica Soares da Costa

Belo Horizonte
2024

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

C331p Carvalho, Rangel Marinho de
A plataformização das experiências religiosas: um estudo sobre o aplicativo *Glorify* / Rangel Marinho de Carvalho. Belo Horizonte, 2024.
104 f. : il.

Orientadora: Verônica Soares da Costa

Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

1. Religião. 2. Comunicações digitais. 3. Mídia digital. 4. Aplicativos móveis. 5. Gamificação. 6. Bíblia - Meditações. 7. Devoções diárias. I. Costa, Verônica Soares da. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 301.175.1

Ficha catalográfica elaborada por Fabiana Marques de Souza e Silva - CRB 6/2086

Rangel Marinho de Carvalho

**A PLATAFORMIZAÇÃO DAS PRÁTICAS RELIGIOSAS: um estudo
sobre o aplicativo *Glorify***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PPGCOM PUC Minas) como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Midiática - Linha de Pesquisa Poder e Processos Sociotécnicos da Comunicação.

Orientadora: Prof^a Dr^a Verônica Soares da Costa

Prof^a Dr^a Verônica Soares da Costa (Orientadora)

Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito d'Andréa – UFMG

Prof. Dr. Vinícius Borges Gomes – PUC Minas

Belo Horizonte, 05 de setembro de 2024

*Dedico essa conquista a todos que vieram antes de mim e abriram caminho para minha
passagem, e a todos que virão depois de mim.*

Laroyê Exú!

AGRADECIMENTOS

“Exu matou um pássaro ontem, com uma pedra que só jogou hoje”. Conheci este ditado Yoruba no documentário Amarelo: É tudo para ontem¹, do Emicida e, desde então, ele ficou na minha cabeça. Por algum motivo, espiritual ou não, ele reapareceu na minha mente no período em que precisava realizar essa difícil missão que é escrever os agradecimentos. De forma geral, esse ditado sempre me inquietou, afinal, como uma pedra pode ser lançada hoje e afetar algo no ontem? Eu acho que, hoje, entendi o que isso quer dizer.

Quando mudei para BH, minha mãe enfrentava o câncer em Belém, e a decisão de me mudar de cidade nesse período sempre atormentou minha cabeça. Um certo dia, minha mãe me ligou e conversamos a tarde toda, eu contava para ela as coisas legais que estava conseguindo na nova vida, e como estava me dando bem na escola, lembro de dizer “égua mãe, eu nasci para esse negócio de dar aula, eu me dou muito bem nessa profissão”. Ela então me interrompeu e disse “meu filho, você vai conseguir fazer tudo que você se propor a fazer. Você se dá bem na escola, porque você se permitiu fazer isso”.

Na época, eu agradei, mas eu não concordei muito com a afirmação. Porém, hoje, eu entendo que, naquele período, eu mesmo não acreditava que podia fazer algo diferente e, por algum motivo, eu tinha deixado de sonhar. Olhando agora, de onde eu estou, eu acredito que Exu acertou essa pedra, de forma que gostaria de responder essa sua frase, mãe: *Senhora Raquel Marinho de Carvalho, obrigado por acreditar em mim, por ter me dado todas as ferramentas necessárias para viver. Esse mestrado é para você. Não se preocupe, não vou deixar de sonhar, vou continuar abrindo caminhos e tentando ir cada vez mais longe, obrigado por sonhar por mim, te amo!*

Não sei explicar exatamente quando deixei de sonhar, se foi quando minha mãe nos deixou, as dificuldades de morar em outra cidade, a baixa remuneração da profissão de professor do ensino básico, os desafios da vida adulta ou se foi tudo isso misturado de uma vez só, não sei. Mas uma coisa é curiosa: sempre que falo algo para meu pai, o seu Carlos Alberto, ele sempre me responde “Égua cara, legal, parabéns, curta bastante, você merece muito”. Bem, uma coisa eu sei, eu não teria chegado tão longe sem o senhor, um homem que não concluiu o ensino fundamental, nascido e criado em uma das piores periferias de Belém, vindo de um contexto familiar muito complicado, mas que, por algum motivo, entendeu a importância de colocar os filhos para estudar. Então, pai: *Senhor Alberto Correa de Carvalho, obrigado por toda a educação que o senhor me ofereceu, mesmo com todas as limitações, muitas vezes sem entender algumas de minhas escolhas, que resultaram em perguntas como “mas Rangel, o que se faz no mestrado mesmo?”*. Hoje, pai, acho que consigo responder essa sua pergunta, obrigado por sonhar por mim! Te amo!

Quando estava na graduação, sonhava com a carreira acadêmica mas, por diversos motivos, eu fui deixando esse sonho morrer. É engraçado como a vida muda constantemente e, muitas vezes, ficamos completamente perdidos. Por sorte, sempre tive a companhia de um ariano que, de forma bem delicada (contém ironia), me convidava constantemente para viver. O mano, mais conhecido como Raphael Marinho, é a pessoa que sempre me incentivou a buscar mais, acreditando em mim quando eu mesmo não acreditava. Então, mano, quando

¹ Emicida: Amarelo - É Tudo Pra Ontem. Direção: Fred Ouro Preto. Produção: Evandro Fióti. Local: Netflix, 2020.

estávamos morando juntos em um *kitnet* de 15 metros quadrados tentando sobreviver, mas sonhando com um futuro, quero te dizer: *Mano! Obrigado por não deixar eu parar de sonhar, obrigado por todas as conversas nos almoços, cafês e jantares, foi ali que foram sonhados e produzidos nossos temas de mestrado. Estou muito feliz que esteja no doutorado, você vai chegar longe! Me espera que eu to chegando também, obrigado por sonhar por mim, te amo!*

É curioso como a vida acontece. Afinal, quem diria que naquele encontro desprezioso no dia em que Lula estava livre pudesse se desenrolar calmamente um carinho até que estivéssemos prontos para escolher um ao outro. Milton Nascimento estava certo quando disse “Abelha fazendo mel vale o tempo que não voou”. Então, hoje, posso dizer com tranquilidade: *valeu a espera para esse encontro, Mariana de Almeida, ou melhor, Doutora Mariana de Almeida. Obrigado por ser minha companheira nesse período onde estava me reencontrando, obrigado pela paciência, carinho e pelos três meses na Colômbia que me ajudaram a concluir essa dissertação. Obrigado por me ajudar a sonhar!*

O tempo é uma coisa estranha, momentos simples e rápidos, mas que, por algum motivo, se tornam eternos, ultrapassando a própria ideia de tempo e espaço. Afinal, quem diria que três mulheres incríveis fazendo barulho com instrumentos musicais e cantando músicas aleatórias em um dia qualquer poderia marcar para sempre a minha vida. Então, *Laura Rosa, Camila Ferreira e Mariana de Almeida obrigado por esse dia, obrigado por me fazerem rir, obrigado por devolverem a possibilidade de brincar despreziosamente, obrigado por me ajudarem a sonhar.*

Definitivamente, meu conceito de família mudou, afinal, hoje carrego comigo todas as relações que me formaram. Logo, *quero agradecer a todos que sempre estiveram comigo e que comemoraram junto minhas vitórias: Tia Núbia, Tio Eliel, Prima Brena, Vovó Aldair, Mônica, Tia Simone, Carol, Jessica e, em especial, o meu primo Yuri. Muito obrigado por sonharem junto comigo.*

É muito bom olhar para trás e ver que construímos uma rede de amigos diversos, acredito que isso seja um sinal que nos permite criar laços. Dessa forma, quero agradecer a todos os meus amigos de BH que me ajudaram em diversos momentos ao longo desses cinco anos: Leonardo, Tafis, João, Natália, Milena, Larissa, Ana Carolina, Emis, Rosa Maria, Rodrigo, Viviane, Luara, Wendell, Luciano Oliveira e Renato. *Esse mestrado é uma conquista coletiva, cada conversa, cada momento desprezioso na mesa de um bar ajudou na construção dessa dissertação. Obrigado por sonharem comigo.*

Como dizem, a jornada sempre possui um mestre que guia o herói pelos desafios que ele vai encontrar, e eu não poderia ter tido mais sorte, pois quem me guiou nessa jornada foi a Prof^a Dr^a Verônica Soares da Costa, que no nosso primeiro encontro, em um cafeteria na PUC Minas, me disse: “Rangel, quero muito que você faça uma boa dissertação e que tenha uma boa experiência no mestrado”. Eu gostaria de responder essa sua frase, professora: *Professora Verônica, você é uma inspiração como pesquisadora, como professora e como ser humano, você encanta todos que passam por você. Obrigado por tornar a experiência do mestrado incrível e única, ao ponto que agora estou sonhando com o doutorado. Obrigado por inspirar esse sonho!*

Por fim, quero agradecer à Capes pela bolsa, afinal, sem ela esse sonho nunca seria possível. Isso demonstra a importância de manter políticas públicas para garantir o acesso a pessoas como eu, homem afroindígena, nascido no Guamá, uma periferia de Belém do Pará,

no norte do Brasil, que, apesar de todas as dificuldades vividas, contrariando as estatísticas, cheguei nesse ponto e, como foi dito anteriormente, não pretendo parar.

Agora, consigo ver os efeitos que essa pedra possui: o tempo como conhecemos é um forma que encontramos para nos organizar, mas, do modo como eu vejo, para mim, essa dissertação não é somente um trabalho para concluir o mestrado, mas é o resultado de um sonho coletivo, de uma vitória coletiva. Para mim, essa conquista representa tudo o que veio e tudo o que será.

Obrigado a todos.

Respondeu Jesus: "Eu sou o caminho, a verdade e a vida. Ninguém vem ao Pai, a não ser por mim."

João 14:6

RESUMO

Essa dissertação tem como objetivo compreender como o processo de plataformação atravessa e modifica as práticas religiosas de usuários de aplicativos de bem-estar e meditação, com ênfase em preceitos cristãos como é o caso do *Glorify*. Tomamos este aplicativo como nosso objeto empírico. Para isso partimos da discussão sobre mediação para, assim, compreendermos as especificidades da mediação da religião. No contexto de uma sociedade mediada, buscamos entender o aplicativo a partir dos estudos de plataformas e as implicações do processo de plataformação nesse universo religioso. Assim, com gestos metodológicos múltiplos, partimos de uma abordagem indiciária, realizando uma coleta de dados em um diário de bordo em dois períodos: o primeiro durante o Natal de 2023, e o outro na Páscoa de 2024, buscando compreender as funcionalidades do aplicativo. Para nos aprofundar nos mecanismos identificados, utilizamos a metodologia *app walkthrough*. Por fim, observamos e analisamos o aplicativo a partir de três dimensões das plataformas, que são: modelo de negócios; governança; e práticas e *affordances*. Os achados nos revelaram diferentes práticas religiosas atravessadas pela lógica das plataformas, além da existência do que chamamos de um universo multiplataforma gospel, orientado por um modelo de negócios que chamamos de *pay-per-salvation*.

Palavras-chave: Plataformas digitais. Plataformação. Práticas religiosas. Gospel. Glorify.

ABSTRACT

This dissertation aims to understand how the process of platformization intersects with and modifies the religious practices of users of wellness and meditation apps, with an emphasis on Christian precepts, as is the case with Glorify. We take this app as our empirical object. To this end, we start with a discussion on mediatization to understand the specificities of the mediatization of religion. In the context of a mediatized society, we seek to understand the app from the perspective of platform studies and the implications of the platformization process in this religious universe. Thus, with multiple methodological gestures, we adopt an evidentiary approach, collecting data in a logbook over two periods: the first during Christmas 2023 and the second during Easter 2024, aiming to understand the app's functionalities. To delve deeper into the identified mechanisms, we use the app walkthrough methodology. Finally, we observe and analyze the app from three platform dimensions: business model, governance, and practices and affordances. The findings revealed different religious practices shaped by the logic of platforms, in addition to the existence of what we call a gospel multiplatform universe, guided by a business model we call pay-per-salvation..

Key-words: Digital platforms. Platformization. Religious practices. Gospel. Glorify.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Criando uma conta.....	54
Figura 2 - Ativando as notificações.....	55
Figura 3 - Fluxograma de uso do Glorify.....	57
Figura 4 - Imagens das devocionais diárias.....	58
Figura 5 - Comentário 1.....	59
Figura 6 - Citação Diária.....	60
Figura 7 - Leitura da passagem bíblica.....	61
Figura 8 - Leitura da passagem bíblica.....	63
Figura 9 - Quarta meta diária.....	64
Figura 11 - Calendário.....	68
Figura 12 - Avaliações no Google Play.....	68
Figura 13 - Jogadores exploradores.....	69
Figura 14 - Jogadores realizadores 2.....	70
Figura 15 - Funcionalidades do app.....	71
Figura 16 - Seção oração.....	73
Figura 17 - Compartilhando a oração.....	74
Figura 18 - Seção Diário.....	74

LISTA DE QUADRO

Quadro 1 - Definição de acordo com Sousa (2021).....	24
Quadro 2 - Diário de bordo.....	56
Quadro 3 - Levantamento do diário de bordo.....	64
Quadro 4 - Diário de bordo.....	75
Quadro 5 - Diário de bordo.....	79
Quadro 4 - Lista de embaixadores.....	81

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	4
1. INTRODUÇÃO.....	8
2. MUDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO.....	20
2.1. Especificidades da midiatização da religião.....	23
2.2 Especificidades da midiatização da religião no cenário brasileiro.....	28
3. PLATAFORMIZAÇÃO DAS PRÁTICAS RELIGIOSAS NA SOCIEDADE MUDIATIZADA.....	34
3.1. Os estudos de plataforma.....	38
3.2. Gamificação na plataforma.....	44
4. MOVIMENTOS METODOLÓGICOS.....	48
4.1. Glorify.....	52
4.1.1. Práticas e affordances.....	53
4.1.1.1. Devocionais diárias.....	56
4.1.1.2. Outras funcionalidades.....	71
4.1.2. Governança do Glorify.....	75
4.1.3. Modelo de Negócios e Conexão Com Deus.....	79
REFERÊNCIAS.....	92

Sou paraense, nascido e criado em Belém do Pará. Ou seja, desde o berço fui acostumado a ouvir histórias dos encantados e das visagens que viviam na minha cidade e isso inclui as que viviam a um quarteirão da minha rua, no bairro do Guamá, lugar em que vivi meus 10 primeiros anos de vida. Quando criança, não era acostumado a ler quadrinhos de super heróis, mas tinha minha coleção de cinco revistas de *Visagens, Assombrações e Encantamentos da Amazônia* que cuidava como um dos meus bens mais valiosos. Cresci ouvindo histórias da Matinta Pereira, Boto, Mapinguari, Boitatá, Caruanas e diversos outros mitos. Hoje, parando para pensar, não é difícil imaginar por que eu me interessei pela área da religião, haja visto que Belém é a cidade com uma das maiores festas religiosas do Brasil, o Círio de Nazaré - além de ser, também, a cidade em que a Assembleia de Deus, uma das principais igrejas evangélicas do Brasil, iniciou sua atuação.

A religiosidade em Belém não se restringia apenas ao Cristianismo. Também contava com a presença forte de religiões de matriz africana, como Candomblé, Umbanda e Tambor de Minas, além de religiões orientais como Seicho No Ie, Hare Krishna, entre outras. De forma misteriosa, essas religiões sempre estiveram presentes na minha vida e esse fascínio em relação à religiosidade continuou até a escolha do meu curso de graduação. No início da minha jornada acadêmica, entre 2009 e 2012, o curso de Ciências da Religião da Universidade do Estado do Pará (UEPA) me ensinou a olhar para a religião como um fenômeno religioso, ou seja, compreender como a religiosidade interfere e modifica a sociedade e o indivíduo. Mas para isso precisamos compreender essa religião a partir do sujeito religioso, não do olhar do cientista.

Essa forma de ler a religião se estendeu para as religiões da atualidade. Na época da minha graduação, a Ciência da Religião já se preocupava com os novos movimentos religiosos e os usos das tecnologias e mídias para o fazer religioso. O surgimento de novas explicações religiosas por meio desses aparatos técnicos já intrigava os pesquisadores do campo da religião.

Teorias como a teosofia de Helena Blavatsky² e a Lei de Thelema de Aleister Crowley³ me foram apresentadas muito antes do curso de Ciências da Religião, em jogos,

² Helena Petrovna Blavatsky foi uma importante pensadora da teosofia no século XIX. Ela é conhecida por fundar a Sociedade Teosófica em 1875 e por suas obras influentes, especialmente "A Doutrina Secreta" e "Ísis Sem Véu". A teosofia é uma corrente de pensamento esotérico que busca compreender através do "pensamento divino" os mistérios da existência e a natureza última da realidade. A teosofia de Blavatsky incorpora elementos de várias tradições espirituais, filosofias orientais e ocidentais, bem como conhecimentos esotéricos.

³ A Lei de Thelema é uma filosofia esotérica e religiosa desenvolvida pelo ocultista britânico Aleister Crowley no início do século XX. A palavra "Thelema" é derivada do grego e significa "vontade". A Lei de Thelema é resumida na frase: "Faze o que tu queres há de ser tudo da Lei." Os pensamentos de Crowley influenciaram artistas do mundo todo, como: Beatles, Raul Seixas, Ozzy Osbourne e Paulo Coelho.

músicas e filmes que transmitiam o esoterismo através de suas letras e histórias, como, por exemplo, Raul Seixas, Mutantes e Paulo Coelho. O interesse pelos novos movimentos religiosos me levou a investigar o movimento Nova Era e a forma como os elementos religiosos se adaptaram a um universo comercial, manifestando-se em produtos, lojas especializadas, artigos esotéricos e eventos.

Esse conjunto de expressões do movimento contracultura surgiu em um contexto social pós Segunda Guerra Mundial, questionando valores tradicionais da sociedade. A sociedade estadunidense, em especial os jovens, quando vivenciaram os horrores da guerra do Vietnã, buscaram um sentido para sua existência e, nessa jornada, foram criados grupos sociais como os *hippies* e o Movimento Nova Era (NMR'S). Nesse período, as pessoas procuravam novas formas de se conectar ao sagrado e as religiões do extremo oriente (budismo, taoísmo, hare krishna) transitaram para o ocidente, criando diversos centros espirituais, muitas vezes comandados por um guru. Um caso que gerou grande repercussão nos Estados Unidos foi o movimento Rajneesh, liderado por Osho, que protagonizou diversos escândalos, incluindo tentativa de assassinato de pessoas que viviam no entorno do centro. O caso do movimento Rajneesh é apresentado no documentário *Wild Wild Country*⁴, produzido pela *Netflix*.

Observando esse movimento de busca por novas formas de experimentar o sagrado, surgiu em mim a curiosidade de compreender como essa religiosidade se manifesta nos dias de hoje. Em 2012, depois da Graduação, mantive os estudos sobre religiões e permaneci estudando sobre mitologia, ritos, símbolos, arquétipos e como todos esses elementos influenciam nossa sociedade. Nesse processo, busquei fazer um exercício de etnografia dos novos movimentos, mas percebi que muitas práticas das religiões compreendidas como tradicionais, como o Cristianismo, também foram afetadas nesse percurso. No período da pandemia de Covid-19, esses questionamentos ganharam força e muitos amigos e familiares me apresentaram aplicativos de meditação como ótimas ferramentas para uma busca de autoconhecimento ou como uma forma de combater a ansiedade.

Ouvi muitos relatos de experiências religiosas alcançadas com o uso desses aplicativos. Ainda no período da pandemia, participei de um culto familiar espírita por meio de uma vídeo chamada por *Whatsapp* e de uma tiragem de *tarot* pelo mesmo aplicativo, além de ter participado de *lives* de terreiros. Tive conhecimento de um retiro espiritual que aconteceu no *Instagram* durante o eclipse solar de dezembro de 2020 e de diversos cursos de *yoga*, meditação e outras práticas religiosas *online* disponibilizadas nas plataformas. Conheci

⁴ Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/80145240>>. Acesso em 27 de jan. 2023.

a igreja belorizontina *Power Church*, situada no bairro Padre Eustáquio, que utiliza diversas plataformas *online* para divulgar e organizar sua igreja, incluindo um canal no *YouTube* com conteúdos como pregações, clipes musicais e conferências, e um aplicativo próprio que permite solicitar orações.

Nesse ponto, comecei a questionar a influência que as mídias sociais poderiam exercer no fazer religioso e, com isso, utilizei diversos aplicativos religiosos em um exercício de apenas experimentar de forma exploratória o fenômeno. Nesse movimento, conheci o *Glorify* que, diferentemente dos outros aplicativos a que tinha tido acesso, não estava associado diretamente a uma instituição, mas era um aplicativo que prometia uma conexão com Deus através das práticas oferecidas pelo *app*. Assim, o aplicativo se justificava nele mesmo, ou seja, a sua existência não depende de uma instituição religiosa para existir.

Incentivado a dar continuidade aos estudos sobre religião na atualidade, cursei a disciplina isolada de Sociologia da Religião no Programa de Pós-graduação de Sociologia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). No final da disciplina, desenvolvi uma proposta de artigo que pretendia analisar os comentários no *Facebook* sobre a apresentação da Grande Rio no Carnaval de 2022. Com o enredo "Fala, Majeté! Sete chaves de Exu", a escola de samba naquele ano homenageou a entidade Exu, orixá associado à comunicação nas religiões de matriz africana. Na publicação do *Facebook*, entre os comentários de parabenização à homenagem, havia também comentários racistas e intolerantes religiosos. Entretanto, um grupo me chamou atenção: diversos comentários no formato de orações, com muitas curtidas e respostas de "amém" e "aleluia".

Em conversas sobre o tema, me foi apresentado o conceito de midiatização, que, de certa forma, me direcionou para uma possível análise desse fenômeno. Nesse contexto, iniciei a produção dessa pesquisa de Mestrado no campo da Comunicação. Instigado pelo fenômeno religioso, compreendi que o que estava me fascinando na verdade era um fenômeno comunicacional. A pesquisa a seguir é o resultado de um fascínio acerca do fenômeno religioso moldado pelo fenômeno comunicacional em plataformas digitais a partir da experiência de uso do aplicativo *Glorify*.

1. INTRODUÇÃO

Compreender a religião no contexto do mundo contemporâneo é um desafio. Para explorar a religiosidade nos dias atuais, faz-se necessário compreender as características que esse mundo contemporâneo oferece e suas diversas relações com o fenômeno religioso. De modo geral, as religiões sempre estiveram no centro da organização social, já que as sociedades tradicionais se utilizavam da lógica religiosa para organizar e justificar sua sociedade. Porém, a partir dos questionamentos Iluministas do final do séc. XVII, as sociedades ocidentais entraram em um processo de “desencantamento”. Para Magalhães e

Portella (2008) a religião sai do centro da organização social para dar espaço para a racionalidade:

[...] o ser humano, em sua individualidade e racionalidade, de certa forma substituiu o centro anterior, isto é, um cosmo sagrado, com suas derivações encopassadoras de sentido e norma, gerido por instituições religiosas que davam coesão social e cultural e que alocaram o centro de sentido para além do ser humano (Magalhães e Portella, 2008. p. 150).

A modernidade proporcionou mudanças importantes na compreensão da religião: de acordo com Hervieu-Léger (2008), a modernidade tem três elementos determinantes para as transformações na forma de compreender a religião, são eles: racionalidade, autonomia e diferenciação das instituições. “[...] a primeira característica da modernidade é colocar à frente, em todos os domínios da ação, a racionalidade, ou seja, o imperativo da adaptação coerente dos meios aos fins que se perseguem” (Hervieu-Léger. 2008. p.31). A modernidade construiu uma ideia de uma sociedade governada pela racionalidade, um espírito que nasce no período do Iluminismo e que se propagou no decorrer dos anos. A ciência assume, assim, o papel de combate à toda irracionalidade, o que inclui a religião. Entretanto, de acordo com a autora, “[...] a ciência, de quem se espera que dissipe a ignorância geradora de crença e de comportamento ‘irracional’, faz com que surjam, ao mesmo tempo, novas interrogações, sempre suscetíveis de construir novos focos e de irracionalidade” (Hervieu-Léger. 2008 p.31). A ideia de racionalidade levou o ser humano à construção do conceito de autonomia do sujeito, afinal, a própria razão do sujeito moderno é o que deve proporcionar o avanço na sociedade.

[...] através de um mundo inteiramente racionalizado pela ação humana, exprime-se um tipo particular de relação com o mundo. Este se resume numa afirmação fundamental: autonomia do indivíduo-sujeito, capaz de “fazer” o mundo no qual ele vive e construir ele mesmo as significações que dão sentido à sua própria existência (Hervieu-Léger. 2008. p 32)

O pensamento de autonomia nos leva ao segundo ponto que, para a autora, é:

[...] o traço mais fundamental da modernidade, que é aquele que marca a cisão com o mundo da tradição: a afirmação segundo a qual o homem é legislador de sua própria vida, capaz igualmente, em cooperação com outros no centro do corpo cidadão que com eles forma, de determinar as orientações que pretendem dar ao mundo que o rodeia (Hervieu-Léger. 2008. p. 33).

Hervieu-Léger (2008) nos chama atenção para a forma como as religiões ocidentais, em especial o Cristianismo e o Judaísmo, mesmo que de forma contraditória, influenciaram o pensamento moderno de autonomia. Hervieu-Léger afirma que "O judaísmo, ao situar a noção

de Aliança (*Berith*, em hebraico) no centro da relação de Deus com o seu povo, apresenta o princípio da autonomia da história humana: o povo, conforme é ou não fiel à Aliança, tem em suas mãos a decisão de seu futuro" (Hervieu-Léger. 2008. p. 36). A ideia de aliança entre Deus e o povo de Israel fez com que se estabelecesse uma de relação de troca entre Deus e a sociedade, uma espécie de meritocracia, ou seja, Deus me ajuda se eu for fiel a Ele. De acordo com a autora, essa ideia de autonomia do sujeito fiel ou não foi a peça fundamental para a construção da ideia do indivíduo moderno e autônomo.

Por fim, Hervieu-Léger afirma que “[...] a modernidade implica, em terceiro lugar, um tipo particular de organização social, caracterizada pela diferenciação das instituições” (Hervieu-Léger. 2008. p. 33). Na sociedade moderna, existe o movimento que marca a diferença entre os papéis das instituições, como por exemplo a separação entre o político e a religião. Cada uma dessas instituições funciona de acordo com suas próprias regras, entretanto, mesmo que autônomas, as instituições sociais criam uma rede de relações de diversas formas.

O desenvolvimento da diferenciação das instituições marca também o processo de realocação da religião do público para o privado, compreendido como o processo de secularização que, de acordo com Martín-Barbero (1995), é um processo pelo qual a influência da religião na sociedade diminui, o ideal de uma sociedade guiada pela racionalidade ganha força e as instituições seculares, tais como ciência e o próprio estado laico, ganham proeminência. Isso implica, então, em uma redução da importância da religião na vida pública, afastando, assim, a religião da centralidade das sociedades modernas.

Entretanto, a religião, contrariando a expectativa dos iluministas, não desapareceu, mas foi ganhando novas formas de ser vivência da religiosidade (Guerreiro, 2006). A religião, nessa nova perspectiva, permite que o indivíduo religioso se torne um peregrino e transite entre os mitos, símbolos e ritos de diversas religiões, experimentando uma religiosidade “*a la carte*” (Hervieu-Léger, 2008). As práticas religiosas nesse novo contexto social fazem referência às religiões compreendidas como tradicionais, como o cristianismo, hinduísmo, judaísmo entre outras.

A "secularização" das sociedades modernas não se resume, portanto, apenas ao processo de evicção social e cultural da religião como o qual ela é confundida, muitas vezes. Ela combina, de maneira complexa, a perda da influência dos grandes sistemas religiosos sobre uma sociedade que reivindica sua plena capacidade de orientar ela mesma seu destino, e a recomposição, sob uma forma nova, das representações religiosas que permitiram a esta sociedade pensar a si mesma como autônoma (Hervieu-Léger. 2008. p. 37).

As novas religiões ressignificam as práticas a partir de novas experiências vivenciadas na atualidade. Nesse ponto, podemos apontar o uso das tecnologias digitais como forma de manifestação desses novos modos de experimentar o sagrado, compreendendo que, longe dos olhares das instituições religiosas, o indivíduo constrói suas próprias práticas.

[...] o processo de secularização da sociedade e a (pós-)modernidade contribuem de forma essencial para que a experiência religiosa na sociedade contemporânea se faça de forma autônoma e, embora referenciadas às tradições das instituições religiosas, apresenta-se de forma fragmentada e não exatamente fiel a elas (Magalhães e Portella, 2008. p. 149).

Esse desprendimento das instituições religiosas pode ser visto nos dados acerca do movimento dos sem religião que, de acordo com o levantamento do IBGE⁵ de 2010, são, no Brasil, cerca de quinze milhões de pessoas. Nesse grupo, não se enquadram os ateus e agnósticos, apenas as pessoas que acreditam em algo sagrado, mas não se estabelecem em uma religião apenas, transitando entre a diversidade religiosa.

Entretanto, para compreender a religião na atualidade, necessitamos entender como se dá o processo de experiência com o sagrado. Rudolf Otto (2007) chama o sagrado de *Numinoso*, experiência com aquilo que transcende tudo que é diferente do humano. Para o autor, a irracionalidade da religião não indica uma falta de lógica, mas, sim, a existência de elementos que ultrapassam a compreensão racional. A irracionalidade da religião é o ponto fundamental para a compreensão da experiência com o sagrado (Otto, 2007). Para Otto a experiência religiosa com o *Numinoso* é uma experiência com o *mysterium* ou o “totalmente outro” (Otto, 2007, p.58), ou seja, as características do sagrado não podem ser compreendidas pela razão. Assim, a ideia do totalmente outro representa a distinção entre o sagrado e o mundo natural. Essa característica é de extrema importância para compreender qualquer fenômeno religioso, pois, quando entramos no campo da religião, precisamos compreender a partir da ótica da religião. Da mesma forma que um templo, igrejas ou terreiros são sagrados para seus fiéis, uma pedra pode ser para outro grupo, assim também como os ritos feitos na televisão, programas de rádios e aplicativos podem proporcionar essa experiência com o sagrado para grupos específicos.

A experiência religiosa faz com que o ser humano transcenda a realidade, ou seja, a religião ultrapassa a simples ideia de uma prática social, é uma forma que o humano encontrou para dar sentido a sua existência. A religião se confunde com a própria origem da

⁵ Até a última versão deste trabalho, os dados atualizados do Censo 2022 referentes às categorias utilizadas na pesquisa ainda não haviam sido divulgados. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pesquisa/23/22107>>. Acesso em 13 nov. 2023.

humanidade, já que os ritos sempre estiveram presentes nas sociedades, desde quando os seres humanos escreveram nas paredes das cavernas as primeiras tentativas de registrar suas percepções do mundo, aprendendo a significar locais, animais, fenômenos naturais e identificando alguns deles como sagrados.

Quando falo origem da religião, falo não só em tempo cronológico ancestral - embora uso termo 'ancestral' no sentido de apontar para a antiguidade e para o caráter basilar de certas experiências e ideias religiosas - mas também, pegando emprestada a terminologia da psicologia analítica, falo de 'tempo arquetípico', presente universal atemporalmente na experiência religiosa humana (Magalhães e Portella, 2008. p. 52).

Assim, compreendemos a religião como um conjunto de práticas simbólicas com intuito de conexão com um sagrado e essa conexão é alcançada através do rito que, por sua vez, é uma dramatização do mito. Ou seja, ele se dá através de ações simbólicas de gestos, palavras e cânticos. Neste teatro, o indivíduo reproduz o mito em um momento de êxtase religioso. O mito, por sua vez, é uma forma de explicar a realidade, uma maneira a partir da qual o ser humano dá significado à sua vida (Croatto, 2010). Os ritos religiosos proporcionam uma experiência com o sagrado criando um momento que se diferencia do mundo cotidiano.

O jogo, assim como o rito, cria uma esfera diferenciada da realidade, um local e tempo delimitados pelos participantes de forma voluntária, onde regras especiais serão aplicadas: “De um ponto de vista formal, não existe diferença alguma entre a delimitação de um espaço para fins sagrados e a mesma operação para fins de simples jogo” (Huizinga, 2012, p. 23). Sendo assim, para Huizinga (2012), esse espaço sagrado de suspensão das regras sociais proporciona uma experiência lúdica e religiosa que transcende a realidade, ou seja, para o religioso, o mundo não é compreendido como uma realidade homogênea.

A concepção da existência de dois mundos é fundamental para compreender qualquer fenômeno que esteja de alguma forma conectado com a religiosidade. Mircea Eliade nos aponta que “Para o homem religioso, o espaço não é homogêneo: o espaço apresenta roturas, quebras; há porções de espaço qualitativamente diferentes das outras” (Eliade, 2008. p. 25). A elaboração da ideia de espaços sagrados e profanos faz com que o sujeito religioso construa na sociedade espaços diferenciados, e o rito é fundamental para a compreensão desses espaços, pois é através da manifestação do sagrado, chamado de Hierofania por Eliade (2008), que esses espaços são consagrados em um *Axis Mundi*, ou centro do mundo. Eliade nos aponta três concepções que contribuem para essa ruptura.

Temos, pois, de considerar uma sequência de concepções religiosas e imagens cosmológicas que são solidárias e se articulam num "sistema" ao

qual se pode chamar de "sistema do mundo" das sociedades tradicionais: (a) um lugar sagrado constitui uma ruptura na homogeneidade do espaço; (b) essa ruptura é simbolizada por uma "abertura", pela qual se torna possível a passagem de uma região cósmica a outra (do céu à Terra e vice-versa; da Terra para mundo inferior); (c) a comunicação com o Céu é expressa indiferentemente por certo número de imagens referentes todas elas ao *Axis mundi* pilar (cf. *universalis*), escada (cf. *escada de Jacó*), montanha, árvore, cipós, etc.; (d) em torno desse eixo cósmico estende-se o "Mundo" (nosso mundo) - logo, o eixo encontra-se "ao meio", no "umbigo da terra", é o centro do mundo (Eliade, 2008. p 38).

A consagração de um ou diversos espaços sagrados reflete, de acordo com Eliade, que “O homem religioso desejava viver o mais perto possível do centro do Mundo.” (2008. p. 43). Esse desejo pode ser observado na construção das cidades: um exemplo no Brasil é a construção das igrejas nos centros da cidade e, por consequência, a cidade é construída no entorno deste local sagrado. A ruptura do tempo também existe dentro do universo sagrado, de acordo com Eliade (1991), como a meditação, oração e mantra são, para o religioso, formas de romper com tempo cronológico e entrar em um tempo sagrado.

Se observarmos o fenômeno religioso atualmente, é possível ver essa suspensão da ordem nos ritos como cultos, missas, giras e todas as celebrações religiosas, e nisso se incluem as que são celebradas em rádios, programas televisivos - e, também, em plataformas *online*. Um exemplo desses ritos religiosos são os organizados pela Igreja Universal do Reino de Deus: durante os programas na TV, existe uma ritualística que promove curas, libertações e diversas práticas que antes eram exclusivas de um espaço físico dito sagrado, como as igrejas, mesquitas e terreiros.

Segundo Croatto (2010), a experiência religiosa constrói uma variedade de narrativas que ajudam o ser humano a compreender sua própria realidade. Através dos símbolos, o ser humano produziu todas as narrativas míticas. Para Jung (2006) todas as figuras mitológicas dos povos são manifestações do inconsciente coletivo, e essas imagens oníricas se manifestam através dos arquétipos. Assim, toda mitologia é uma forma de expressão desse inconsciente coletivo, ou seja, a mitologia nasce da própria experiência humana e se manifesta através das diversas mídias disponíveis no seu tempo histórico.

Dessa forma, se tomamos essas manifestações religiosas como “fenômenos midiáticos” (Verón, 2014) podemos compreender que a religião e a mídia estão diretamente ligadas desde suas origens. De forma geral, as religiões sempre utilizaram diversos meios para manifestar a sua religiosidade, desde objetos ritualísticos, como as máscaras em ritos de passagem (Van Gennep, 2011) que representam uma divindade, os livros sagrados das religiões abraâmicas, até as atuais formas de manifestação através de aplicativos.

Mesmo com a diminuição da importância da religião no espaço público, as instituições religiosas se veem obrigadas a se reorganizar e se adequar a uma lógica de uma sociedade capitalista e altamente midiaticizada (Hjarvard, 2015, 2014a, 2014b; Verón, 2014; Hepp, 2014; Sbardelotto, 2017, 2018; Hoover, 2014). Assim, a religião consegue ocupar um lugar no espaço público por meio do uso de diversas mídias, como aconteceu no Brasil com os casos da Universal do Reino de Deus e Igreja da Graça (Martino, 2012b). Dessa forma, para compreender o fenômeno religioso faz-se necessário mergulhar no campo da comunicação para que possamos observar como “a lógica da mídia” influencia o “fazer religioso”.

É inegável a importância da mídia para a organização da religião desde o início, com objetos sagrados como estátuas, imagens e o próprio rito, até a criação dos livros sagrados como a Bíblia, o Alcorão e a Torá. Para Sbardelotto (2017) a reforma protestante proporcionou uma reforma social, motivada pelas inovações tecnológicas da época, como a prensa de Gutenberg que fez as 95 teses de Lutero serem distribuídas com mais velocidade, assim como também permitiu a construção das versões atuais da Bíblia que consiste na junção dos textos bíblicos organizados em apenas um livro, podendo ela ser distribuída em diversas línguas pelo mundo e em diversas traduções.

Atualmente, é possível encontrar distintas manifestações do fenômeno religioso *online*, desde sites oficiais de instituições religiosas ou os que proporcionam algum tipo de interação religiosa a partir das ferramentas disponibilizadas pela plataforma, como é o caso dos jogos de *tarot* do *Personare*⁶ ou o *Caotize-se*⁷, como também aplicativos que proporcionam, através de suas práticas, algum tipo de espiritualidade. De forma geral, todos esses aplicativos e sites utilizam-se das lógicas de uso oferecidas por esses espaços digitais para fazer suas práticas religiosas ou simplesmente para divulgar sua religiosidade. Mesmo em espaços “seculares” como *Facebook*, *TikTok*, *Instagram*, é possível perceber a existência de manifestações religiosas, muitas delas sem nenhuma associação a uma instituição religiosa, como, por exemplo, os perfis no *TikTok* @lampada_77⁸ e @pastor.regisfarias999⁹, que se utilizam das ferramentas disponíveis da plataforma como *lives*, *emoticons* e vídeos curtos para fazer revelações a usuários.

⁶ Disponível em: <<https://www.personare.com.br/tarot/tarot-do-dia/jogar>>. Acesso em 05 jan. 2024.

⁷ Disponível em: <<https://caotize.se/>>. Acesso em 27 de jan. 2024.

⁸ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@lampada_77?_t=8jOWyl7O7Gv&_r=1>. Acesso em 27 jan. 2024.

⁹ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@pastor.regisfarias999?_t=8jOWzfyFBxd&_r=1>. Acesso em 27 jan. 2024.

Compreendemos que, ao longo da história, as diversas mídias trouxeram mudanças significativas na forma de vivenciar a espiritualidade e, assim, também é possível perceber essa mudança com as mídias móveis e, por consequência, com os aplicativos para celular. É através dessas tecnologias ubíquas (Lemos, 2009; 2013), como celulares e *tablets*, que combinam mobilidade e geolocalização, que as mídias locativas fazem com que nossa concepção de espaço se transforme, tendo um impacto direto na forma como nos relacionamos com o espaço e o tempo, afetando nossa relação com os lugares e criando espacializações (Lemos, 2009). Podemos, então, questionar a forma como a ideia do “centro do mundo” apontada por Eliade (1991) a respeito dos templos, altares, entre outros espaços sagrados, é afetada por essas tecnologias, assim como questionar: como as tecnologias são modificadas por esses espaços? Tanto os aplicativos seculares, como o *Instagram*, que permite fazer *live* de cultos, publicar *stories* de ritos religiosos, como aplicativos religiosos como Bíblia Sagrada Áudio + Offline¹⁰ que faz substituir o livro físico pelo dispositivo móvel, transformam-se mutuamente nesse processo.

Existem aplicativos religiosos que, em um primeiro olhar, não estão diretamente ligados a uma instituição religiosa, como o caso do aplicativo *Glorify*, que 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” (Glorify, 2023), segundo o site do próprio aplicativo. 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). No contexto religioso cristão, devocionais são práticas religiosas individuais ou em grupos que têm como objetivo essa relação com Deus. Essas práticas podem ser regulares ou não, mas vale ressaltar que, dentro do cristianismo, existem outras ferramentas, livros e propostas, para além do *Glorify*, que oferecem essa devocional diária, como no caso do tradicional *Pão Diário*, livro com mensagens e reflexões diárias.

O *Glorify*, objeto de estudo deste trabalho, é organizado em uma estrutura gamificada (Alves, 2014) que oferece pontuação pelo alcance de metas dentro de um sistema de recompensas diárias, além de premiações vinculadas à jornada do usuário, que pode personificar perfis como o arauto, o peregrino e o guerreiro. Tais perfis são alcançados à

¹⁰ Disponível em:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.sirma.mobile.bible.android&hl=pt_BR&gl=US>. Acesso em 05 jan. 2024.

medida em que o usuário se mantém ativo nas rotinas de adoração estabelecidas pelo aplicativo. Cumprir as metas desbloqueia diversos conteúdos extras, como meditações, músicas e textos, que também podem ser desbloqueados com o pagamento de uma assinatura de R\$9,90 por mês. O *app* conta também com podcasts, meditações e até mesmo uma área de oração que pode ser compartilhada em outras plataformas de mídias sociais. Além disso, o aplicativo também conta com um canal no *YouTube*¹¹ com videocasts e perfil no *Instagram*¹². De acordo com o site oficial, o *Glorify* atende a mais de 2,2 milhões de usuários, que passam mais de 204 milhões de minutos de meditação e oração diariamente na plataforma¹³. No momento da realização desta pesquisa, o aplicativo está disponível em três línguas: português, espanhol e inglês.

De acordo com *RankMyAPP*¹⁴, empresa brasileira voltada para análise de desenvolvimento de aplicativos, somente em março de 2020, quando começaram os processos de distanciamento social derivados da pandemia de Covid-19, foram realizados 258 mil *downloads* de aplicativos da categoria “fitness, meditação e bem-estar”, representando um crescimento de 54% em comparação a fevereiro do mesmo ano. Cabe notar que o *Glorify* registra nas informações de *download* do app¹⁵ que “Meditação e bem-estar cristão” é um dos elementos diferenciais de sua experiência.

Como já apontado, é cada vez mais comum a presença de instituições religiosas nas plataformas sociais, como, por exemplo, a já citada igreja brasileira *Power Church*¹⁶, que tem um aplicativo próprio, no qual é possível acessar diversas informações sobre a instituição, assistir o culto *online*, fazer pedidos de orações e realizar doações. Além disso, a própria estrutura física da igreja é atravessada por diversos elementos tecnológicos, como o uso de *tablets* e *notebooks* substituindo a Bíblia e a estrutura do púlpito, que apresenta tecnologias de show, como tela de led e iluminação de palco.

Dentro da categoria específica de aplicativos “fitness, meditação e bem-estar” é possível encontrar uma variedade de produtos voltados para religiosidade semelhantes ao

¹¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/@glorifybrasil178>>. Acesso em 29 jun. 2023.

¹² Disponível em: <<https://www.instagram.com/glorifyappbr/>>. Acesso em 29 jun. 2023.

¹³ Disponível em: <<https://glorify-app.com/pt-br/glorify-app-lidera-o-avanco-da-fe-na-tecnologia-e-fecha-outra-serie-de-arrecadacao-de-fundos-bem-sucedida/>> Acesso em 02 jul. 2023.

¹⁴ Disponível em: <<https://rankmyapp.com/pt-br/apps-fitness-crescimento-da-categoria-e-como-manter-usuarios-ativos/>>. Acesso em 29 jun. 2023.

¹⁵ Informação disponível na PlayStore para download do aplicativo no sistema Android. Disponível em: <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.glorify.app&pli=1>>. Acesso em 24 mai. 2023.

¹⁶ Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.primelan.powerchurch.minasgerais&hl=en_US>. Acesso em 3 jul. 2023.

Glorify: aplicativos como *Fidem*¹⁷ que tem a proposta de conectar cristãos aos conteúdos religiosos, como missa, liturgia, estudos bíblicos; ou *Legacy*¹⁸ cujo objetivo é focar na organização e divulgação de missas. Outro exemplo de aplicativo de meditação é o *Sattva*¹⁹, que oferece ao usuário meditações guiadas, *timer* de meditação, máquina de *insights* que monitoram como a meditação está melhorando sua vida, mas sem vinculação direta com a perspectiva cristã.

No entanto, com o avanço da utilização da internet – sobretudo com a facilidade do uso de *smartphones* e aplicativos *mobile* -, diversas práticas religiosas se adaptaram e se estruturaram a partir de conexões em rede nas plataformas digitais. De acordo com o IBGE (2010)²⁰, cerca de 155.2 milhões de brasileiros acima de 10 anos possuem celular para uso pessoal. Portais oficiais de instituições religiosas e plataformas de mídias sociais já promovem experiências com interação *online*, como, por exemplo, o site do santuário Nossa Senhora das Graças²¹, em que é possível acender velas para pedidos de intenções de intercessão que serão entregues nas missas realizadas pelo santuário. Outro exemplo é o *Personare*²², site em que é possível tirar cartas de *tarot*, montagem do mapa astral, horóscopo e meditação. Podemos perceber que é possível acessar o sagrado via internet sem, necessariamente, a mediação de uma instituição religiosa, mas, sim, de um site ou plataforma.

Dentro desse processo de entrelaçamento entre tecnologia, mídia e religião, os aplicativos religiosos têm ganhado um espaço significativo, pois, conforme dados já apresentados, os aparelhos celulares estão presentes no dia a dia das pessoas em grande intensidade. Dentro do catálogo da *Google Play*, por exemplo, loja virtual do sistema operacional *Android*²³, existem diversos aplicativos religiosos, desde versões bíblicas *online* até práticas de *reiki*. Observamos também o surgimento de diversas *startups* com a premissa de soluções tecnológicas para o mercado religioso, como é o caso da *startup* brasileira *inChurch*, que tem como foco melhorar a comunicação dentro da igreja oferecendo produtos como aplicativos, transmissão ao vivo, totens de autoatendimento e site. O mesmo acontece para outras religiões, como é o caso do *MuslimPro*²⁴, aplicativo que tem como objetivo

¹⁷ Disponível em: <<https://www.devmarker.com.br/portfolio/fidem-brasil>>. Acesso em 24 mai. 2023.

¹⁸ Disponível em: <<http://www.one-legacy.com.br/>>. Acesso em 29 jun. 2023.

¹⁹ Disponível em: <<https://www.sattva.life/pr/>>. Acesso em 29 jun. 2023.

²⁰ Os dados atualizados do Censo 2023 sobre essa categoria também não haviam sido divulgados até o momento da última versão desta pesquisa.

²¹ Disponível em: <<https://www.santuariionsgracas.com.br/altar-virtual/>>. Acesso em 29 jun. 2023.

²² Disponível em: <<https://www.personare.com.br/tarot/tarot-do-dia/jogar>>. Acesso em 29 jun. 2023.

²³ Sistema operacional mais consumido no mundo, de acordo com a empresa *statista*. Dados disponíveis em: <<https://www.statista.com/topics/1003/operating-systems/#topicOverview>>. Acesso em 29 jun. 2023.

²⁴ Disponível em: <<https://www.muslimpro.com/>>. Acesso em 29 jun. 2023.

organizar o cotidiano da vida muçulmana, ou o *InstaRabbi*²⁵ aplicativo judaico que proporciona respostas rápidas para dúvidas acerca da torá. No mercado brasileiro existem, ainda, exemplos como o *Pontos cantados de Umbanda*²⁶, ou o *eu.espírita*²⁷ que oferece diversas mensagens, textos, música, livros e dicas de filmes, dentro da perspectiva espírita.

O *Glorify* foi escolhido como objeto desta pesquisa porque, dentre os aplicativos citados, é o que oferece maior variedade de conteúdos e diversidade de formatos e linguagens para uma experiência religiosa dentro da lógica do *app*. O *Glorify* é um dentre vários exemplos de um fenômeno que trata de como a experiência religiosa pode se manifestar dentro de um aplicativo. Além das atividades de oração, oferece áudios narrados por nomes reconhecidos dentro do meio cristão evangélico, como Ana Paula Valadão e Pastor Lucinho Barreto, que são apresentados como embaixadores. Esses e outros aspectos são de grande relevância para compreender as relações entre religião, mídiatização e plataformização que pretendemos discutir aqui, pois dizem não só dos processos mídiatizados de fenômenos religiosos, mas também de dimensões de modelos de negócio das plataformas (D'Andréa, 2020) - não é por acaso que o aplicativo não se apresenta como um produto exclusivo para o público evangélico, nem mesmo destaca aspectos de vinculação com uma denominação específica.

Um dos motivos pelos quais esse fenômeno se torna relevante para investigação é a presença de figuras de grande relevância no cenário gospel do Brasil, representantes das maiores igrejas evangélicas do país. Reconhecendo que o movimento neopentecostal se beneficiou intensamente dos processos de mídiatização, somados a outras práticas que ora se aproximam, ora se afastam da experiência religiosa cristã, o *Glorify* direciona o usuário não apenas para uma relação direta com sua fé, mas com princípios neopentecostais na abordagem da saúde mental, de relacionamentos, de processos de cura, entre outros temas que são recorrentes em falas públicas de pastores e líderes cristãos.

Considerando, então, que os espaços em que a religiosidade se manifesta na contemporaneidade deslocam-se dos templos físicos e passam a incluir também aparelhos celulares, aplicativos e plataformas, este trabalho pretende responder, a partir do entendimento da mídiatização da religião: como o processo de plataformização atravessa e modifica práticas

²⁵ Disponível em: <<https://instarabbiapp.com/>>. Acesso em 29 jun. 2023.

²⁶ Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.gil.pontoscantados&hl=pt_BR&gl=US>. Acesso em 29 jun. 2023.

²⁷ Disponível em: <<https://apps.apple.com/br/app/eu-esp%C3%ADrita/id1083818189>>. Acesso em 29 jun. 2023.

apresentadas em aplicativos de bem-estar e meditação com ênfase em preceitos cristãos, como é o caso do *Glorify*?

Para responder a essa questão, a pesquisa tem como objetivo compreender os processos de plataformação das práticas religiosas, tomando o aplicativo *Glorify* como lugar de observação a partir das dimensões da governança, dos modelos de negócio e das práticas e *affordances* disponíveis na plataforma. Para alcançá-lo, determinamos os seguintes objetivos específicos: a) Compreender o processo de mediação da religião e das experiências religiosas plataformações na sociedade brasileira contemporânea; b) Contextualizar como essas práticas plataformações e mediadas podem proporcionar um processo de individualização da experiência religiosa; c) Identificar como o *Glorify* manifesta o sagrado para os usuários através das suas *affordances* e das práticas orientadas pelo *app*; d) Compreender os sistemas de governança e o modelo de negócios do aplicativo; e) Caracterizar como se dão os processos de gamificação no aplicativo *Glorify*.

Para alcançar esses objetivos, partiremos de uma discussão sobre mediação da religião. Compreendemos que os fenômenos midiáticos sempre estiveram presentes na sociedade (Verón, 2014) e que, ao longo da história, na medida em que os avanços tecnológicos aconteciam, a “lógica da mídia” influenciou todas as outras instituições da sociedade (Hjarvard, 2015, 2014a, 2014b). Buscamos compreender como a mídia molda a comunicação e a própria relação social (Hepp, 2014). Para Hepp, a institucionalização diz respeito à integração das práticas midiáticas na rotina social, enquanto a reificação está associada à concretização da ação comunicativa por meio da mídia. Esses fatores de influência capturam a singularidade de cada meio no processo de comunicação, evidenciando que diferentes formas de mídia moldam a comunicação de maneiras distintas (Hepp, 2014). Ainda no primeiro capítulo, compreendemos como a mídia foi e ainda é uma peça fundamental para o fazer religioso.

Em seguida, abordaremos o fenômeno da mediação da religião, compreendendo que esse processo vai além da mera presença da religião na mídia, mas envolve transformações significativas nos modos de vivenciar a espiritualidade, em um espécie de religiosidade midiática (Cunha, 2002). Segundo Borelli e Regiani (2021), a mediação não se limita à transposição de conteúdo, mas influencia a experiência religiosa, moldando o campo religioso e suas práticas. No contexto digital, a religião assume novas formas, especialmente nas plataformas digitais, com a divulgação de textos, imagens, sons e vídeos religiosos. Sbardelotto (2017) e Hoover (2014) ressaltam a interseção entre religião, sociedade e tecnologia, evidenciando a “reforma” e a “contrarreforma” digitais. No mesmo capítulo,

abordamos o processo de midiatização da religião no Brasil, buscando entender as relações entre as mídias tradicionais e as religiões.

Entendendo que vivemos em uma sociedade midiatizada e em um contexto da cultura digital, compreendemos ser necessário nos aprofundar no debate sobre plataformização da sociedade contemporânea. Apresentamos, assim, uma exploração detalhada sobre a relação entre a experiência religiosa e aplicativos como o *Glorify*, destacando a influência das plataformas digitais, a mobilidade, e a transformação na vivência do espaço urbano (Lemos, 2009, 2013). Para a compreensão do objeto, no capítulo 3, buscamos entender como se dão as materialidades dos objetos tecnológicos. Compreendemos que tais objetos são peças fundamentais na compreensão da sociedade, já que a forma como nos relacionamos e significamos esses objetos podem promover mudanças potenciais nas práticas religiosas mediadas por artefatos tecnológicos. A abordagem metodológica do olhar analítico para as dimensões das plataformas (D'Andréa, 2020), como datificação, algoritmos, infraestrutura, modelo de negócios, governança, práticas e *affordance*, proporcionou uma compreensão mais aprofundada desses espaços plataformizados.

Por último, no capítulo 4 apresentamos uma descrição detalhada do aplicativo *Glorify*, buscando compreender três dimensões dos estudos de plataformas: modelo de negócios, práticas e *affordances* e governança. Através do método *app walkthrough*, apresentamos uma descrição do percurso que o usuário faz ao utilizar o aplicativo, ressaltando todas as opções oferecidas por ele. Como recurso metodológico, realizamos um diário de bordo durante dois períodos, o primeiro no período do Natal de 2023, e o segundo nos 40 dias da Quaresma de 2024, entre a Quarta-feira de Cinzas e o Domingo de Páscoa, para compreender como o *Glorify* se organiza a partir do calendário religioso cristão, haja vista que entendemos que o aplicativo se constrói a partir das tensões existentes entre diversos atores, instituições e práticas religiosas cristãs. Apresentamos alguns relatos desse diário de bordo para cruzar as informações obtidas no método *app walkthrough*.

2. MUDIATIZACÃO DA RELIGIÃO

Compreendemos a midiatização como um longo processo de fenômenos midiáticos que afetam a sociedade de forma radial, provocando aceleração do tempo (Verón, 2014), quando entendemos a mídia também como uma instituição tão presente na vida da sociedade que sua lógica afeta a estrutura de outras instituições (Hjarvard, 2014a), conforme exploraremos com mais detalhes a seguir. A midiatização não é um conceito novo dentro do campo de pesquisa da Comunicação e vem sendo articulado em diversas áreas, desde política, economia, religião e até na forma como os trabalhadores se mobilizam nas lutas por direitos. Todos esses fenômenos vêm sendo investigados para compreender a forma como a mídia constrói e modifica as diversas esferas sociais a partir de sua lógica, acelerando o tempo, agindo de forma radial e construindo uma relação de quase interdependência (Verón, 2014).

Partindo de uma perspectiva semiótica e antropológica, Eliseo Verón (2014) compreende que a midiatização é um processo de longa duração, que não se restringe às sociedades modernas altamente midiatizadas, como defende Hjarvard (2014a). De acordo com Verón, a midiatização é um longo processo histórico de institucionalização da mídia, resultado da nossa capacidade de semiose, que foi ativada em diversos momentos históricos, tomando diversas formas que afetaram profundamente a organização da sociedade.

O autor chama de “fenômenos midiáticos” a capacidade semiótica do ser humano de se expressar, ou seja, a capacidade da exteriorização dos processos mentais através dos objetos materiais. Tais fenômenos podem ser compreendidos como fenômenos universais, e um dos primeiros exemplos dessa semiose, de acordo com o autor, são as ferramentas feitas de pedra produzidas cerca de dois e meio milhões de anos atrás.

É possível compreender que todos esses fenômenos midiáticos, desde a escrita, a criação dos papiros, livros, a imprensa, panfletos, jornais até a televisão, podem ser consideradas fenômenos desse processo de midiatização que, para o autor é “[...] o nome para a longa sequência histórica de fenômenos midiáticos sendo institucionalizados em sociedades humanas e suas múltiplas consequências” (Verón, 2014, p.15). Tal perspectiva nos permite compreender que o que vivenciamos na nossa sociedade midiatizada atual é resultado de um longo processo histórico de fenômenos midiáticos.

Verón (2014) aponta três observações sobre esse processo de midiatização: primeiro, o crescimento de um meio ou vários operando através de um dispositivo técnico-comunicacional, que afeta todas as direções de diferentes formas, intensidades em diversos níveis da sociedade; segundo, é compreender o efeito radial dos fenômenos midiáticos, que são resultado de sua natureza sistêmica; a terceira e última observação é a

aceleração do tempo provocada por esses fenômenos comunicacionais. Verón também situa três momentos importantes na história em que o fenômeno da midiática se manifesta de forma mais intensa: primeiramente, a indústria de pedra do Alto Paleolítico, depois, a criação da prensa de Gutenberg, que surge no meio do século XV, e, por último, a internet.

Hjarvard (2014b), no entanto, refletindo sobre os estudos do campo da Comunicação, aponta que os estudos tradicionais sobre mídia giravam em torno da investigação sobre a influência da mídia, analisando o processo de comunicação em si. A mídia, até então, era compreendida como um instituto desassociado da cultura e da sociedade, usada apenas como uma forma de instrumento utilizado por indivíduos para fins variados. Para ele, a midiática, ao contrário, compreende que a mídia e a sociedade estão tão entrelaçadas que não é possível separar as instituições culturais e sociais da mídia, e que o trabalho de investigação é tentar compreender como a mídia modifica as funções, o caráter e as estruturas das instituições sociais e dos processos culturais (Hjarvard, 2014b). “A cultura e a sociedade contemporâneas estão a tal ponto permeadas pela mídia que talvez já não seja possível concebê-la como algo separado das instituições culturais e sociais [...]” (Hjarvard, 2014b, p. 15).

De acordo com Hjarvard (2014b) diferentemente dos estudos de “mediação”, que buscam compreender as influências sociais e culturais dentro do próprio circuito da comunicação - emissor, receptor, mensagem -, situando tal fenômeno dentro do tempo e espaço, os estudos de midiática, em contrapartida, buscam compreender as transformações a longo prazo dos meios de comunicação na cultura e na sociedade contemporânea, buscando casos em que os meios de comunicação alcancem maior autoridade para definir a realidade e os padrões de interações sociais.

Para Hjarvard (2014b), a mídia tem característica bilateral e se torna parte integrante do funcionamento de outras instituições, como também assume caráter de figura de autoridade, impondo a outras instituições sua lógica. Para o autor, a midiática é um processo macrosocial, comparado a outros conceitos sociológicos, como a globalização e urbanização. Hjarvard (2014b) também aponta a necessidade de compreender a midiática de forma interdisciplinar, buscando utilizar teorias e metodologias de diversas disciplinas, fazendo um uso heurístico dessas perspectivas e buscando compreender o papel mutável das mídias na sociedade contemporânea.

Partindo de uma perspectiva institucionalista, Hjarvard (2015) utiliza o termo midiática também para afirmar os processos de transformações que a mídia provoca na sociedade: “Por midiática da cultura e da sociedade, nos referimos aos processos por meio

dos quais cultura e sociedade tornam-se cada vez mais dependentes das mídias e seus *modus operandi*, ou lógica da mídia” (Hjarvard, 2015, p. 53). Podemos, então, perceber que as instituições religiosas se reestruturam na sua forma de expressar a fé, seguindo lógicas midiáticas e avanços tecnológicos de sua época. Adquirem canais de televisão, constroem grandes estruturas tecnológicas dentro de seus templos, como telas de led, iluminação de palco, transmissões ao vivo via internet e perfis em mídias sociais nos quais a vida da comunidade religiosa é organizada a partir da lógica do compartilhamento de suas vivências. Logo, o processo de midiatização também influencia as estruturas da religião, não somente na forma como se coloca na sociedade, mas também no próprio fazer religioso, modificando a forma como significa a fé e experiência com o sagrado.

Ainda de acordo com Hjarvard (2014a), à medida que as instituições se especializam e se expandem ao longo do tempo e do espaço, especialmente nas condições da modernidade, as mídias tornam-se ferramentas essenciais para a interação social intra e interinstitucional, desempenhando um papel fundamental na sociedade como um todo. Assim, a midiatização é um processo social impulsionado tanto pelo desenvolvimento contínuo da mídia quanto pelas dinâmicas de diversas outras instituições marcadas pela modernidade, nas quais os agentes sociais buscam utilizar os recursos da mídia para atingir seus objetivos específicos. Sendo assim, a midiatização é tanto produto da modernização como agente fundamental da própria modernização (Hjarvard, 2014a).

Hepp (2014) por sua vez define midiatização como “[...] o conceito usado para analisar a inter-relação (de longo prazo) entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade, por outro, de uma maneira crítica” (p. 51). O autor se preocupa em propor uma diferenciação entre mediação e midiatização. Para ele, o fenômeno da mediação é uma forma de descrever o processo de comunicação, já a midiatização serve para teorizar os processos de mudança da comunicação. O autor busca um diálogo entre duas correntes dos estudos de midiatização: socioconstrutiva e institucionalista. Para Hepp (2014), a principal diferença entre elas é o foco. O institucionalismo concentra-se na mídia tradicional de massa, analisando a “lógica da mídia” e as estruturas da indústria midiática. Em contraste, o socioconstrutivismo está mais voltado para as práticas diárias de comunicação, especialmente na mídia digital, focando a construção comunicativa em transformação na cultura e sociedade. Em resumo, enquanto o institucionalismo destaca a dimensão institucional da mídia, o socioconstrutivismo destaca a dimensão situacional da comunicação.

Para fins desta pesquisa, acreditamos que ambas as correntes têm importantes contribuições para análise de nosso objeto, afinal, o *Glorify* é um objeto que se utiliza das lógicas comunicacionais para fazer suas práticas religiosas, haja vista que o aplicativo mantém uma estrutura similar de outras mídias sociais, além de compreender que existe uma tendência das instituições religiosas se apropriarem da linguagem dos *app* para o fazer religioso. Também compreendemos que a linha socioconstrutiva tem grande contribuição, afinal, a apropriação desses meios de comunicação revela uma transformação das práticas religiosas em consonância com as lógicas comunicacionais. Entretanto, percebemos que é importante compreender como e quem são os atores que constroem esses artefatos técnicos, pois as empresas de tecnologia seguem uma linha de pensamento mercadológico. Logo, suas intenções são materializadas nesses objetos e acreditamos ser importantes de analisar.

Para o autor, o termo midiatização sugere tanto aspectos quantitativos como qualitativos. Nos aspectos quantitativos, a midiatização é um processo que se propaga temporal, espacial e socialmente, e é cada vez maior na comunicação da sociedade. No que se refere ao qualitativo, Hepp (2014) aponta para a diferença de cada mídia na mudança dos processos sociais, ou seja, para ele, importa o tipo de mídia para cada tipo de comunicação.

Buscando relacionar as duas correntes, Hepp (2014) sugere o conceito de forças de moldagem que “[...] objetiva captar a especificidade de um meio no processo de comunicação” (p. 51). Tal conceito indica que não podemos definir um efeito geral ou livre de mídia específica, devemos observar que mídias diferentes moldam a comunicação de formas diversas. O conceito de forças de moldagem tem dois aspectos: a institucionalização, que não se refere apenas como a sociedade, através da repetição, torna as ações sociais em padrões a serem seguidos no futuro, mas a forma como as mídias específicas (atores específicos) tipificam essas habitualização. O segundo aspecto diz respeito à reificação, que compreende que cada meio é um conjunto de aparatos técnicos, ou seja, tomando a mídia como objeto técnico, compreende-se que elas também são atores de ações em associação com a ação humana. Tal apontamento é fundamental para compreender fenômenos como o *Glorify*, um aplicativo digital, uma tecnologia móvel, ubíqua e que não é acessível a todos - afinal, para a utilização de aplicativos como o *Glorify* é necessário também acesso a dados móveis (tais características do aplicativo serão melhor abordadas mais à frente no trabalho).

2.1. Especificidades da midiatização da religião

Como foi dito, o conceito de midiatização não é novo dentro do campo da comunicação; da mesma forma, as pesquisas acerca da relação entre religião e midiatização

não são uma novidade no campo. De acordo com Sousa (2021) o conceito de Igreja eletrônica é um dos mais antigos e populares e definiam a presença da igreja cristã na televisão.

O conceito de igreja eletrônica se relaciona diretamente ao contexto norte-americano e às ações dos chamados televangelistas (líderes religiosos que tinham a televisão como veículo preferencial para suas iniciativas no campo midiático), entre as décadas de 1950 e 1980. Nesse período, representantes do mundo protestante como Billy Graham, Pat Robertson, Oral Roberts, Jerry Falwell e Rex Humbard comandaram programas de sucesso na TV dos Estados Unidos que se expandiram, inclusive, para outros continentes (Sousa, 2021, p. 278).

Para o autor, a presença de líderes carismáticos, mensagens fundamentalistas, o “espírito de conquista” (Sousa, 2021, p. 278) nos programas televisivos religiosos tem seus precedentes nos movimento de avivamento que aconteceu nos Estados Unidos nos séculos XIX e XX, nas pregações chamadas de *camps meetings*²⁸, templos itinerantes que viajavam pelas zonas rurais pregando a mensagem de Cristo. Cunha (2002) e Sousa (2021) apontam que o estilo da pregação e a presença desses pastores carismáticos foram, de início, o ponto de partida para o sucesso nos programas de rádio e da televisão que, com o tempo, fez necessário o aperfeiçoamento das mensagens a partir lógica desses meios e a busca por novas formas de entreter o público nesses programas religiosos.

Entretanto, apesar de entender a importância da definição de igreja eletrônica para os estudos do fenômeno da midiatização da religião, concordando com o Sousa (2021), acreditamos que esse termo não abarque fenômenos que envolvem mídia e religião na atualidade. O autor faz um levantamento bibliográfico interdisciplinar de conceitos acerca do fenômeno da religião midiatizada, e aponta desdobramentos possíveis para a ideia de igreja eletrônica, apresentados no quadro abaixo.

Quadro 1 - Definição de acordo com Sousa (2021)

Mídia e religião	
Conceito	Definição de acordo com Sousa (2021)
Religião comercial	“Defendida por aqueles que acreditam que os “televangelistas não representam autenticamente a Igreja” (Assmann, 1986, p. 19), essa expressão acentua o viés comercial dos programas, muitos dos quais pediam doações e (ou) vendiam produtos. Assmann (1986) critica o conceito, uma vez que nem todos os programas religiosos apresentam tal característica. Pode-se lembrar, por exemplo, das

²⁸ O Filme *Fé demais não cheira bem*, de 1992, dirigido por Richard Pearce retrata as estruturas de tipo de manifestação religiosa.

	<p>transmissões de cultos e missas, presentes já nas primeiras emissões religiosas no rádio e que também são veiculados na televisão. Outro problema adicional do conceito consiste no fato de se limitar a uma crítica social à atuação dos televangelistas. A nomenclatura foi proposta por William F. Fore, então membro do Conselho Nacional de Igrejas dos Estados Unidos e presidente da World Association for Christian Communication (WACC), em 1983, por não aceitar o uso do termo igreja devido a questões éticas e morais. Logo, tem mais a ver com discussões internas do campo religioso do que, propriamente, com aspectos organizacionais, sociológicos e históricos”(Sousa, 2021, p. 284).</p>
<i>Marketing da fé</i>	<p>“Sugere que os programas religiosos televisivos se pautam em um modelo publicitário no qual a salvação é ofertada como mercadoria: ‘clima de sugestão – identificação de uma ‘necessidade’ não suprida – apresentação da ‘resposta’ – Ato de compra’ (Assmann, 1986, p. 20). Apesar de mais bem fundamentado que o anterior por procurar identificar uma lógica comum em tais programas, o termo também tem por desvantagem a generalização no tocante ao aspecto comercial. Sua utilização seria adequada para contextos em que pesquisadores identificam tal lógica em funcionamento. No contexto brasileiro, encontram-se traços desse modelo em programas televisivos de escuta de confissões cristãs transmitidos durante as madrugadas (Fausto Neto, 2004; Sousa, 2014)” (Sousa, 2021, p. 284)</p>
Messianismo eletrônico	<p>Messianismo eletrônico: igualmente surgiu como opção à igreja eletrônica. O caráter messiânico diz respeito às lideranças religiosas na mídia e suas promessas de curas, milagres e salvação. Assmann (1986), porém, discorda de tal definição. Segundo ele, “seria realmente uma pena que o conceito bíblico (e inclusive sociológico) de ‘messianismo’, tão prenhe de esperança e lutas históricas, ficasse aviltado dessa maneira” (Assmann, 1986, p. 21). Além das tensões que pode despertar no meio religioso e em algumas abordagens acadêmicas, como aponta Assmann (1986), trata-se de um termo problemático pela sua limitação a contextos religiosos específicos, notadamente ao âmbito cristão (Sousa, 2021, p. 284).</p>
Assembleia eletrônica	<p>“Diferentemente dos anteriores, não aparece relacionado ao fenômeno nos Estados Unidos. Manifesta uma preocupação distinta dos demais, sendo mais utilizado no meio intelectual católico com o objetivo de designar a possibilidade de uma experiência comunitária nas transmissões televisivas e radiofônicas das celebrações litúrgicas. Apesar de ainda preservar o problemático significativo eletrônico, sua formulação tem a vantagem de ir além da lógica mercadológica que permanece nos anteriores (Assmann, 1986). Preservando o sentido de experiência comunitária via mídia, o conceito poderia se expandir para além do contexto católico e com uma simples substituição de palavras (eletrônica por midiática) perder o teor instrumental. Desse modo, o termo assembleia midiática poderia ser útil em pesquisas que abordem experiências nas quais há interação entre fiéis e aqueles que conduzem os ofícios/ cerimônias/eventos religiosos em ambiente midiático. Não há uma mídia predefinida”(Sousa, 2021, p. 284).</p>

Cyberchurch e igreja virtual	“relacionam-se à atuação das igrejas na rede, o que inclui a realização de serviços e ofícios no mundo digital que estavam antes disponíveis apenas presencialmente. Ao analisar as duas expressões, P. G. Gomes (2010) sugere que a primeira é mais adequada, visto que o significante virtual se refere à “experimentação de algo antes que seja configurado como real. . . . Ora, isso não pode ser aplicado à Igreja. Uma assembleia virtual não pode ser experimentada antes” (p. 45)” (Sousa, 2021, p. 286).
Ciber-religião	Não encontramos definições rígidas que justifiquem a opção dos autores por um termo em detrimento a outro. É comum, inclusive, encontrar mais de um deles como sinônimo em um mesmo texto. São mais abrangentes, não se restringindo ao âmbito institucional cristão, tal como <i>cyberchurch</i> e igreja virtual. A despeito de ser usado como sinônimo dos demais, o termo religião 2.0 parece ter alcance mais específico, voltado a uma fase do desenvolvimento da web (2.0). De forma geral, tais termos designam a presença religiosa no mundo digital e surgem da necessidade de se nomear um fenômeno a partir de objetos específicos analisados pelos autores. O desenvolvimento das pesquisas pode levar a futuras sistematizações que seriam muito bem-vindas para a área.
Religiosidade midiática	Conceito proposto por Cunha (2002; 2009) como alternativa ao de igreja eletrônica que a autora considera não dar mais conta das complexas relações que envolvem mídia e religião. Baseando-se em autores ligados aos Estudos Culturais, como Martín-Barbero e Stuart Hall, Cunha (2002; 2009) traz à baila a noção cultura midiática, uma resposta crítica à expressão cultura de massa formulada em um contexto acadêmico em que a recepção das majorias era vista como padronizada e subordinada às intencionalidades da indústria cultural.

Fonte: Adaptado do artigo de Sousa, 2021.

Acreditamos que o conceito de Religiosidade Midiática (Cunha, 2002) seja o mais adequado para compreender a presença da religiosidade nas mídias, tendo em vista que, atualmente, como foi demonstrado na introdução deste trabalho, existe uma diversidade religiosa presente nas mídias, não se restringindo apenas à religião cristã. Outro fator importante para a compreensão desse fenômeno é entender que o processo de midiaticização não se limita à transposição dos ritos religiosos para as mídias, mas, sim, a modificação do modo de praticar a religião. Essa prática é modificada pela lógica das mídias, como no caso dos programas televisivos que seguiam uma lógica do entretenimento.

As primeiras experiências dos padres e pastores na rádio estadunidense foram marcadas pela mera transposição das prédicas dominicais para esse veículo, o que configura uma prática midiática, mas não necessariamente uma prática midiaticizada do ponto de vista da sua produção, visto que não houve transformação no âmbito da linguagem, do modo de se fazer/ser religião. Em um segundo momento, a necessidade de financiamento levou

pregadores fundamentalistas a criarem emissões mais atrativas, que incorporavam a linguagem radiofônica na construção da mensagem religiosa. Nesse caso, pode-se falar em midiaticização da religião uma vez que se verificou transformação da prática religiosa na sua articulação com o midiático (Sousa, 2021, p. 288).

Para compreender as mudanças na forma de vivenciar a religiosidade, faz-se necessário, de acordo com Cunha (2002), entender dois pontos fundamentais. O primeiro deles é o pensamento neoliberal que, de acordo com a autora, tem como base:

[...] abertura total para o mercado mundial, sem restrições (importações e exportações) e estímulo ao consumo; investimentos em aparatos tecnológicos, especialmente no campo da informatização; eliminação da presença do Estado na economia, reduzindo, ao máximo, o número de empresas estatais, favorecendo a iniciativa privada em todos os segmentos sociais (Cunha, 2002, p. 10).

Esse pensamento reflete diretamente na forma como vivemos e experimentamos a realidade, e também vai se refletir na forma de vivenciar a religiosidade. Ainda de acordo com a autora, a lógica do neoliberalismo reflete a lógica do mercado, ou seja, para o indivíduo experimentar a religiosidade é necessário que ele tenha algum tipo de poder de consumo, caso contrário, ele será excluído do meio. Essa afirmativa é de grande importância para a compreensão dos aplicativos religiosos, tema que será melhor trabalhado mais à frente nesta dissertação. Conforme detalha Cunha:

[...] para se estar incluído no atual sistema é necessário que o indivíduo seja capaz de consumir e tenha um mínimo de domínio dos aparatos tecnológicos, o que deixa de fora um enorme contingente de massas humanas, que, excluídas, "não têm salvação" e são destinadas à própria busca de sobrevivência ou mesmo passíveis de eliminação pela morte. (Cunha, 2002, p. 11)

A segunda característica apontada por Cunha (2002) é a cultura midiática. Para a autora, a ideia de cultura massiva não é mais suficiente para compreender o que se vivencia na comunidade global. Segundo ela, a lógica de consumo vai para além de uma produção de massa e consumo indiscriminado, mas também é atravessada pelas midiaticização, assim, a cultura midiática deve ser compreendida como um “quadro das interações sociais, uma nova forma de estruturação das práticas sociais, marcada pela existência dos meios” (Cunha, 2002, p. 12).

A ideia de midiaticização da sociedade indica que já não é mais possível usar a categoria “massa” para explicar a conjuntura presente. A cultura midiática vai além ao refletir o paradigma da globalização e do consumo: o mercado, atravessando os países, teria se consolidado como uma instância fundamental

de produção de sentido. Neste quadro, as massas não importariam mais, e, sim, o mercado. Na cultura midiática diferença e padronização convivem sincronicamente, pois é no âmbito do mercado, base dessa cultura, que os indivíduos e os grupos sociais constroem suas identidades, partilham expectativas de vida, modos de ser, e o poder se torna virtualizado (Cunha, 2002, p. 13).

A cultura midiática, de acordo com Cunha (2002), proporciona o que ela chama de Mercado Gospel, um mercado que tem como alvo os evangélicos, segmento que ganha força no setor fonográfico e editorial. Porém, chamamos atenção para o fato de que, atualmente, esse mercado se volta para o ambiente digital: além de ocuparem espaços seculares, como *YouTube* e *Instagram*, também se apropriam das lógicas das plataformas para a criação de produtos específicos para o mundo cristão.

Dessa forma, acreditamos ser de grande importância partir do conceito de religiosidade midiática para compreender o *Glorify*, pois entendemos que a religião como um todo, ou seja, a instituição, as práticas e a própria experiência religiosa, são moldadas pelos meios, assim, a lógica dessas mídias vai interferir diretamente no fazer religioso. Contudo, é importante lembrar que essas práticas são atravessadas pelo pensamento neoliberal, produzindo, assim, um mercado gospel, como foi apontado por Cunha (2002). É importante lembrar também que objetos como *Glorify*, que se manifestam em um ambiente digital, diferenciam-se das demais formas de midiatização da religião como, por exemplo, programas de rádio e tv, pois compreendemos assim como Hepp (2014) que cada tipo de mídia possui forças de moldagem diferentes.

Como vem sendo argumentado, portanto, a relação entre mídia e religião não é um fenômeno do século XXI, tampouco é uma relação que depende das tecnologias da contemporaneidade. A midiatização da religião é um processo que se inicia nos primórdios da história e se transforma no decorrer do tempo. Entretanto, para a finalidade desta pesquisa, faremos um recorte temporal sobre a midiatização da religião abordando com mais profundidade como se deu esse processo no Brasil, em especial a midiatização do cristianismo, tendo em vista que o objeto empírico desta pesquisa é um aplicativo que se autodenomina cristão. Abordaremos de forma mais panorâmica a midiatização de outras experiências religiosas.

2.2 Especificidades da midiatização da religião no cenário brasileiro

Entendemos a midiatização da religião como um processo amplo que abarca diversas manifestações do fenômeno religioso. Assim, podemos considerar nesse amplo conjunto a

midiatização da instituição religiosa, ou seja, a inter-relação entre o *modus operandi* da mídia e as instituições religiosas que buscam expandir suas instituições através das mídias, como também adaptam e transformam seus ritos a partir da lógica de cada mídia, além de construir e reafirmar suas teologias utilizando-se desses meios comunicacionais. Compreendendo essa espiritualidade midiaticizada que se manifesta em diversos ambientes que não estão sob o jugo das instituições, tal fenômeno se manifesta em diversos ambientes através da espiritualidade individual de cada sujeito.

Assim, a midiatização da religião é um fenômeno muito mais amplo do que a transposição de conteúdo religioso para um ambiente midiático, ou até mesmo vai para além da simples presença de uma religião na mídia, mas entendemos esse processo como uma transformação do modo de experimentar as religiosidades.

Dessa forma, quando se fala em midiatização da religião, problematiza-se distintas transformações nos modos de funcionamento do próprio campo religioso, ou seja, é um fenômeno que não se resume à transposição de conteúdo ou a estar na mídia, mas que repercute sobre o modo de se vivenciar as religiosidades. (Borelli e Regiani, 2021, p. 4).

De acordo com Borelli e Regiani (2021), a midiatização da religião tem assumido outras formas e variadas processualidades, impulsionando diferentes transformações do fazer religioso, elaboradas por indivíduos, coletivos ou instituições religiosas. Elas ressaltam que as transmissões *online* de missas, cultos e mensagens são caracterizadas por expressões corporais, gestos e tons de voz que buscam criar um sentido de proximidade, vínculo e contato. Dessa forma, a midiatização da religião pode impactar a maneira como as pessoas experimentam sua fé, introduzindo novas formas de interação com o sagrado e influenciando a linguagem e a comunicação religiosa.

Assim, compreendemos que o processo de midiatização da religião no Brasil não se trata apenas de uma “adaptação” do rito para os meios de comunicação, mas de alguma forma esse processo resultou em uma nova forma de expressar essa religiosidade. Um marco do processo de midiatização das instituições religiosas no Brasil foi o surgimento de programas televisivos específicos para um público religioso, como o programa *Fé para Hoje*, lançado em 1962, na Rede Tupi (Martins e Santos, 2016).

Para as religiões em geral, o ambiente digital emerge como um novo locus religioso e teológico. Formam-se novas modalidades de percepção, de experiência e de expressão do “sagrado” em novos ambientes comunicacionais, mediante a exponencial quantidade de textos, imagens, sons e vídeos religiosos que circulam ininterruptamente em plataformas sociodigitais (Sbardelotto, 2018, p. 72).

A presença da religião nas diversas mídias, desde registros em papiros até as mídias digitais, tanto através da religião institucional como através da religiosidade individual,²⁹ permite ao indivíduo experimentar o sagrado de outras formas que são determinadas pelas lógicas individuais de cada mídia, ou seja, mídias diferentes moldam a comunicação de formas diferentes (Hepp, 2014). Dessa forma, observando que dependendo das condições histórico-culturais a mídia se modifica e, por consequência, também a forma como nos comunicamos, para Sbardelotto (2017, p. 77) 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. (idem).

Para o autor, é possível perceber processos comunicacionais que moldaram e continuam moldando a história do Cristianismo e a midiatização é a chave para compreender a inter-relação entre sociedade, tecnologia e mídia, mesmo compreendendo que vivemos em um mundo digital.

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” (Sbardelotto, 2017, p. 68).

Em um contexto digital, com a existência de diversos aplicativos religiosos que apontamos anteriormente, compreendemos que a partir do uso/significado dado pelas sociedades tais artefatos tecnológicos podem moldar essa evolução do cristianismo apontada por Sbardelotto. Ainda 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 utiliza desse meio muitas vezes reformulando suas práticas. Esse movimento é chamado por Sbardelotto (2017) de “reforma” e “contrarreforma” digitais e

²⁹ Aqui, inspirado nos pensamentos de Magalhães e Portella (2008), faço uma diferenciação entre instituição religiosa e religiosidade individual, chamo de instituição religiosa todo o grupo religioso que possui uma liderança, alguma forma de organização clerical e uma sistema mais fixo de crença, diferentemente da religiosidade individual que é o sistema mitológico/simbólico criado pelo próprio indivíduo, a religiosidade individual funciona muitas vezes com uma forma de bricolagem de crenças, uma característica muito comum no mundo pós segunda guerra mundial.

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.

Sendo assim, a interface existente entre religiosidade e comunicação e o processo de midiática 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” (Sbardelotto, 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.

Além das religiões cristãs, o processo de midiática da religião está presente em diversas denominações religiosas, tanto na busca por novas formas de experimentar o sagrado, como em novas formas de divulgar instituições religiosas e atrair novos membros à comunidade. Se voltarmos no tempo ao período da Ditadura Militar, podemos notar que o Brasil foi marcado por experimentos culturais e manifestações artísticas que tinham o discurso pautado na “filosofia da Nova Era”, ou seja, a busca por novas experiências religiosas que, de alguma forma, foram rompendo com as três grandes religiões monoteístas: Judaísmo, Islamismo e Cristianismo (Magnani, 2000). Encontramos nesse contexto, Caetano Veloso, Raul Seixas, Mutantes, Gilberto Gil entre outros que, em suas produções musicais, acionaram esses valores. Jornais como *O Pasquim* publicavam informações sobre tais práticas. Essa cultura da Nova Era se instala no Brasil em um período marcado por diversos congressos, lojas e centros, muitas vezes denominados “esotéricos” (Magnani, 2000).

A partir de 1980, o crescimento das igrejas evangélicas, em especial os grupos neopentecostais como a Universal do Reino de Deus e Igreja da Graça, tiveram suas origens marcadas pelo uso intensivo das mídias tradicionais, como programas televisivos em canais abertos, rádios e jornais, sendo esses seus pontos principais de divulgação e crescimento (Martino, 2012b). Posteriormente, surgem figuras como Padre Marcelo Rossi que, utilizando estratégias midiáticas para divulgação de mensagens religiosas, promoveu encontros denominados pelas mídias de “showmissas” (Martino, 2012a).

Percebe-se, então, que o entrelaçamento entre mídia e religião tem provocado diversos eventos importantes nos séculos XX e 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 contemporânea. Eventos como 11 de setembro são

exemplo de como a presença da religião nas diversas mídias pode representar a “religião do outro” (Islã) construindo, assim, a imagem do islamismo no ocidente, fazendo com que a religião estivesse no centro novamente da discussão social (Hoover, 2014).

No Brasil, as religiões podem se utilizar das mídias de diversas formas, como por exemplo, construir a imagem de outras religiões. Casos protagonizados pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), em 1999, em seu jornal *Folha Universal*, publicou a imagem da Yalorixá Gildásia dos Santos e Santos, conhecida como mãe Gilda, com os olhos tapados, com uma tarja preta, associada à matéria “Macumbeiros charlatões lesam o bolso e a vida dos clientes”, conforme De Miranda (2021). Depois da publicação, o terreiro de Mãe Gilda foi invadido por outro grupo religioso, da Assembleia de Deus, e a Yalorixá foi agredida verbal e fisicamente. Após os ataques, Mãe Gilda faleceu devido a um infarto. Tais acontecimentos deram início a uma longa jornada de lutas políticas e de mobilização dos terreiros, resultando no Dia Nacional de Combate à Intolerância Religiosa, celebrado em 21 de janeiro, por meio da Lei nº 11.635. (De Miranda, 2021). Esse caso reforça o que foi apontado por Hoover (2014), pois a utilização de meios de comunicação, que no caso da IURD é um jornal próprio da igreja, constrói imagens da religião do outro, utilizando essa mídia para confirmar sua teologia, corroborando com as tensões existentes entre as religiões de matriz africana e a IURD.

Outra forma de utilização das mídias, também protagonizado pela IURD, tomada aqui como exemplo, utiliza-se das mídias para construção de sua teologia, ou seja, a mídia é uma ferramenta fundamental não somente para a divulgação de sua religiosidade, mas para orientar o próprio sentido de vida do fiel. Observamos a presença da ideia de uma batalha espiritual entre Deus e o Diabo, com constante demonização das religiões de matriz africana. Outro caso que reforça essa ideia, também protagonizado pela IURD, foi o lançamento do livro “Orixás, Caboclos E Guias: Deuses ou Demônios?”, escrito pelo fundador da Igreja, Edir Macedo, cujo objetivo é interpretar as religiões de matriz africana e o espiritismo a partir da teologia da IURD, fazendo associações das divindades dessas religiões a demônios. O livro também traz dez passos que poderão levar a pessoa “à completa libertação”. Nota-se que nesses dois casos protagonizados pela Igreja Universal do Reino de Deus, as mídias ultrapassam a função de divulgação da mensagem, mas passam a ser uma peça fundamental da construção da religiosidade, não somente da instituição, mas de todo um contexto sociorreligioso, reforçando, através da circulação da mensagem religiosa, as tensões existentes entre diversas religiões.

Como foi apontado anteriormente, mídias diferentes proporcionam forças de moldagem diferentes (Hepp, 2014). As representações das religiões em filmes, reportagens, músicas e outros produtos midiáticos, para Hoover (2014), 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 ocorre um enfraquecimento dos líderes religiosos, instituições e doutrinas. Nesse processo, 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, verifica-se que cada vez mais as práticas religiosas são construídas e afetadas pelo processo de midiatização (Verón, 2014; Hjarvard, 2014, 2015; Hepp, 2014), seja pela divulgação de conteúdo na internet ou pela transposição total do rito para o ambiente *online*. Conforme Martino (2012a), 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, 2012a, p. 222).

Entretanto, quando nos deparamos com um objeto como *Glorify*, percebemos que apesar de entender que se trata de um processo de midiatização da religião, afinal, a “lógica das mídias” digitais está presente nas oportunidades de uso do aplicativo, e que suas características moldam as relações sociais a partir dos atributos específicos da mídia digital, acreditamos que o conceito de midiatização não é suficiente para contemplar todas as nuances de análise e compreensão do objeto. Dessa forma, acreditamos que os processos de midiatização, embora tenham nos ajudado a compreender o fenômeno mais amplo de midiatização da religião, precisam ser ampliados a partir de uma abordagem de um outro fenômeno, mais específico, que é o da plataformização. No próximo capítulo, buscaremos compreender o que os estudos de plataforma nos revelam acerca do nosso objeto, e tal movimento nos ajudará a entender as peculiaridades desse ambiente que são as plataformas.

3. PLATAFORMIZAÇÃO DAS PRÁTICAS RELIGIOSAS NA SOCIEDADE MUDIATIZADA

Se buscarmos por palavras-chave como “meditação” ou “oração” em lojas de aplicativos *mobile*, encontraremos uma diversidade de opções voltadas às práticas religiosas, desde “orações do dia” à limpeza de chачras. O celular se torna, então, espaço de troca de dados entre usuários e empresas de tecnologia, que criam esses aplicativos e aprimoram a experiência religiosa do usuário a partir dos dados cedidos pelos próprios usuários. As tecnologias usadas nesses aparelhos computacionais, como câmara em alta definição, geolocalização e giroscópio associado à mobilidade, para citar apenas alguns exemplos, permitem ao usuário experimentar uma nova forma de vivenciar o sagrado através da tecnologia.

Inspirados nas leituras de Lemos (2009; 2013), buscamos entender a relação entre os atores humanos e não humanos, que criam uma rede em um espaço plano, ou seja, os atores são vistos de forma igualmente importantes para o processo da criação do social (Lemos, 2013). Aqui, compreendemos os atores não-humanos como artefatos tecnológicos produzidos pela sociedade. Sendo assim, a materialização desses artefatos tem ação na sociedade, ou seja, objetos técnicos têm uma participação ativa na construção da cultura.

Os objetos técnicos definem, em sua configuração, uma certa partição do mundo físico e social, atribuem papéis a certos tipos de atores — humanos e não-humanos — excluindo outros, autorizam certos modos de relação entre estes diferentes atores etc. de maneira tal que eles participam plenamente da construção de uma cultura, no sentido antropológico do termo, ao mesmo tempo que eles se tornam obrigatoriamente os mediadores em todas as relações que nós mantemos com o “real” (Akrich, 2014, p. 116).

Akrich (2014) nos aponta a importância de compreender tais objetos, pois eles refletem as relações sociais existentes também moldando essas relações, ou seja, objetos técnicos interferem diretamente na forma como as pessoas se relacionam. Dessa forma, olhando para o objeto dessa pesquisa, podemos apontar que a criação de um aplicativo religioso é um resultado de uma sociedade organizada por aplicativos, tendo em vista a presença de imensa diversidade de *app* na sociedade, desde aplicativos de mobilidade como *Uber* ou de relacionamento com o *Tinder*, até mesmo os que prometem uma comunhão com Deus como é o caso do *Glorify*.

É importante ressaltar que aplicativos como o *Glorify* reforçam a ideia de uma religiosidade individual, uma tendência que está de acordo com o movimento de individualidade própria da modernidade. Partindo desse ponto, se pensarmos na

materialização dessas tecnologias, reconhecemos a política existente nos próprios artefatos tecnológicos, conforme Winner (2017), que defende que é importante compreender as políticas das “coisas tecnológicas”, buscando o sentido além daquele determinado pelo sistema social e econômico no qual o artefato está inserido. Para ele, os artefatos têm políticas em si mesmo, ou seja, a própria estrutura tecnológica possui uma política, pois a construção delas reflete as circunstâncias sociais no qual aquela tecnologia foi construída. Nessa perspectiva, devemos entender o que esses aparatos técnicos “fazem fazer”.

Logo, as relações existentes entre os artefatos tecnológicos móveis, ou seja, celulares, *tablets*, assistentes virtuais, aplicativos e todas as tecnologias e serviços que se utilizam da localização, sensores e redes digitais sem fio (Lemos, 2009) e os seres humanos, geram diversos sentidos. Um deles, como já foi apontado anteriormente, é a religião. Os artefatos tecnológicos podem ser ressignificados pela ação religiosa e vice-versa. Como exemplo, a assistente virtual *Alexa* da *Amazon* pode também ser usada para acompanhar a uma senhora de 82 anos em sua oração diária³⁰. Entretanto, tais artefatos também modificam o fazer religioso. De acordo com Nunes (2022), os aplicativos de leitura impactam a forma como as pessoas consomem a Bíblia. A experiência de um aplicativo portátil e personalizado influencia a forma como o usuário lê, de acordo com suas necessidades e interesses.

A criação e uso dessas tecnologias presentes nesses aplicativos em que os atores - usuários, criadores de aplicativos, criadores dos *smartphones*, entre outros - se relacionam por meio de tensões assimétricas de poder, fazem com que esses objetos tecnológicos sejam programados e reprogramados a partir de um contexto social que influencia diretamente nesses objetos. Nesse contexto, para a compreensão do aplicativo *Glorify*, se faz necessário adentrar na discussão sobre mobilidade, haja vista que estamos falando de um aplicativo *mobile*.

Para Lemos (2009), a mobilidade é uma questão central para compreender o espaço urbano, desde a origem das necrópoles até as cidades industriais do século XX. Para o autor, “[...] a cidade informacional do século XXI encontra na cultura da mobilidade o seu princípio fundamental: a mobilidade de pessoas, objetos, tecnologias e informação sem precedente” (Lemos, 2009, p. 28). A combinação de mobilidade e geolocalização fez com o que a concepção de espaço se modificasse. A computação ubíqua faz com que mobilidade espacial e mobilidade informacional construam novos espaços, porém, não anulando os espaços já

30

Disponível

em:

<<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/02/19/do-pai-nosso-a-ave-maria-saiba-como-fazer-a-alexa-rezar.html>>. Acesso em 19 jan. 2024.

existentes, mas os ressignificando (Lemos, 2009). Essas características da mobilidade e das transformações causadas por elas se refletem nos espaços e práticas sagradas.

Um exemplo dessa transformação é a igreja Bola de Neve Church que, de acordo com Campos e Benkenstein (2022), incorpora estratégias de mídia social para oferecer uma experiência espiritual. Utilizando transmissões ao vivo dos cultos, a igreja possibilita que os membros participem das cerimônias mesmo quando estão fisicamente distantes do templo - prática que foi mais amplamente difundida por outras igrejas após o período de isolamento da pandemia. Essa abordagem amplia as oportunidades de envolvimento religioso para além das fronteiras do espaço físico da igreja. A mobilidade dos artefatos tecnológicos oferece ao usuário a possibilidade de estar em conexão com a Igreja de qualquer lugar, a partir de uma conexão com a internet mediada por esses espaços digitais.

Percebemos que diferentemente dos usos de aplicativos por igrejas como a Bola de Neve, que buscam de certa forma expandir os espaços de templo religiosos específicos, aplicativos como o *Glorify*, por não estarem diretamente associados a nenhuma instituição religiosa (ou seja, a princípio, independe de uma instituição específica) podem ser compreendidos como um aplicativo que se justifica nele mesmo, ou seja, sua existência é independente de um local sagrado físico como, por exemplo, as igrejas. Aplicativos como o *Glorify* são diferentes de todos os outros aplicativos que estão associados a uma instituição religiosa, pois estes ainda necessitam do espaço sagrado para ter um sentido de existência, a exemplo do aplicativo das igrejas Bola de Neve e *Power Church*, citados anteriormente.

Dessa forma, compreendemos que o *Glorify* cria espaço sagrado ubíquo, ou seja, através do uso do *app* existe uma espécie de consagração temporária e individual transformando o espaço em um lugar sagrado mesmo que temporariamente. E, por se tratar de um objeto *mobile*, essa consagração acontece em qualquer lugar onde o aplicativo tenha cobertura da internet. Dessa forma, diferentemente da compreensão do espaço sagrado físico, como templos de igreja, aplicativos como o *Glorify* criam uma esfera sagrada que intersecciona três espaços, o físico, que compreendemos ser o espaço das materialidades, o online, o espaço dos algoritmos e o transcendental, que é o espaço sagrado.

Nesse ponto, reforçamos que entendemos que não existe apenas uma transferência dos ritos para espaços digitais, assim como também é compreendido na lógica da religiosidade midiática (Cunha, 2002), mas acreditamos em uma nova forma de expressão dessa religiosidade. Concordamos com Erick Felinto quando afirma que “[...] a questão central das novas mídias já não é a transferência do labor humano para as máquinas, mas sim

a expansão do potencial criativo do homem através das tecnologias de informação e comunicação” (Felinto, 2011, p. 03).

Durante o período conhecido como *Early cyberculture*, palavras como cibercultura semearam no imaginário da sociedade uma gama de pensamentos de um futuro automatizado pelas máquinas. Esse imaginário pode ser compreendido, de acordo com Felinto (2011), a partir de produções cinematográficas como o filme *War Game* (1983) e *Tron* (1982). Filmes como *Matrix* representavam uma “[...] desmaterialização da figura das máquinas [que] é acompanhada por uma desmaterialização do corpo humano. Neo, o protagonista de *Matrix* (1999), trava suas batalhas sem fazer uso de seu corpo real, por meio de uma ‘imagem digital’ de si mesmo” (Felinto, 2002, p.20). O autor nos chama a atenção para o uso do imaginário da sociedade que compreendia as novas tecnologias a partir de um olhar religioso. Através dos usos de metáforas para essa transcendência do mundo real para o mundo virtual, para Felinto (2002) a forma como a sociedade imagina as novas tecnologias afeta diretamente a forma como interagimos com esse mundo virtual.

O sujeito cristão, ao se defrontar com as novas tecnologias, também interpretou esses artefatos a partir da mitologia cristã. Um exemplo desse imaginário é protagonizado pelo pastor Josué Yrion que, em 1997, fez uma pregação³¹ acerca das estratégias do diabo para alcançar a alma das crianças através das tecnologias. Na pregação, o pastor cita o caso de crianças na Argentina que foram possuídas pelo espírito do lesbianismo após contato com o programa *Os smurfs*. Outro exemplo dado pelo pastor Josué é o do jogo digital *Doon*, pelo qual o diabo irá nos ensinar como chegar ao inferno e desfrutar dos demônios. A interpretação religiosa cristã acerca das mídias e tecnologia mudou no decorrer do tempo, entretanto, a interpretação da tecnologia como elemento demoníaco ainda se faz presente, como é o caso de pastor Marcos Feliciano que faz uso da tribuna do congresso para fazer uma fala acerca das mídias e das novelas da Rede Globo que influenciam de forma maligna as famílias brasileiras, segundo ele, ensinando as crianças a serem homossexuais³².

Assim como aponta Sbardelotto (2017), no processo de midiatização da religião, a religião cristã se apropria dessas plataformas digitais, resignificando-as, como é o caso de aplicativos similar ao *Tinder*, mas voltado para o público cristão: *Divino amor fé* e *Chat*

³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2RfAsM_XNS4>. Acesso em 15 mai. 2024.

³² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RPX7U9xAAQQ>>. Acesso em 15 mai. 2024.

*cristão*³³, *Amor em Cristo*³⁴, *Romance Cristão: Namoro*³⁵, entre outros diversos outros aplicativos voltados exclusivamente para relacionamento cristão. Além de aplicativos de relacionamento, é possível observar aplicativos de jogos, músicas e filmes voltados para o público cristão disponíveis para compra e *download*.

Compreendemos assim que, nesse processo amplo da midiatização da religião atravessado pelo pensamento neoliberal (Cunha, 2002), surgem produtos como o *Glorify*, aplicativos mobiles (Lemos, 2009; 2013) que expandem as possibilidades humanas (Felinto, 2002) transformando, através de suas práticas, os espaços em lugares sagrados durante o período de uso desses aplicativos. Porém, compreendendo tais objetos técnicos como plataformas digitais, passamos ao entendimento de que são construídos e reconstruídos pela tensão de diversos atores que se relacionam de forma assimétrica nesses espaços e são mediados por lógicas específicas de funcionamento. Dessa forma, no próximo tópico, faz-se necessário entender como esses espaços digitais funcionam como plataformas para, assim, compreender as implicações desses espaços na construção das experiências religiosas.

3.1. Os estudos de plataforma

Para compreender a manifestação religiosa em aplicativos como o *Glorify*, acreditamos ser necessário acionar os estudos de plataforma (Poell, Nieborg, Van Dijck, 2020; D'Andréa, 2020) e suas contribuições para avançar em aspectos abordados pelos estudos de midiatização, compreendendo que, na atualidade, o ambiente digital é heterogêneo, com diversos mediadores em uma larga rede de plataformas que se conectam e compartilham dados mediados por algoritmos.

Os estudos de plataforma buscam seus conceitos no campo de conhecimento dos chamados Estudos de Ciência e Tecnologia, que são mais conhecidos por seu nome e sua sigla em inglês: *Science and Technology Studies* (STS). O ponto central da discussão dos STS é evitar análises em que a tecnologia é o centro e o único “objeto causador” na sociedade, evitando interpretações tecnocêntricas e tecnicistas, devendo também compreender que a sociedade sozinha não determina o uso dessas tecnologias:

³³ Disponível em: <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.matchlatam.divinoamorapp>>. Acesso em 15 mai. 2024.

³⁴ Disponível em: <<https://play.google.com/store/search?q=Amor%20em%20Cristo&c=apps>>. Acesso em 15 mai. 2024.

³⁵ Disponível em: <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.romancecristao.app>>. Acesso em 15 mai. 2024.

[...] os Estudos de Plataforma postulam que devemos evitar usar termos como “impacto tecnológico” e voltar nossa atenção para os modos como, em meio a um complexo e assimétrico jogo de poder, os usuários e as materialidades se constituem mutuamente. (D’andréa, 2020, p. 14).

Dessa forma, os estudos de plataforma compreendem que a construção de uma plataforma se dá nas tensões criadas pelas relações assimétricas entre as empresas desenvolvedoras e os usuários. Dessa forma, aplicativos como o *Glorify* se constroem e se reformulam a partir dessas tensões, e isso pode ser percebido nas atualizações feitas pela empresa. Plataformas, de acordo com Poell, Nieborg e Van Dijck, são como:

[...] 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.0 4).

Podemos compreender, então, que tais aplicativos são plataformas em que existe uma relação entre usuários e desenvolvedores, havendo troca de dados organizados e processados por algoritmos. Entretanto, as plataformas digitais muitas vezes são equivocadamente compreendidas como ambientes “neutros”, pois os usuários fornecem seus dados, produzem conteúdos e se apropriam dessas ferramentas, muitas vezes ressignificando as práticas que foram previamente definidas pelos desenvolvedores, sem se dar conta como os processos operam nos bastidores. Entretanto, é importante compreender que tais ambientes digitais são mediados por empresas que possuem modelos de negócios, políticas e governanças próprias, que respondem a interesses monetários e financeiros (D’Andréa, 2020) que se materializam nas formas de um aplicativo.

Compreendemos que as plataformas digitais se estabelecem em uma rede complexa de conexão de atores humanos e não humanos. Para os fins dessa pesquisa, partindo de uma metodologia indiciária (Braga, 2008), percorremos um caminho que revelou três atores: desenvolvedores, usuários e embaixadores. O primeiro são os criadores e desenvolvedores, eles são responsáveis pela criação do *app* e de seu conteúdo. O segundo são os usuários, que são pessoas de diversos níveis de vinculação a instituições religiosas cristãs que utilizam o *app*, podendo divulgá-lo em outras plataformas de mídias sociais, assim como também dando seu *feedback* em avaliações nas lojas de aplicativos. O terceiro são os embaixadores, influenciadores do mundo gospel que têm relevância nas mídias sociais e, eventualmente, falam do aplicativo. Diversos conteúdos do *app* são narrados por esses influenciadores cristãos, abordando diversos conteúdos. Os embaixadores são cristãos de diversas denominações, ou seja, pertencem a instituições religiosas diferentes.

É importante compreender que o *Glorify* também está inserido em uma rede de aplicativos. Em outras palavras, a existência dele depende de outras plataformas que oferecem as infraestruturas onde tais aplicativos são hospedados. Mintz (2019) nos indica a importância de compreender a relação entre as diferentes plataformas digitais, pois a interoperabilidade delas proporciona um fortalecimento de plataformas em detrimento de outras criando, assim, empresas com grande poder. Essas empresas conhecidas como *Big Five*³⁶ – *Alphabet-Google, Amazon, Apple, Facebook e Microsoft* - consolidaram-se com serviços e infraestruturas capazes de acumular e gerenciar grande quantidade de informações geradas pelos usuários, possibilitando, assim, a criação de uma rede constante e ininterrupta de fluxo de dados, além de serem empresas que fornecem infraestruturas para o funcionamento de outras plataformas.

Para D'Andréa (2020), com a chamada web 2.0, tais empresas são responsáveis por mediar, através de seus “termos e condições de uso”, os modos de uso de suas plataformas, que podem propagar preconceitos, desigualdades e até influenciar processos eleitorais. Nessa perspectiva, Mintz (2019) alerta que empresas como *Apple* e *Google*, donas dos dois sistemas operacionais mais utilizados nos dispositivos móveis (*iOS* e *Android*), são responsáveis por hospedar e gerenciar todos os aplicativos compatíveis com esses sistemas. Nesse contexto, percebe-se a importância de compreender as dimensões tecnológicas das mídias sociais ou das plataformas que atuam nas diversas áreas da sociedade.

De acordo com D'Andréa (2020), um dos paradoxos das “plataformas *online*” é que, por um lado, essas infraestruturas se consolidam em um modelo de centralização de fluxos informacionais e financeiros, porém, a relação e as conectividades entre diversas plataformas criam um “ecossistema” de plataforma, ou seja, uma rede com diversas ligações. Essas plataformas compartilham e distribuem os dados coletados, ou seja, ao mesmo tempo em que as plataformas *online* centralizam os dados em suas infraestruturas, elas também descentralizam essas informações: “Um aspecto que consolida e singulariza a ideia de ‘plataforma *online*’ é a crescente adoção de uma arquitetura computacional baseada na conectividade e no intercâmbio de dados” (D'Andréa, 2020, p.14).

Baseadas em robustas infraestruturas – em geral nomeadas como servidores “na nuvem” –, as plataformas se consolidam a partir de um modelo centralizado de fluxos informacionais e financeiros. Por outro lado, a interoperabilidade entre as plataformas faz emergir um “ecossistema” de plataformas (VAN DIJCK, 2013) que se articula de modo distribuído. Centralizar e, ao mesmo tempo, descentralizar é apenas um dos “paradoxos”

³⁶ São as cinco principais empresas de tecnologia do mundo. De acordo com D'Andréa (2020), o seu poder de investimento em infraestruturas é o que garante a centralidade dos serviços do cotidiano, influenciando diversos setores da sociedade, incluindo processos eleitorais.

que marcam a atuação das plataformas online. (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018, p. 13) (D'Andréa, 2020, p.14).

Assim, para compreender o *Glorify* através dos estudos de plataforma, faz-se necessário entender como se dão as materialidades dos usos e das práticas ofertadas dentro do próprio aplicativo. Para D'Andréa (2020), um caminho possível e didático para compreender as plataformas digitais é analisar a partir das cinco dimensões da plataforma: Datificação e algoritmos; Infraestrutura; Modelo de negócios; Governança; Práticas e *affordance*.

Datificação refere-se ao processo de transformação de informação coletada de diversas práticas sociais em dados (D'Andréa, 2020). Entretanto as plataformas digitais não estão preocupadas apenas em coletar e processar esses dados, mas sua concentração está também voltada para o compartilhamento desses dados para construção de outros serviços. Bitencourt (2021), em sua pesquisa sobre tecnologias vestíveis, indica como a datificação dos corpos pode ter diversos desdobramentos na sociedade, incluindo a criação desse “novo corpo” que ele chama de *smartbody*.

Os algoritmos, por sua vez, são um conjunto de comandos que organizam as plataformas, comandos de programação responsáveis pela coleta e tratamento desses dados, tomando decisões de forma automática e personalizando as informações oferecidas para o usuário (D'Andréa, 2020). A datificação e os algoritmos são fundamentais para a organização e apresentação das informações para os usuários.

Infraestruturas são os elementos materiais que possibilitam o funcionamento de toda essa estrutura digital das plataformas (D'Andréa, 2020). De forma geral as infraestruturas são os cabeamentos, os servidores, banco de dados entre outros elementos materiais que sustentam essa plataforma. D'Andréa (2020) nos chama atenção para a importância de compreender a relação entre as mídias e infraestruturas, pois é o movimento de investimento feito pelas plataformas digitais em infraestruturas que dão a essas plataformas o poder de gerenciamento maior desses dados. Van Dijck (2022) nos oferece a analogia da árvore que nos facilita compreender a importância de investigar a monopolização dessas infraestruturas por parte de algumas empresas. As raízes são o firmamento de todo esse ecossistema das plataformas, elas penetram no mais profundo do solo, muitas vezes conectando-se a outras raízes e por consequência, em outros ecossistemas.

Para vislumbrar a natureza hierárquica e interdependente do ecossistema de plataforma, imaginamos uma árvore com três camadas interconectadas: as raízes de infraestruturas digitais chegam ao tronco de plataformas intermediárias que se ramifica em setores industriais e sociais de onde brotam galhos e folhas. Esta metáfora enfatiza como as plataformas constituem sistemas dinâmicos “vivos” que

constantemente se transformam, “co-moldando” sua espécie. (Van Djick, 2022. p.26).

Já os modelos de negócios são as estratégias utilizadas pelas plataformas para agregar valor aos seus serviços, ou seja, são os planos de mensalidade para o uso completo dos serviços, compras de itens dentro da própria plataforma, muito comum em jogos digitais, compra de conteúdos exclusivos, entre outras diversas estratégias para criar valor. D’Andréa (2020) também nos alerta que, para entender como funcionam as lógicas econômicas de uma plataforma, precisamos compreender a intrínseca relação entre o “[...] armazenamento, processamento e intercâmbio dos dados fornecidos, de forma voluntária ou não, por seus diferentes tipos de usuários” (D’andréa, 2020, p. 37) pois, o intercâmbio de dados entre plataformas, mediados por algoritmos, podem oferecer para o usuário produtos personalizados baseados nos dados cedidos pelos próprios usuários. Um exemplo disso são as propagandas e posts patrocinados nas mídias sociais, que são oferecidas a partir dos interesses do usuário.

A governança de uma plataforma refere-se a “[...] um conjunto heterogêneo de mecanismos e práticas de ordem técnica, política, jurídica e comercial que regulam seu funcionamento” (D’Andréa, 2020, p. 42). Ou seja, todas as regras estabelecidas pelas empresas, tais como o que é publicável ou não, as regras de conduta, protocolos de denúncia, regras de uso, formas de pagamento e todas as outras regras estabelecidas em contratos como os “termos de uso” ou “políticas de privacidade” são regras que norteiam o funcionamento das plataformas. Para D’Andréa (2020), uma das políticas centrais da governança das plataformas digitais é a moderação de conteúdos, pois existe a necessidade de organizar e fiscalizar os conteúdos publicados tanto pelos usuários como pelos próprios aplicativos.

Um dos pontos fundamentais para a compreensão das plataformas são os usuários, pois as plataformas se materializam e suas práticas são significadas por esses atores. É importante lembrar que muitas vezes os significados dados pelos usuários fogem dos planejamentos feitos pelas empresas. Por esse motivo, compreender as práticas e *affordances* se torna tão importante para compreender as plataformas digitais. D’Andréa afirma que “A noção de *affordance* é especialmente interessante para atentarmos aos modos como usuários constituem suas práticas a partir das possibilidades políticas e materiais propostas pelos desenvolvedores” (2020, p. 47). São as formas como os usuários utilizam os aplicativos a partir das práticas oferecidas pelos desenvolvedores (D’Andréa, 2020), e se dão, por exemplo, através dos ícones, textos ou simplesmente a própria mecânica³⁷ de uso do aplicativo.

³⁷ Usaremos o conceito de mecânica a partir dos estudos de Gamificação, que de acordo com Sato (2010) compreende mecânica como o sistema de funcionamento do jogo. Esse assunto será abordado mais à frente no texto.

Entretanto, o fenômeno das plataformas digitais não se restringe apenas em compreender o funcionamento desses espaços digitais, ou seja, não nos interessa apenas compreender como se dá o funcionamento de aplicativos religiosos, mas como essas plataformas religiosas se relacionam com a sociedade impactando as práticas sociais. Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) nos apontam a importância de compreender as plataformas como processo e não apenas como coisa. Esse movimento de compreender as mudanças causadas por plataformas ficou conhecido como *plataformização*, que, por sua vez, é mais amplo e, a partir dos estudos culturais, “[...] leva à (re)organização das práticas culturais em torno de plataformas, enquanto essas práticas moldam simultaneamente as dimensões institucionais de uma plataforma” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020 p. 06). Os autores nos apontam para a forma como as plataformas se expandem na sociedade através dos diversos aplicativos, fazendo com que os limites desses espaços digitais sejam ampliados na medida em que essas infraestruturas se conectam, criando, assim, uma rede de plataformas que são construídas a partir da coleta e compartilhamento de dados, mercado e governança (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020).

Por meio de aplicativos de usos variados como *apps* de compra, mobilidade urbana, transmissores de conteúdos audiovisuais, relacionamento, redes sociais e como aponta essa pesquisa, os aplicativos religiosos, as plataformas expandem a sua força através de todas essas *apps* que estão integrados nas mais diversas áreas da sociedade. Observar o fenômeno da *plataformização* da religião pela expansão das plataformas materializadas em aplicativos, dispositivos e todos os objetos tecnológicos revela o aumento do poder do processamento dessa coleta de dados, onde “[...] essa infinidade de extensões das plataformas permite que os empresários transformem praticamente todas as instâncias de interação humana em dados” (Poell; Nieborg; Van Dijck. 2020. p. 06).

Compreendendo a religiosidade como um dos aspectos da existência humana, entendemos que através de uma plataforma como o *Glorify* a nossa esfera íntima espiritual pode ser medida, datificada e moldada por essa plataforma; que o *app* nos fornece através de suas funcionalidades um espaço sagrado móvel, ou seja, o espaço de conexão com o sagrado que pode ser alcançado de qualquer lugar. Assim como foi dito anteriormente, a sua existência está justificada nele mesmo, e essa característica nos leva a pensar em um amplo alcance de uso, pois essa suposta neutralidade das plataformas possibilita ao usuário utilizá-lo sem a necessidade de pertencer a uma comunidade, assim como também serve a pessoas que são pertencentes a alguma comunidade religiosa, afinal, ele é um aplicativo que tem como principal objetivo “conectar o usuário a Deus”.

Entretanto, na perspectiva da plataformização, podemos compreender que esse processo da implementação das plataformas digitais não funciona da mesma forma como o processo de midiaticização, e que a “lógica das mídias”, moldando as relações sociais, como aponta (Hjarvard, 2015), não abarca o processo de plataformização. Uma característica do processo de plataformização apontada por Mintz (2019) é que o plano de fundo da organização das relações sociais pela “lógica das plataformas” é a institucionalização desses espaços administrado na maioria das vezes por empresas que, como já foi apontado anteriormente, trazem outras lógicas orientadas por modelos de negócios específicos.

Isso nos leva a refletir sobre a forma como tais lógicas plataformizadas moldam as relações sociais e, no caso desta pesquisa, a forma como esse processo modifica as práticas religiosas. Para compreensão do *Glorify*, partimos de uma perspectiva de que nosso objeto é um aplicativo móvel, que tem sua estrutura baseada nas características de uma plataforma e que esse aplicativo reflete os processos de plataformização da sociedade. Para compreender a forma como esse aplicativo funciona, partimos da percepção que seu funcionamento parte de uma lógica gamificada que, de acordo com Koivisto e Hamari (2019), é a utilização do designer dos jogos para melhorar a experiência do usuário, visando motivação do usuário através de *affordances* “lúdicas” - aspectos que exploraremos a seguir.

3.2. Gamificação na plataforma

A jogabilidade dos aplicativos, ou seja, as regras do funcionamento do jogo ou simplesmente mecânicas (Sato, 2010) é a forma como, no nosso caso, o aplicativo vai funcionar. Quando o *app* é pensado a partir das regras da gamificação, o desenvolvedor pretende proporcionar uma experiência ao usuário (Novak, 2017). O autor defende que o desenvolvedor necessita equilibrar os desafios a partir das habilidades do usuário: “um game é equilibrado quando os jogadores percebem que é consistente, justo e divertido” (Novak, 2017, p. 202), ou seja, a recompensa que eu ganho a partir dos desafios diários propostos pelo aplicativo é justa, e isso me faz permanecer e perseverar.

Para Novak (2017), o jogo necessita ter metas claras para que o jogador possa compreendê-las da forma mais fácil possível. Veremos mais adiante que o aplicativo *Glorify* faz uso dessas lógicas gamificadas para proporcionar ao usuário uma experiência mais dinâmica e lúdica, com metas e recompensas que, por consequência, nos fazem passar mais tempo no *app*. Ao criar metas diárias que são recompensadas, seja por “gotas” que nos possibilitam “comprar” conteúdos oferecidos dentro do *app*, ou simplesmente pela satisfação

de manter uma rotina, o *Glorify* nos proporciona um momento especial em que o fluxo do jogo equilibra a satisfação com os desafios proporcionados diariamente.

Novak (2017) explica que para a criação de jogos é importante compreender qual o motivo o jogador tem para jogar. Na lógica da gamificação, é necessário construir uma mecânica em que tarefas diárias possam ser executadas de forma mais lúdica, ou seja, mais divertidas. Para isso, é preciso compreender o que os jogadores buscam em um jogo. Novak (2017), a partir de outros autores da área, como Richard Bartle (1996), aponta uma forma de construir uma classificação dos tipos de jogadores, são eles: predadores, exploradores, realizadores e socializadores.

Os jogadores com o perfil de predadores têm como objetivo vencer o adversário e, por isso, tendem a buscar jogos mais competitivos, pois a felicidade está na derrota do outro. O perfil explorador busca, como diz o nome, explorar todas as possibilidades que o universo do jogo oferece, esses são os jogadores que costumam concluir todos os desafios dos jogos. Os jogadores realizadores são motivados pela conclusão das missões e recompensas conquistadas pela realização de suas tarefas e para esse perfil é muito importante que as bonificações sejam justas. Por fim, temos os socializadores, que buscam no jogo uma forma de interagir e cooperar com os demais jogadores.

Partindo da premissa que o *Glorify* é uma plataforma digital gamificada, acreditamos que podemos pensar o público a partir desses perfis, haja vista que a mecânica oferecida pelo *app* nos indica isso, com a existência de metas diárias que podem alcançar um perfil de jogadores realizadores, afinal a realização de metas diárias bem estabelecidas é bonificada com o discurso de uma aproximação com Deus. A possibilidade de compartilhamento em outras plataformas digitais, oferecendo possíveis interações sociais a partir das temáticas propostas pelo *app*, atinge o perfil dos socializadores. A diversidade de conteúdos disponíveis em mídias diferentes (áudio, vídeo) oferece ao público de exploradores a possibilidade de conhecer e se aprofundar em diversas formas de utilizar o *app*. Assim, o usuário pode simplesmente acessá-lo para realizar as metas diárias ou fazer os estudos oferecidos em uma aba especial (tais recursos serão descritos mais à frente).

De acordo com McGonigal (2017), o jogo pode ser definido a partir de quatro elementos: metas, regras, sistema de *feedback* e participação voluntária. Para a autora, os jogos necessitam ter regras claras e específicas. Essas metas são o que vão orientar os jogadores durante uma partida, o que corrobora com o pensamento de Novak (2017). Ressaltamos que é importante compreender que essas metas podem variar de acordo com o perfil do jogador. Como já foi dito, essa característica está presente no *Glorify* a partir das

metas diárias estabelecidas pelos desenvolvedores, ou até mesmo pela forma como o conteúdo é organizado dentro do *app*. As regras estabelecidas no *Glorify* são de simples entendimento: à medida em que se alcançam as metas estabelecidas diariamente, o usuário ganha “gotas” podendo “regar” a árvore que simboliza a conexão com Deus. Além disso, o *app* oferece metas específicas que são bonificadas de forma diferenciada, podendo ser trocadas por conteúdos exclusivos para assinantes, conforme detalharemos a seguir. O sistema de *feedback* é presente em diversos momentos do uso do *app*, desde a mudança de cor dos ícones das metas diárias, assim como também na barra de progressão presente na leitura da passagem e no devocional.

Por fim, o ato voluntário é de suma importância para se criar o espaço do jogo, afinal, só joga quem quer jogar. A motivação principal é a escolha individual do jogador, pois é através desse movimento de voluntariedade que se cria o círculo mágico, esse espaço diferenciado do mundo “real” apontado por Huizinga (2012). Para o autor, a estrutura do jogo cria um espaço onde as regras sociais são suspensas, ao ponto em que a própria ideia de tempo muda no espaço onde o jogo acontece. Como foi dito anteriormente, esse espaço diferenciado da realidade proporcionado pelo espaço do jogo é similar ao tempo sagrado existente nas práticas religiosas (Huizinga, 2012). O *Glorify*, utilizando-se das regras da gamificação e da própria estrutura das práticas religiosas, formatado como uma plataforma digital, tem suas características definidas por um documento de governança, e por práticas e interesses monetários bem delimitados por uma empresa.

Nesse ponto, compreendendo que as plataformas digitais são espaços construídos a partir de interesses econômicos (D’Andréa, 2020), e entendendo que o processo de plataformação da sociedade é, no fundo, um processo de controle das relações sociais por parte das empresas desenvolvedoras dessas plataformas (Mintz, 2019), defendemos que *apps* como o *Glorify* revelam um fenômeno da plataformação das práticas religiosas em uma sociedade midiaticizada, operacionalizado na perspectiva da gamificação da conexão com Deus.

Dessa forma, conforme ressaltamos anteriormente, compreendemos que analisar tal objeto apenas a partir dos conceitos de midiaticização não seria o suficiente para responder nossa pergunta, pois, apesar de compreendermos de que se trata de um processo de midiaticização, quando observamos as plataformas digitais, entendemos que não se trata apenas de um “lógica midiática” influenciando as relações sociais, mas que o processo de plataformação abrange uma diversidade de atores que se relacionam de forma assimétrica, e que essas relações são moldadas por modelos de negócios e infraestruturas de empresas

internacionais que possuem interesses e regras estabelecidas pelas próprias empresas, logo, a regulamentação de tais espaços é feita partir da lógica econômica do mercado, não apenas da lógica da mídia.

4. MOVIMENTOS METODOLÓGICOS

A partir do que já foi apresentado, essa pesquisa toma o aplicativo *Glorify* como um local de observação do fenômeno da plataformização (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020) das práticas religiosas. Partindo da perspectiva da midiatização da religião, reconhecendo a importância dos fenômenos midiáticos e como influenciaram o modo do fazer religioso ao longo da história, interessa-nos compreender o papel da internet e das plataformas digitais e as práticas religiosas.

Para investigar o *Glorify* como objeto, faremos um estudo de caso que compreendemos como um movimento metodológico de exploração intensiva de uma situação particular, que envolve uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real (Bressan, 2000). Acreditamos que através dessa abordagem podemos ultrapassar o conhecimento *a priori* e nos aprofundar mais em casos singulares, como é o objeto que nos propomos a analisar. Os atravessamentos existentes no fenômeno da plataformização da experiência religiosa em uma sociedade midiatizada, especificamente no caso do *Glorify*, permitem-nos perceber as diversas singularidades desse fenômeno comunicacional. Neste ponto concordamos com Braga (2008):

Na comunicação, a escassez de pesquisas nomotéticas parece derivar da dificuldade de eliminar traços singulares e de concentrar a preocupação em elementos comuns a uma classe de eventos (o que permitiria a determinação de regularidades abrangentes) – dificuldade decorrente da complexidade do fenômeno interacional. Entre os processos comunicacionais, seus objetivos, suas circunstâncias e seu contexto, há relações que, omitidas, impediriam a percepção clara do fenômeno. (Braga, 2008, p.76).

Para compreender alguns atravessamentos desse fenômeno, partimos de um levantamento bibliográfico em torno dos temas da midiatização e da midiatização da religião (Verón, 2014; Hjarvard, 2014a; 2014b; 2015; Sbardelotto, 2017; Hepp, 2014) e da plataformização (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020; Mintz, 2019), com posterior aprofundamento nos estudos de plataformas como método de pesquisa (D'andréa, 2020). Compreendendo que as plataformas *online* são objetos técnicos opacos, devido à inacessibilidade dos modos de funcionamento de seus processos de coleta de dados, ação algorítmica e políticas de governança (D'andréa, 2020), partimos de uma abordagem indiciária que, de acordo com Braga (2008), é um modelo epistemológico que se fundamenta na identificação e interpretação de vestígios, pistas e sinais como meio de gerar conhecimento.

Esta abordagem é particularmente eficaz na análise de fenômenos complexos e multifacetados, como é o caso do *Glorify*, os quais não podem ser plenamente compreendidos apenas por meio de métodos dedutivos ou indutivos. Dessa forma, o enfoque indiciário está na análise de casos singulares, a busca por indícios que apontam para fenômenos não imediatamente evidentes, conforme defende Braga (2008). Nesse processo de investigação buscamos os rastros, aquilo que não é superficial ou óbvio, podendo extrair do fenômeno algo mais enriquecedor para o campo da Comunicação e contribuir também para campos como a Ciência da Religião e a Sociologia da Religião.

A partir disso, como gesto metodológico, optamos por uma abordagem mista de análise, pois acreditamos que a combinação de dois métodos, buscando as vantagens oferecidas por essas abordagens, pode enriquecer e facilitar a jornada de adentrar nesse fenômeno. Nesse sentido, utilizamos como metodologia também a perspectiva *app walkthrough* (Light; Burgess; Duguay, 2017) em dois momentos, além de um levantamento de relatos pessoais acerca do *Glorify* registrados em diário de bordo, e coletivos retirados na área de notas e avaliações do *Google Play*.

Abordamos a investigação do objeto a partir dos estudos de plataformas, compreendendo que, conforme já apresentado no capítulo 3, as plataformas *online* apresentam cinco dimensões passíveis de análise e observação: datificação, infraestrutura, modelo de negócios, governança e práticas e *affordances*. Tais dimensões abarcam a infraestrutura tecnológica que armazena e administra os dados coletados dos usuários, dados esses que são mediados por algoritmos e concedidos através de políticas de uso dessas plataformas que se utilizam desses espaços como fonte de ganhos financeiros a partir de um modelo de negócio.

Para os movimentos metodológicos dessa pesquisa foram selecionadas três das cinco dimensões: modelo de negócios, governança e práticas e *affordances*, por acreditarmos que essas três dimensões influenciam de forma mais direta a experiência do usuário. Tais movimentos nos permitiram a construção de uma análise complexa do objeto, desde a experiência oferecida pela lógica de funcionamento do aplicativo, a partir das práticas oferecidas pelo *app*, partindo da compreensão de como o aplicativo se utiliza das lógicas das plataformas digitais para oferecer práticas religiosas para o usuário, mas considerando também documentos e textos institucionais em que o *app* apresenta suas políticas e suas práticas comerciais aos usuários e demais públicos interessados.

O método de *app walkthrough* é utilizado por empresas para mapear a trajetória que os usuários percorrem na interface do aplicativo. Contudo, enquanto metodologia de investigação, esse método nos oferece a oportunidade de examinar as intenções dos

desenvolvedores do aplicativo, permitindo uma análise crítica de seu desempenho como um artefato tecnológico, além de nos oferecer uma ferramenta para a investigação dos *affordances*. Nesse sentido, essa abordagem será utilizada para compreender e delinear a experiência do usuário com a interface do aplicativo. Além disso, essa metodologia nos ajuda a compreender de maneira mais abrangente os elementos da interface e suas conexões com discursos culturais.

Para compreender as práticas e *affordances* de formas mais aprofundada, realizamos um diário de bordo para fazer anotações, captura de telas, gravação do percurso no *app*, buscando examinar os ícones e suas representações, os tipos de interações que o aplicativo nos permite fazer e como o *Glorify* se conecta aos demais aplicativos e plataformas de mídias sociais através das lógicas de compartilhamento de dados.

Do ponto de vista do recorte temporal, planejou-se obter informações a partir do método *app walkthrough* em períodos particularmente importantes para o calendário cristão. O primeiro movimento de investigação aconteceu no mês de dezembro de 2023, em que se celebra a festa do Natal (nascimento de Cristo). Nesse período, buscamos compreender o funcionamento do aplicativo em suas possibilidades de uso e observamos que ele se organizou em torno do Natal abrindo abas de estudos³⁸ específicas para o tema e todas as suas devocionais abordaram o nascimento de Jesus.

Percebemos que compreender como e se o *app* se molda ao calendário religioso cristão neste período trouxe informações importantes sobre os processos de plataformização das práticas religiosas e suas interações dentro e fora do *app*. Dessa forma, decidimos fazer um segundo levantamento de dados no período do Carnaval até a Páscoa, ou seja, no período da quaresma, os quarenta dias que antecedem a maior festa Cristã, que celebra a ressurreição de Jesus Cristo.

Nesse segundo momento de coleta de dados, foi onde registramos o diário de bordo. A coleta aconteceu dos dias 10 de janeiro de 2024 até dia 1 de abril de 2024. Nesse diário foram registrados os quatro passos da devocional diária, além de impressões e sensações percebidas durante a devocional. Nesse período, realizamos uma descrição do aplicativo de forma muito detalhada.

No que diz respeito à dimensão do modelo de negócios, precisamos compreender que se trata de um aplicativo com interesses econômicos através dos seus serviços prestados. Assim, precisamos também ter em mente que não estamos falando simplesmente de um “aplicativo secular”, mas de um *app* com intenções de proporcionar práticas religiosas. Nesse

³⁸ Uma das abas do aplicativo que será abordado no tópico a seguir.

sentido, também não estamos falando de uma instituição religiosa que é guiada por um líder como um pastor ou padre. O *Glorify* é parte de uma empresa com interesses comerciais que se utiliza de elementos religiosos para proporcionar uma experiência ao usuário que pode, potencialmente, oferecer uma relação mais íntima com o sagrado. Dessa forma, para compreender essa plataforma, precisamos partir de uma compreensão do modelo de negócio, ou seja, entender como esse *app* lucra.

Para D'Andréa (2020), é necessário compreender os modelos de negócios das plataformas, pois elas moldam uma economia de mercado baseada na movimentação financeira e de dados. No *Glorify*, isso se evidencia a princípio em três momentos: i) na ideia de que o *Glorify* é uma empresa, com políticas e termos de uso; ii) na necessidade de criar uma conta no aplicativo associada a um e-mail; iii) e nos planos mensais e anuais oferecidos pelo *app* que afetam diretamente a experiência do usuário. Para a coleta de dados realizamos a contratação da assinatura mensal do *Glorify*.

Sobre a segunda dimensão que analisamos, a governança é a forma como o aplicativo se organiza institucionalmente, ou seja, para ser comercializado, ele precisa estabelecer previamente os termos e condições de uso e as políticas de privacidade, que, de forma simplificada, trata-se de um contrato estabelecido entre a empresa e o usuário. Esse contrato é o que estabelece as regras que vão ditar o funcionamento do *app*. A governança de um aplicativo pretende “[...] estabelecer regras, negociar condutas, identificar e decidir o que é ou não publicável: todas essas são ações ao mesmo tempo estratégicas e cotidianas que dão sustentação ao funcionamento de uma plataforma *online*”. (D'Andréa, 2020, p. 41). No *Glorify*, a forma como o aplicativo conduz o momento de devocional em quatro passos, organizando o que pode ser compartilhado, curtido e acessado através da conta paga e gratuita, são exemplos de possibilidades regidas pela governança fluida do *app*, que se atualiza sem aviso e muitas vezes sem anúncio aos usuários.

Analisamos, por fim, as práticas e *affordances*. Acreditamos ser o ponto mais importante para compreender nosso problema de pesquisa. De acordo com D'Andrea, “A noção de *affordance* é especialmente interessante para atentarmos aos modos como os usuários constituem suas práticas a partir das possibilidades políticas e materiais propostas pelos desenvolvedores” (2020, p. 47). Na relação assimétrica construída entre desenvolvedores e usuários, do lado dos desenvolvedores cria-se um conjunto de possibilidades de interações com a interface da plataforma, do outro lado os usuários se utilizam dessas interações muitas vezes ressignificando aquilo que foi projetado pelos

desenvolvedores. Nesse jogo de poder, as plataformas se constroem e se reconstroem (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020).

Além do aplicativo, foram investigadas, quando necessário, outras plataformas vinculadas ao próprio *Glorify*, como por exemplo o site oficial, o perfil no *Instagram* e o canal do *YouTube*. O objetivo é buscar informações que possam acrescentar ao entendimento das práticas religiosas oferecidas pelo *app*, além de identificar elementos relacionados às dimensões do modelo de negócios e da governança da plataforma, duas das dimensões escolhidas para análise que acreditamos não estarem explicitadas no funcionamento interno do *app*.

4.1. *Glorify*

O aplicativo *Glorify* é uma plataforma digital criada na Inglaterra por Henry Costa e Ed Beccle, e tem como principal objetivo incentivar a rotina de adoração através de devocionais diárias, ou seja, proporcionar um tempo de adoração para Deus. O *Glorify* usa “[...] tecnologia para reinventar a forma como nos conectamos com Deus.” (*Glorify*, 2023). A proposta de conexão com Deus através da tecnologia é materializada em um *app* com diversas funções, desde metas de devocionais diárias, *playlist* de estudos, Bíblia e até um espaço específico para gravar orações e compartilhá-las. Nas próximas seções, buscamos descrever detalhadamente a mecânica de uso do *app*, fazendo um primeiro exercício de análise mais descritiva e exploratória.

Como foi explicado, a metodologia desta pesquisa conta com um registro de um diário de bordo, que consiste em anotações em um arquivo de texto sobre o uso do aplicativo. A coleta de dados aconteceu em duas etapas: o primeiro movimento de investigação foi realizado durante o mês de dezembro de 2023, período em que nos dedicamos à análise do funcionamento do aplicativo, buscando descrever detalhadamente cada função oferecida por ele. O segundo momento de coleta foi realizado no período da quaresma, entre 10 de fevereiro e 1º de abril de 2024, período em que foram observados seis pontos que se mostram relevante no decorrer da coleta da devocional diária: o tema da semana, a citação diária, a passagem, devocional, oração e observações gerais e pessoais sobre a mensagem do dia. As anotações dos diários de bordo serviram de apoio para a análise, por isso, três dessas anotações serão descritas no decorrer da seção em quadros para exemplificar o conteúdo da análise de cada dimensão.

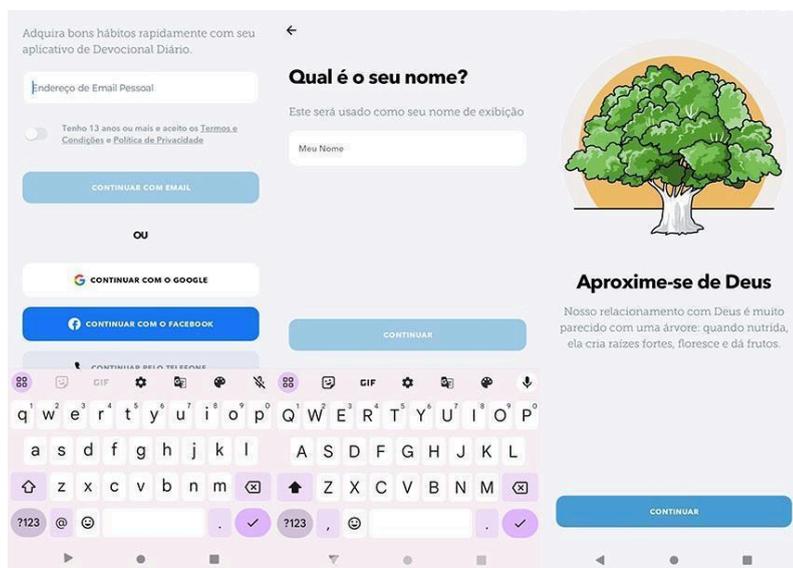
4.1.1. Práticas e *affordances*

Para criar uma conta no *Glorify*, primeiramente precisamos baixar o aplicativo em uma loja de aplicativos no celular - no nosso caso, buscamos no *Google Play*. Quando tentamos baixar pelo site, ele nos direciona para a loja de aplicativos. Quando o aplicativo inicia, para acessá-lo (FIG. 1) precisamos criar uma conta no próprio *app*. O aplicativo nos oferece quatro modos de criá-la: continuar com o *Google*, usar o número de telefone, utilizar um e-mail ou continuar com o *Facebook*. Essas opções reforçam a ideia de plataformização (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020; Mintz 2019), tendo em vista que o *app* depende de outras plataformas para o seu funcionamento, além de estabelecer um vínculo entre plataformas, logo, apontando a possibilidade de compartilhamento de dados que aumentam a capacidade de processamento e coleta das empresas envolvidas.

Quando selecionada a opção, precisamos cadastrar uma senha, feito isso, nos é apresentada uma tela informando que “Nosso relacionamento com Deus é muito parecido com uma árvore: quando nutrida, ela cria raízes fortes, floresce e dá frutos”. Tal mensagem faz referência a um texto bíblico que fica no livro de Salmos capítulo um, versículo de um a três.

Como é feliz aquele que não segue o conselho dos ímpios, não imita a conduta dos pecadores, nem se assenta na roda dos zombadores! Ao contrário, sua satisfação está na lei do Senhor, e nessa lei medita dia e noite. É como uma árvore plantada à beira de águas correntes: Dá fruto no tempo certo e suas folhas não murcham. Tudo o que ele faz prospera! (Salmos, *in* Bíblia, 2009).

Figura 1 - Criando uma conta.

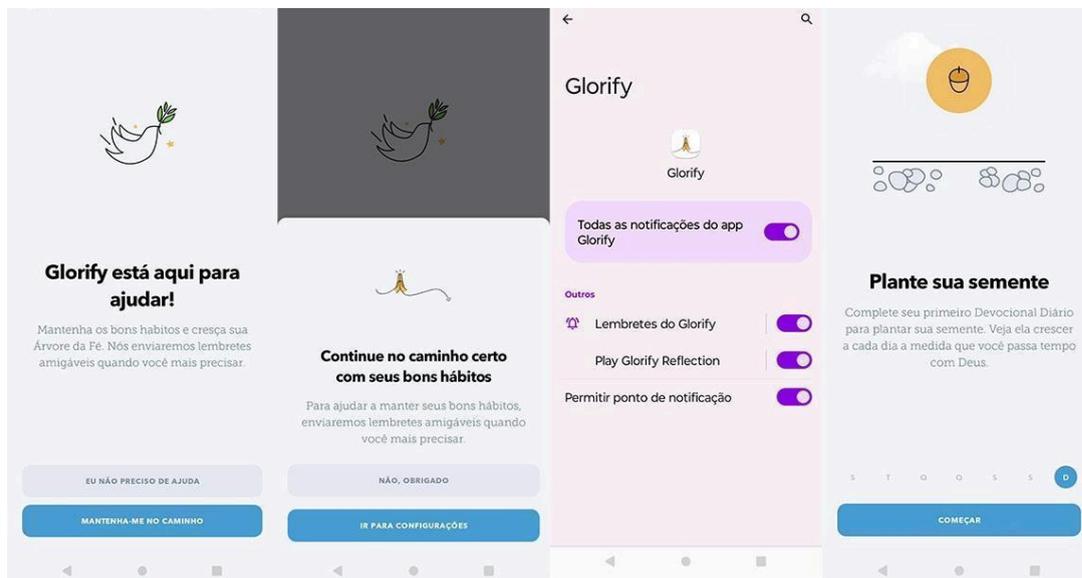


Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

As relações criadas com a ideia de uma conexão com Deus e o aplicativo aparecem desde o momento da criação da conta. A ideia da árvore sendo cultivada como um símbolo para relação com Deus é presente durante todo o uso do aplicativo. Essa relação será mais evidente no tópico sobre práticas e *affordances*, pois será possível ver que, na medida em que batemos as metas diárias, regamos essa árvore simbólica, indicando uma vida espiritual ativa e próxima de Deus.

A ideia de aproximação com Deus é diretamente associada ao uso constante do *app*, o que nos leva à próxima tela (FIG. 2), na qual o aplicativo nos oferece uma “ajuda” para continuar nos “caminhos certos”. O símbolo da árvore tem grande relevância no mundo cristão, sendo uma referência constante desde a árvore do bem e do mal do Jardim do Éden, que provocou a queda do homem (Gênesis, *in* Bíblia, 2009), ou a parábola da árvore boa que dá bons frutos e árvore má que dá maus frutos (Mateus, *in* Bíblia, 2009), e até mesmo a ideia dos frutos da árvore da vida para aqueles que perseverarem na fé, apontada no livro de Apocalipse (Bíblia, 2009).

Figura 2 - Ativando as notificações.



Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

Essa ajuda oferecida pelo *app* para cultivar uma relação diária com Deus por meio do cuidado com a árvore possibilita a prática de bons hábitos cristãos que, para o aplicativo, é fazer as devocionais diariamente. Para isso o *Glorify* nos oferece duas opções: “Eu não preciso de ajuda” e “Mantenha-me no caminho”. Quando selecionado o pedido de ajuda para “manter-se no caminho”, o *app* nos direciona para a aba de notificação que, quando ativada, o próprio *app* nos encaminha mensagens diariamente para nos lembrar de fazer nossas meditações. Entretanto, dentro do aplicativo também nos é oferecido um lembrete para a programação de devocionais - o que torna algo interessante pois, para fazer o levantamento desta pesquisa, adicionei o lembrete em uma hora do dia em que costumeiramente não tenho compromissos, logo, de forma automática, reservei esse momento para a leitura das devocionais.

O ícone da pomba branca usado na tela é uma referência ao Espírito Santo, que foi retratado na Bíblia como uma pomba branca que desce do céu no batismo de Jesus Cristo. O papel do Espírito Santo é definido na Bíblia como o consolador (João, *in* Bíblia, 2009). Ele é o terceiro membro da Trindade, sua responsabilidade é aconselhar, ensinar e capacitar. Entender a mensagem apresentada na figura 2 nos faz compreender que o *Glorify* se coloca nesse lugar de Espírito Santo quando afirma “o Glorify está aqui para ajudar”, reforçando a ideia de que o aplicativo é uma ferramenta religiosa, que não se trata de apenas um aplicativo, mais um canal para a aproximação de Deus.

4.1.1.1. Devocionais diárias

Quadro 2 - Diário de bordo

Diário de bordo - Dia 26 - 06/03/24

Hoje foi um dia complicado no trabalho, estava em casa e percebi que estava no caminho para ter uma crise de ansiedade. Então, resolvi caminhar... No geral, caminhar sempre ajuda muito nesses momentos. Resolvi ir andando até uma cafeteria do meu bairro. Nela, pedi uma fatia de bolo, um pão de queijo e um café. Enquanto eu lanchava, meu alarme despertou, lembrando-me que estava na hora de fazer minha devocional. Coloquei meus fones de ouvido e dei início ao *Glorify*. O tema dessa semana é “Os nomes de Deus”.

De início, a devocional, já de cara, mexeu comigo: “Cristo é tudo para nós! Se queres curar uma ferida, Ele é o médico; se precisa de ajuda, Ele é a força, se temes a morte, Ele é a vida” - Ambrósio de Milão. O que me chamou a atenção foi o fato de estar incomodado com aquele sentimento de ansiedade chegando.

A devocional continuou: o texto do dia é Êxodos 15:22-26. Nesse período, ouvi das promessas de Deus: “Se ouvires atento a voz do Senhor teu Deus, e fizeres o que é reto diante de seus olhos, e inclinares os teus ouvidos aos seus mandamentos, e guardares todos os seus estatutos, nenhuma das enfermidades porei sobre ti, que pus sobre o Egito; porque eu sou o Senhor que te sara”. Lembrei do período em que frequentava a igreja. Pensei: seria ótimo não sentir isso! Essa sensação que estou sentindo agora é horrível.

O narrador continuou e, com aquela voz calma, foi conduzindo uma reflexão sobre o poder de Jeová rafá - o Deus que cura. O narrador continuou dizendo “Ainda, Deus como ‘Jeová rafá, o Deus que cura’ não está limitado apenas às questões físicas. Vivemos em um tempo de diversas enfermidades psicológicas, e o senhor tem o poder para nos curar de todas elas. Lucas afirmou que para Ele não há impossíveis, portanto, recorra a ele com confiança, sabendo que ele pode operar em todas as áreas”.

Então, com o fone abafando o som externo, a música calma de fundo, a voz mansa do narrador e as palavras de promessa de uma cura para o que estava sentindo, nesse momento, senti que o mundo parava e, de alguma forma, era transportado para um lugar de paz. As pessoas ao meu redor continuavam trabalhando, os clientes continuavam chegando, mas eu estava em outro lugar. A devocional continuou e com palavras de ordem o narrador dizia:

- Reflita e ore comigo...
- Peça que Ele traga a cura...
- Leia a sua Bíblia...
- Busque sabedoria...
- Ore agora por alguém que está enfermo...

A oração acabou, tirei os fones e tive a sensação de estar de volta ao mundo real.

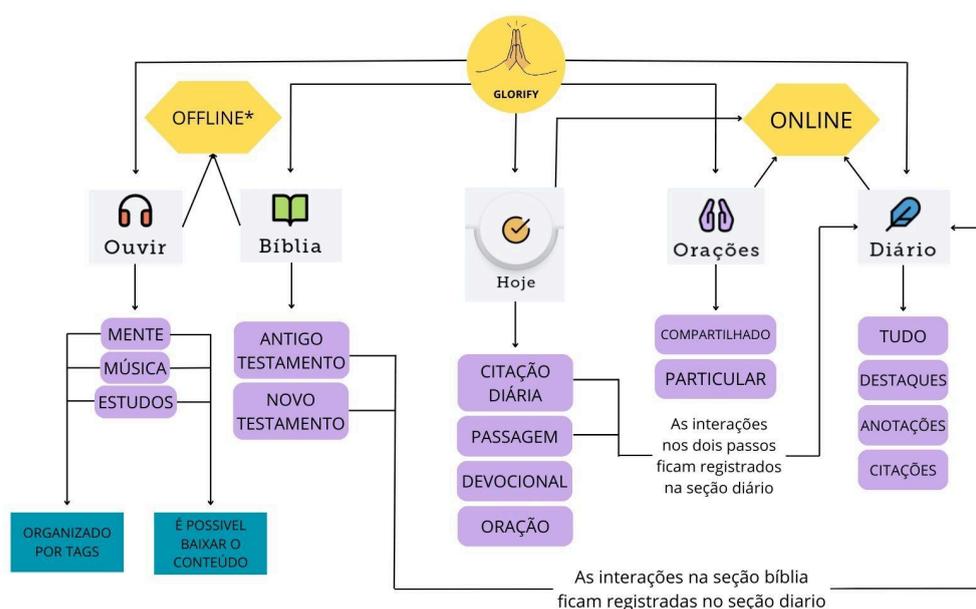
Lembrei da época em que frequentava a igreja.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Como dito anteriormente, o *Glorify* foi desenvolvido para proporcionar um momento de devocional. De acordo com o próprio site, “Conecte-se com Deus por meio de rotinas de

devocionais diários e conteúdos selecionados”³⁹ (Glorify, 2024). Essa rotina de devocionais, além de ser oferecida diariamente, também conta com um percurso a ser feito pelo usuário. Além da devocional diária, o aplicativo oferece diversas ferramentas para proporcionar essa conexão com Deus que serão descritas detalhadamente nos próximos tópicos. De modo geral, o aplicativo funciona em cinco abas, subdivididas em temas específicos. O fluxograma de funcionamento do *app* descrito abaixo exemplifica todos os caminhos referentes a conteúdos religiosos produzidos pelo *app*.

Figura 3 - Fluxograma de uso do Glorify



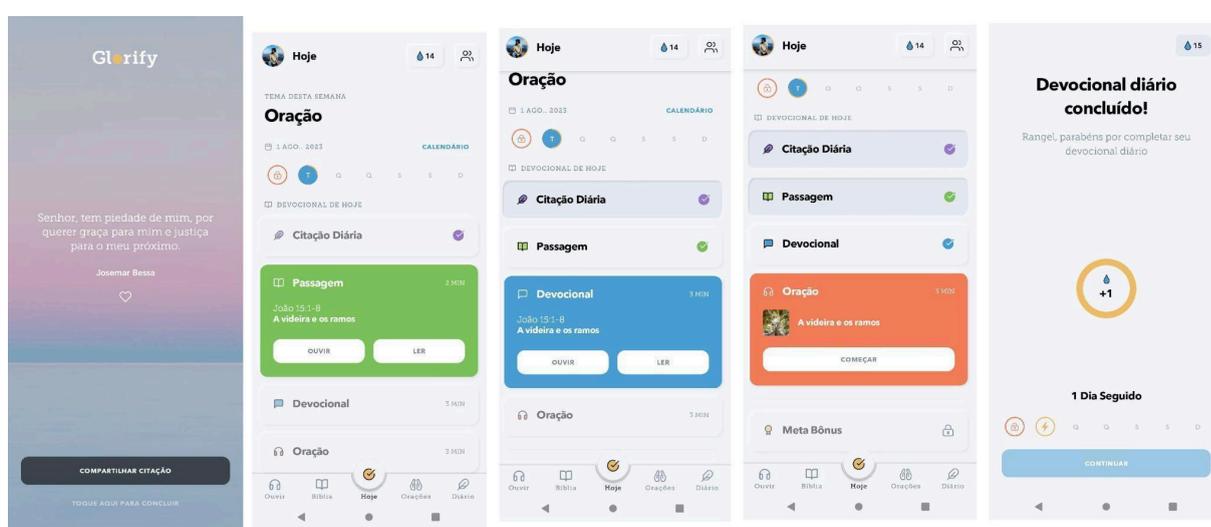
Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

No primeiro movimento de exploração, o aplicativo nos fornecia diariamente quatro metas para o usuário. Esse percurso é chamado Devocionais Diárias, que consistem em quatro etapas: Citação Diária, Passagem, Devocional, Oração (FIG. 4). Ao concluir a Devocional Diária o usuário é recompensado com uma gota, que funciona como uma moeda de troca dentro do próprio aplicativo. Até a versão 2.6, ao alcançar as quatro metas, o aplicativo fornecia uma quinta meta, chamada de meta bônus. No segundo movimento de coleta de dados, essa bonificação diária foi retirada, o que tornou o acesso ao aplicativo mais difícil, pois, com a retirada da bonificação, não conseguimos obter as gotas e, por consequência, não conseguimos desbloquear os outros conteúdos do *app*.

³⁹ Disponível em: <<https://glorify-app.com/pt-br/>>. Acesso em 10 mai. 2024.

É importante lembrar que, por se tratar de um aplicativo, as atualizações de seus sistemas podem acontecer durante o percurso dessa pesquisa, dessa forma, os dados levantados foram também se transformando ao longo da coleta. A primeira descrição do objeto foi feita durante a produção do projeto de pesquisa em setembro de 2023, já o segundo movimento de coleta de dados foi realizado em dezembro de 2023. Nesse período, foram realizadas atualizações⁴⁰ que alteraram mecânicas de usabilidade que vão ser descritas a seguir.

Figura 4 - Imagens das devocionais diárias.



Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

Essa mudança na mecânica reforça a ideia de um aplicativo gamificado, pois a mudança nas regras da bonificação pode desencorajar o uso do *app*. Na página do aplicativo no *Google Play* é possível perceber diversas reclamações por conta dessa mudança, como é o exemplo da FIG. 5⁴¹. Além de desencorajar, a retirada das bonificações diárias nos força, de certa forma, a fazer a assinatura - o que reforça a ideia de que apesar do *Glorify* ser uma ferramenta religiosa, ainda se trata de um empresa que possui um interesse financeiro por seus serviços (D'Andréa, 2020). O movimento de restringir o acesso aos conteúdos apenas aos assinantes indica o interesse monetário do *app*. Para essa pesquisa, contratamos a assinatura mensal de R\$9,90 para poder continuar explorando as funcionalidades do aplicativo. Como é

⁴⁰ Disponível em: <<https://glorify-app.com/pt-br/atualizacoes-incriveis-no-aplicativo-glorify/>>. Acesso em 23 nov. 2023.

⁴¹ Descrição da figura 5: “O aplicativo já foi muito bom, hoje, não posso dizer o mesmo. infelizmente como temos visto no “mundo gospel”, o glorify tornou”um comércio, onde é necessário ter uma assinatura para ter acesso a praticamente tudo, principalmente em relação aos estudos e mensagens, o que prejudica muito a experiência do usuário. A plataforma não te dá muita opção para conseguir “as gotinhas”, tudo ficou bem restrito. Lamentável.

possível ver na FIG. 5, o usuário faz uma reclamação da atualização do *app* justamente sobre as regras da bonificação. A frustração da não recompensa pelas metas alcançadas também reforça a ideia da gamificação, pois, como foi dito anteriormente, uma das regras de criação dos jogos é o equilíbrio entre a recompensa e o desafio, esse equilíbrio é o que mantém o jogador interessado em jogar (Novak, 2017).

Figura 5 - Comentário 1

★★★★★ 02/06/2024

O aplicativo já foi muito bom, hoje, não posso dizer o mesmo. Infelizmente, como temos visto no "mundo gospel", o Glorify se tornou um comércio, onde é necessário ter uma assinatura para ter acesso a praticamente tudo, principalmente em relação aos estudos e mensagens, o que prejudica muito a experiência do usuário. A plataforma não te dá muita opção para conseguir "as gotinhas", tudo ficou bem restrito. Lamentável.

2 pessoas acharam esta avaliação útil

Fonte: Perfil do *Glorify* do *Google Play*.

Prosseguindo, a primeira tela (FIG. 6) é de citação diária e é o primeiro contato do usuário com a plataforma, aparecendo logo após a inicialização do aplicativo. A citação diária é uma preparação para o tema que será trabalhado no dia. Citação é uma mensagem direta, de diversos autores, que não está restrita apenas a autores cristãos⁴². Esse primeiro passo é um convite para reflexão, uma forma de entrar no momento sagrado, um primeiro momento em que não há música de fundo, apenas o usuário e o aplicativo - diferentemente dos próximos passos, nos quais serão acrescentados outros elementos, como narrador e música.

A citação diária possui três botões de interação: ícone de coração, que serve para curtir a citação (as citações curtidas ficam guardadas em outra seção, chamada de Diário, que será abordada mais à frente); o segundo botão é destacado com um fundo preto, e serve para acionar o compartilhamento da citação. Esse ato direciona para outras plataformas como *Whatsapp*, *Telegram*, *SMS*, bate-papo do *Facebook*, *e-mail* e *Instagram* - vale ressaltar que a citação já vem formatada como *Story*, ou seja, pronta para o compartilhamento em mídias sociais como *Instagram* ou *Whatsapp*. A interligação dessas redes de plataformas, além do compartilhamento de dados, também revela um compartilhamento da lógica das práticas

⁴² Alguns dos autores citados não estão diretamente associados ao cristianismo como foi o caso do dia 15/02/24 o autor citado foi Aristóteles e dia 16/02/24 o autor foi Khalil Gibran.

plataformizadas, ou seja, o formato da imagem produzida pelo *app* reproduz um modelo já compreendido e aceito nessas plataformas, o formato vertical, que é o modo como seguramos o aparelho de celular e, por consequência, a forma como consumimos conteúdo. Vale também ressaltar que a interconexão entre plataformas também reforça a ideia de plataforma da sociedade, tendo em vista a ampliação do alcance das plataformas em diversos aspectos da vida humana, assim como também o adestramento da forma como interagimos entre humanos e entre esses artefatos tecnológicos.

Figura 6 - Citação Diária.



Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

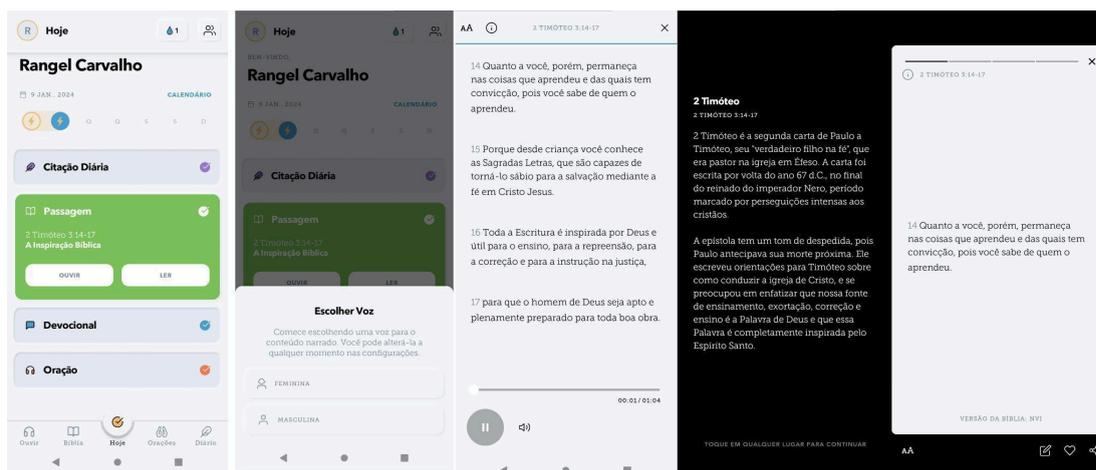
Quando compartilhado em outras plataformas, as imagens já contêm uma descrição com um *link*⁴³ que direciona para o site que oferece o *download* do aplicativo. Dessa forma é possível perceber, mais uma vez, a construção de uma rede de plataformas (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020) interligadas que se conectam e se alimentam, indicando uma possível troca de dados, ou a construção de uma rede para divulgação e/ou adesão de outros usuários. Por fim, a tela inicial oferece um terceiro botão, para concluir a primeira meta.

De forma bem dinâmica e automática, o aplicativo já direciona para o segundo passo da devocional diária, que é a Leitura da Passagem (FIG. 7), podendo 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 ou feminina. Quando escolhida a leitura da passagem em forma de texto, o aplicativo leva para uma tela com uma pequena introdução sobre o texto da devocional, contextualizando o usuário acerca do livro que será lido. Ao

⁴³ A mensagem automática que vem nos compartilhamentos é: “Adorei essa citação que encontrei no Glorify: <https://share.glorify-app.com/8kHcrJrgeGb>”.

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*. A similaridade nos faz perceber a influência das plataformas na forma como consumimos informações na internet, o movimento intuitivo de avançar os versículos nos faz perceber que as lógicas das plataformas nos fazem fazer (Winner, 2017) coisas.

Figura 7 - Leitura da passagem bíblica.



Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

Se antes líamos os textos bíblicos no Livro Sagrado impresso, ou seja, entendemos o texto de forma corrida⁴⁴, tendo acesso a todo o contexto do texto, com o *app*, a leitura é fragmentada, ou seja, temos acesso apenas a versículos do texto completo e essa fragmentação ficará mais evidente quando analisamos a aba Diário, na qual será vista a forma como registramos nossas leituras. A leitura fragmentada do Bíblia não é algo atual, levando em consideração a própria organização da Bíblia em livro, capítulo e versículo, entretanto, como apontam Nunes, Gonçalves, Soares e Fernandes (2022) os aplicativos bíblicos impactam a leitura em cinco aspectos: a portabilidade que permite o acesso à leitura bíblica em qualquer lugar, pois os artefatos móveis são mais fáceis de transportar; a leitura fragmentada é o segundo ponto, onde os autores apontam que há um incentivo do *app* para uma leitura mais fragmentada, pois os próprios aplicativos já oferece recursos de busca mais específicas para versículos. A terceira característica apontada pelos autores é a leitura compartilhada, que não se trata da leitura em conjunto, mas da possibilidade de compartilhar os textos em outras plataformas, e tais textos podem ser comentados por diversas pessoas e em diversas

⁴⁴ É importante deixar registrado que já existiam práticas religiosas que proporcionam uma leitura fragmentada da bíblia, como por exemplo: os livros de devocional chamados de Pão diário. Entretanto, essa prática é reforçada no *Glorify*. Chamamos a atenção também para a possibilidade e facilidade de compartilhamento desses fragmentos em outras redes, via plataformas.

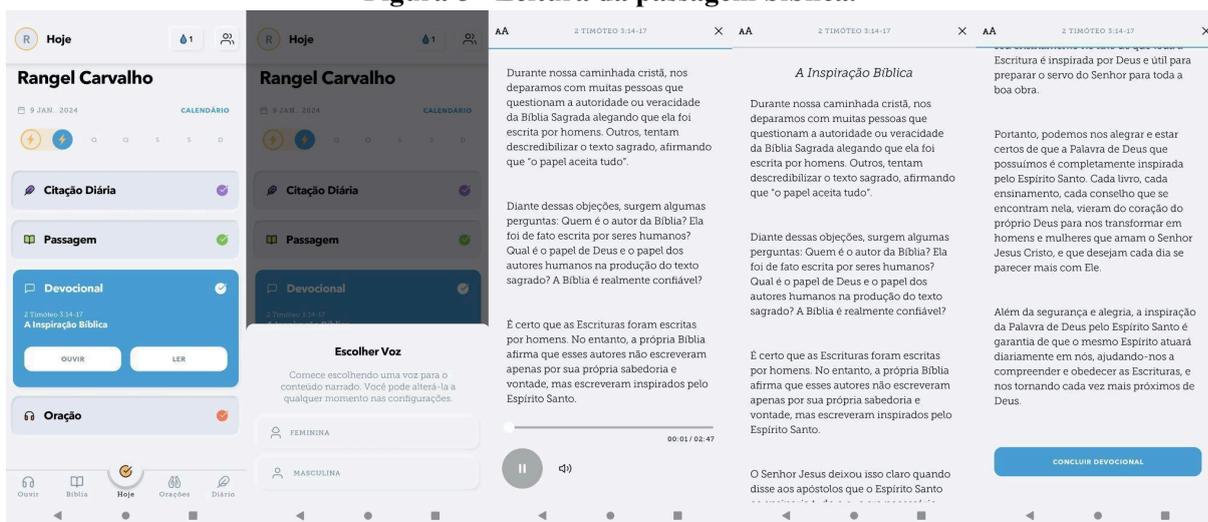
plataformas. O quarto ponto é a customização da leitura que se refere à possibilidade dos usuários escolherem o tamanho e o tipo da fonte e até mesmo a versão bíblica. Por fim, a interface do *app* é a quinta característica que está relacionada à forma como o usuário interage com as plataformas de leitura bíblica.

O aspecto da interface do *app* apontado pelo estudo de Nunes, Gonçalves, Soares e Fernandes (2022) é muito trabalhado no *Glorify*, pois permite o ajuste do tamanho da fonte, botão para anotações sobre o versículo, o ícone de coração para curtir a citação e o último botão de compartilhar, lembrando que ele segue a mesma lógica do compartilhamento da tela de Citação, ou seja, compartilhando o *link* para o *download* do aplicativo. Quando selecionada a opção de ouvir, o usuário é levado a outra seção.

A experiência de ouvir a leitura da passagem é diferente da opção ler, não somente por ser divulgado em mídias diferentes, mas o próprio conteúdo é diferente. A opção ouvir contém uma introdução diferente do formato de leitura. A experiência é muito mais próxima de um *podcast* do que de um audiolivro. Quando selecionada automaticamente, a voz inicia uma rápida explicação sobre o versículo, e o usuário pode acompanhar a leitura junto com o texto escrito. Nessa opção, o aplicativo não permite o compartilhamento do áudio.

O terceiro passo é o devocional (FIG. 8), que basicamente é uma reflexão sobre o texto bíblico. Ele também é oferecido de duas formas: texto e áudio. De forma geral, o terceiro passo funciona como um *podcast* de estudo sobre o texto lido anteriormente. Entretanto, diferente do passo da “Leitura do Texto Bíblico”, não é possível compartilhar, anotar ou curtir. A diferença na mecânica dessa seção é que é possível ver a progressão da leitura em uma barra na parte superior da tela que, na medida em que o usuário avança na leitura, uma barra azul mostra a progressão da leitura. Essa mecânica é comum em aplicativos de leitura como o *Kindle*, reforçando novamente a ideia de uma lógica das mídias digitais sendo aplicada a uma prática religiosa.

Figura 8 - Leitura da passagem bíblica.

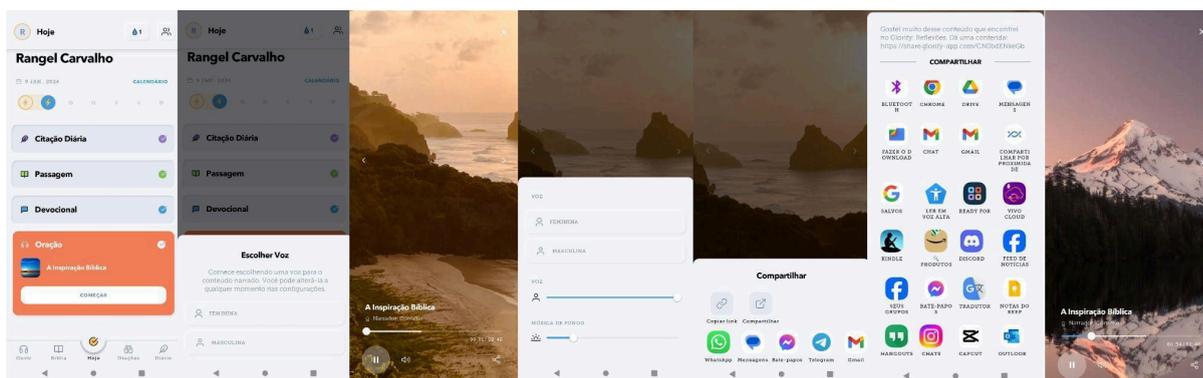


Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

A quarta meta diária (FIG. 9) é a Oração, que funciona apenas com áudio. Na coleta, foi possível perceber que nesse passo o áudio costuma ter a duração de até três minutos, e pode ser compartilhado seguindo a mesma configuração da lógica dos compartilhamentos anteriores. A oração é acompanhada com uma música instrumental no fundo. Nessa seção, o aplicativo permite a configuração de voz masculina ou feminina, além de uma configuração do volume da voz e a música de fundo. O aplicativo também permite a mudança no plano de fundo.

Acreditamos que essa seria uma das partes fundamentais da prática religiosa oferecida pelo aplicativo, tendo em vista que a oração é um momento íntimo de conversa com Deus. Vale ressaltar que, em muitos cultos, a presença de uma música de fundo acompanhando o momento de oração é comum dentro das igrejas, sendo possível compreender que essa prática oferecida pelo aplicativo seja uma espécie de adaptação desses momentos de oração. É importante ressaltar que a música de fundo busca criar uma atmosfera de serenidade, ou seja, um momento para concentração. Nessa etapa, é comum o narrador do áudio deixar alguns segundos de silêncio, reforçando a ideia de introspecção, até mesmo o plano de fundo pode ser alterado para imagens que remetem à paz, como planícies, vales e praias.

Figura 9 - Quarta meta diária



Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

Durante o registro do diário de bordo, foi percebida uma presença maior de citação dos livros do Antigo Testamento nessa meta diária de Oração: no total foram citados 31 vezes, enquanto os livros do Novo Testamento foram citados 20 vezes. As mensagens diárias são organizadas em blocos semanais, ou seja, cada semana tem um tema diferente. No quadro abaixo estão os temas trabalhados durante a coleta de dados.

Quadro 3 - Levantamento do diário de bordo

TEMA	PERÍODO
Passeio por provérbios	12/02/14 - 18/02/24
Personalidade de Davi	19/02/24 - 25/02/24
Antídotos da Bíblia	26/02/24 - 03/03/24
Nomes de Deus	04/03/24 - 10/03/24
Refletindo sobre o livro de Salmos	11/03/24 - 17/03/24
Parábolas de Jesus	18/03/24 - 24/03/24
Desvendados os passos de Jesus	25/03/24 - 31/03/24

Fonte: Elaborado pelo autor.

Durante o registro do diário de bordo, percebemos a presença mais constante de duas figuras do Antigo Testamento: Davi e Salomão, o que nos despertou para a possível relação entre o conteúdo criado pelo aplicativo e a Teologia do Domínio que, de acordo Pereira (2023):

Teologia do Domínio (TD) é uma expressão mais ampla e popular, usada tanto na mídia como nos grupos evangélicos estadunidenses, para além da

teologia calvinista-reformada. O termo domínio deriva da interpretação particular de Gênesis 1.28 — “dominai a terra” — aplicando-a, não ao ser humano em geral, mas restritivamente aos cristãos, como os únicos capazes de cumprir tal mandato. (Pereira, 2023, p.150)

De acordo com Kivitz (2024) em seu podcast QOHÉLET⁴⁵, a Teologia do Domínio surge nos Estados Unidos na década 1970, junto com os movimentos civis (surgimentos das leis antirracistas e direitos feministas). Nesse período, em resposta aos avanços de pautas progressistas, surge a ideia do reconstrucionismo crítico iniciado por John Rushdoony, teólogo calvinista, que também é o precursor do *homeschooling* nos Estados Unidos.

O termo reconstrucionismo deriva das ideias de R. J. Rushdoony, no sentido de reconstruir a nação e transformar todos os aspectos da cultura a partir de valores cristãos. Para Rushdoony, a educação era tarefa privativa da família, portanto livre da ingerência do Estado. Somente assim, seria possível deter a degradação moral do país. (Pereira, 2023, p.150)

Na América Latina, a Teologia do Domínio surge em resposta ao surgimento da Teologia da Libertação⁴⁶. Ainda de acordo com Kivitz (2024), o reconstrucionismo propõe que as leis bíblicas, em especial, as leis do antigo testamento sejam a base para a reconstrução da sociedade. De acordo com Kivitz (2024) figuras como Moisés, Davi e Salomão têm centralidade no discurso, sendo compreendidos como grandes líderes conquistadores. Essa teologia surge no mesmo período em que os pastores ingressaram nas rádios e televisão, como foi descrito no capítulo de midiaticização da religião, e o “espírito de conquista” (Sousa, 2021, p. 278) estava nos discursos e motivava a presença desses pastores nesses ambientes.

Também classificada como “Reconstrucionismo”, uma lógica construída por fundamentalistas dos Estados Unidos nos anos 1970, é a busca da reconstrução da teocracia na sociedade contemporânea, no cumprimento da predestinação dos cristãos/ãs ocuparem postos de comando no mundo (presidências, ministérios, parlamentos, lideranças de estados, províncias, municípios, supremas cortes) – o domínio religioso cristão – para incidirem na vida pública. (Cunha, 2020, p. 18)

Para o reconstrucionismo, a única ordem verdadeira é fundada na lei bíblica, ou seja, toda a lei é de natureza religiosa, e toda a ordem jurídica não bíblica representa uma religião anticristã. De acordo com Kivitz (2024), reconstrucionismo tem base em duas outras teologias que são de extrema importância para a compreensão do nosso objeto: a teologia da batalha

⁴⁵ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Sw73sroZFCI&t=260s>> Acesso em 13 mai. 2024.

⁴⁶ Teologia da libertação é uma teologia muitas vezes associada a uma teologia comunista. A teologia da libertação enfatiza seus princípios na libertação dos oprimidos. Um dos maiores representantes dessa teologia na América do Sul é Leonardo Boff, um livro que resume essa teologia é Como fazer Teologia da Libertação de Clodovis Boff, Leonardo Boff.

espiritual, do teólogo Peter Wagner, e a teologia dos sete montes, dos teólogos Loren Cunningham e Bill Bright.

Batalha espiritual compreende que o mundo está sob controle dos demônios, que não só controlam indivíduos, mas também sistemas políticos e culturais e territórios geográficos, ou seja, os demônios atuam de forma setorizada. Assim, a missão do cristão é dismantlar esse reino das trevas na terra (Kivitz, 2024). Essa visão cria um estado de alerta no cristão, que deve estar sempre pronto para uma luta constante contra os principados e potestades⁴⁷. Esse estado de alerta é reforçado por versículos como do Evangelho de Marcos 14:38. “Vigiai e orai, para que não entreis em tentação; o espírito, na verdade, está pronto, mas a carne é fraca” (Marcos *in* Bíblia, 1995). Pela ótica do religioso, se o mundo está sob o controle dos inimigos de Deus, é fácil compreender o sucesso da materialização de uma ferramenta *mobile* que oferece uma conexão com o sagrado fazendo com que você tenha uma constância na prática de devocionais como o *Glorify*.

A Teologia dos Setes Montes, de acordo com Pereira (2023), é aquela:

[...] segundo a qual os cristãos devem assumir o domínio das áreas estratégicas da sociedade: família, religião, educação, mídia, lazer, negócios e governo. Essa doutrina é atribuída a Loren Cunningham, fundador da Jovens com Uma Missão (Jocum), e a Bill Bright, fundador da Cruzada Estudantil e Profissional para Cristo, que alegam terem-na recebido em sonhos, simultaneamente, em 1975, julgando-a então como diretriz de Deus para os cristão do mundo todo (Pereira, 2023, p.152)

A Teologia dos Sete Montes afirma que o cristianismo ditava as regras sociais, mas que, com o avanço de pautas sociais, o cristianismo perdeu espaço para essa matriz cultural, tendo que lutar para ocupar o espaço dos sete montes. Acreditamos que aplicativos como *Glorify* são uma forma da materialização da teologia do domínio, pois, como apontou o levantamento do diário de bordo no período da quaresma, houve uma grande quantidade de mensagens voltadas para o antigo testamento e a exaltação de personagens como Salomão e Davi. Objetos técnicos possuem políticas (Winner, 2017), ou seja, a concepção do objeto refletida através de sua funcionalidade, mensagem e todas suas características manifesta uma política. Além disso, a presença de uma justificativa religiosa para questões do cotidiano, como trabalho, depressão, ansiedade, mostra que a necessidade da religião está presente em pautas atuais.

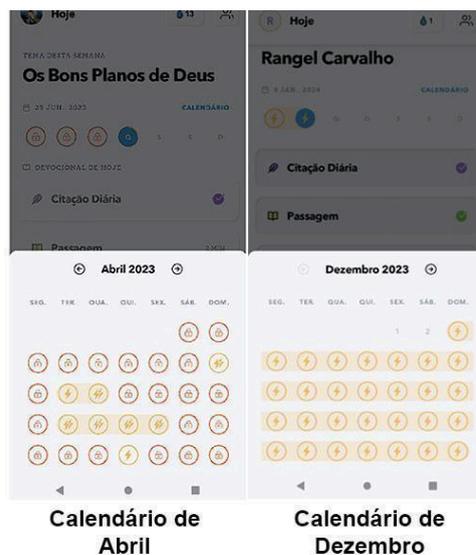
Na semana em que foi trabalhado o tema antídotos da Bíblia (Quadro 3), foram abordados temas como: paciência, inveja, ansiedade, tristeza, medo, ira e solidão. Todos esses

⁴⁷ Principados e potestades são termos usados para designar demônios, referência a Efésios 6:12-13.

temas foram exemplificados com questões do cotidiano como trabalho, família, igreja e escola. Outro ponto que colabora para compreendermos o *Glorify* como uma materialização da teologia do domínio é a própria lógica do aplicativo *mobile* e o discurso de se conectar a Deus de qualquer lugar. Se a ideia da teologia do domínio é estar presente nas diversas áreas da sociedade e recuperando o espaço público que está na mão do inimigo, aplicativos móveis se tornam ferramentas fundamentais para essa articulação, haja vista que são plataformas ubíquas. Assim, compreender que tais aplicativos criam um espaço sagrado (Eliade, 2008) por meio de uma suspensão da espaço (Huizinga, 2012) em um aplicativo gamificado, tornando assim, qualquer espaço, seja ele o trabalho, escola, cafeteria, academia, em lugar sagrado no período de uso do *app*. O poder dos aplicativos móveis está presente em todos os lugares e subverter a ordem para quem está usando o aplicativo, criando assim um espaço religioso móvel mediado por uma plataforma digital.

Retomando os quatro passos do aplicativo, como dito anteriormente, na primeira coleta de dados o usuário era recompensado com uma gota toda vez que concluía uma devocional diária, em uma espécie de meritocracia, ou seja, o usuário era bonificado através do meu esforço com uma gota que vai regar a árvore de conexão com Deus (FIG. 1). Entretanto, com a atualização, essa recompensa foi retirada. A gota d'água funciona como uma moeda dentro do aplicativo, com essa gota podemos desbloquear outros conteúdos ou até mesmo ouvir devotionais diárias que perdemos no calendário mensal, representado por um ícone de cadeado (FIG. 11). Essas gotas também podem ser adquiridas com o pagamento da mensalidade, como foi dito anteriormente. Antes da atualização, o ícone da meta diária alcançada era um raio. Quando alcançada, a meta bônus era representada por dois raios, como está representado no mês de abril na Figura 9. Depois da atualização, como não existe mais a meta bônus, a representação fica só com um raio.

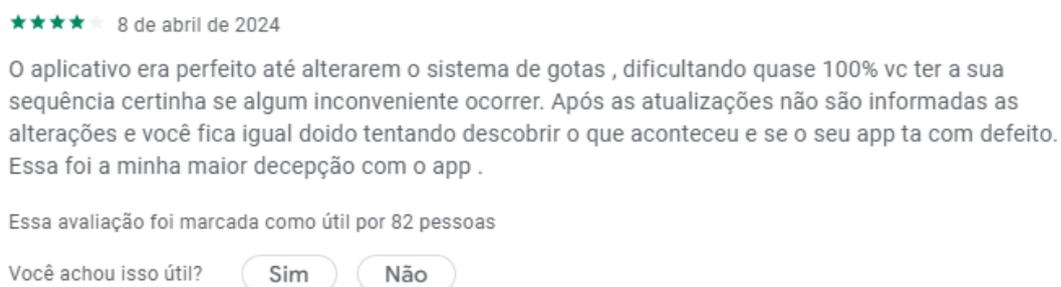
Figura 11 - Calendário.



Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

Como foi dito anteriormente, sensação de frustração causada por uma recompensa desequilibrada reforça a ideia de que o aplicativo foi desenvolvido a partir de uma lógica da gamificação, em que a pontuação e a recompensa são estratégias para o engajamento do usuário (Novak, 2017). O registro da conclusão da devocional no calendário também funciona como uma bonificação para jogadores, que compartilharam frustração nas avaliações do *app* no *Google Play*. Na Figura 12⁴⁸ é possível observar o desequilíbrio que a atualização fez no *app*: o usuário reclama de não conseguir manter sua rotina por dificuldade dos desafios propostos pelo aplicativo.

Figura 12 - Avaliações no *Google Play*.



Fonte: Perfil do *Glorify* do *Google Play*.

⁴⁸ Descrição do comentário da figura 12: “O aplicativo era perfeito até alterarem o sistema de gotas, dificultando quase 100% vc ter sua sequência certinha se algum inconveniente ocorrer. Após as atualizações não são informadas as alterações e você fica igual doido tentando descobrir o que aconteceu e seu o seu app ta com defeito. Essa foi minha maior decepção com o app”.

A presença de uma bonificação ao concluir as metas são estratégias para o engajamento do usuário. No processo de gamificação é importante observar o equilíbrio do jogo, ou seja, a bonificação tem que ser proporcional ao desafio. Se não existe uma recompensa satisfatória por vencer o desafio, há uma sensação de frustração. Outro ponto que reforça a ideia de um aplicativo gamificado foi observado nos comentários da loja *Google Play*, a presença de alguns perfis de jogadores que podemos classificá-los como exploradores e realizadores (Novak, 2017). Lembrando que os perfis de exploradores são aqueles que buscam vasculhar todas as informações e conteúdos possíveis do aplicativo, perfil que é possível ser identificado no comentário da figura 13.

Figura 13 - Jogadores exploradores.

★★★★☆ 09/01/2024

A versão antiga tinha uma interação muito melhor, agora eu só consigo completar o que tem para o dia, as gotinhas não são mais alimentadas e não há mais as sugestões de estudo, oração ou música, tudo o que eu quiser explorar mais é preciso pagar. Eu amava essa ferramenta evangelística, mas ficou muito limitada e talvez eu deixe de utiliza- lá.

437 pessoas acharam esta avaliação útil

Fonte: Perfil do *Glorify* do *Google Play*.

Observa-se que o comentário da figura 13⁴⁹ foi curtido 437 vezes⁵⁰, a reclamação do usuário é que “tudo que eu quiser explorar mais é preciso pagar”. Com a alteração do sistema de recompensa das gotas, tornou-se difícil desbloquear outros conteúdos, usuários exploradores “gostam de manipular o mundo do game.” (Novak, 2017, p. 41). Esses jogadores têm como motivação testar o máximo de possibilidades que o jogo ou aplicativo permite, e a falta da bonificação, associada à perda de acessibilidade a conteúdos bloqueados do universo do *Glorify*, causa essa sensação de frustração ao usuário.

Outro perfil que é possível de ser identificado são realizadores que têm sua motivação focada na realização dos objetivos propostos pelo jogo, no nosso caso, o aplicativo

⁴⁹ Descrição da figura 13: “A versão antiga tinha uma interação muito melhor, agora eu só consigo completar o que tem para o dia, as gotinhas não são mais alimentadas e não há mais as sugestões de estudo, oração ou música tudo o que eu quiser explorar mais é preciso pagar. Eu amava essa ferramenta evangelística, mas ficou muito limitada e talvez eu deixei de utiliza-lá”.

⁵⁰ O registro do comentário foi realizado no dia 11 de julho de 2024.

Glorify. Esse perfil é percebido em comentários⁵¹ (FIG. 12) que reclamam do fato de não conseguir manter o fluxo de devocionais por diversos motivos, como atualizações do *app* que pode vir a causar perda nos dados dos usuários, de acordo com comentário sobre a ocorrência de “inconvenientes” na vida; podem fazer perder a sequência e, com a escassez de gotas, os usuários não podem desbloquear devocionais perdidas, assim a sequência é perdida. É possível perceber que, além da satisfação de realizar a devocional diária, o registro da sequência também é fundamental para a satisfação de uso do *app*. Essa frustração é possível de ser vista também na figura 14⁵². O comentário foi curtido 155 vezes⁵³, refletindo a frustração de diversos usuários em perder o avanço diário. O usuário reafirma a preocupação em fazer o devocional diariamente, mas o foco não é somente em realizar a devocional, mas também de registrar no *app* a sequência.

Figura 14 - Jogadores realizadores 2.

★★★★★ 04/01/2024

Esse era, sem dúvida nenhuma, o melhor App cristão, mas infelizmente após algumas mal sucedidas atualizações, isso mudou. Ficou ruim demais. Inúmeros bugs, que me fazem perder o avanço diário. Eu tenho o cuidado de fazer o Devocional diariamente, mas não aparece a confirmação, e eu perco a sequência. Tbm Não tem mais a mensagem do dia e as bonificações. Já enviei vários e-mails, mas até agora, nada foi resolvido. Enfim, só ladeira abaixo. Triste!!!

155 pessoas acharam esta avaliação útil

Fonte: Perfil do *Glorify* do *Google Play*.

Compreendendo a necessidade de ser intermediado por uma plataforma, podemos então pensar o comentário das figuras 12 e 13 a partir do processo de plataformação das práticas religiosas, pois a necessidade de registro e controle das devocionais são partes fundamentais do fazer religioso, pois não basta somente realizar a devocional, mas ela precisa

⁵¹ O registro do comentário foi realizado no dia 11 de julho de 2024.

⁵² Descrição da figura 14: Esse era, sem dúvida nenhuma, o melhor App cristão, mas infelizmente após algumas mal sucedidas atualizações, isso mudou. Ficou ruim demais. Inúmeros bugs, que me fazem perder o avanço diário. Eu tenho o cuidado de fazer o devocional diariamente, mas não aparece a confirmação, e eu perco a sequência. Tbm Não tem mais a mensagem do dia e as bonificações. Já enviei vários e-mails, mas até agora, nada foi resolvido. Enfim, só ladeira abaixo. Triste!!!

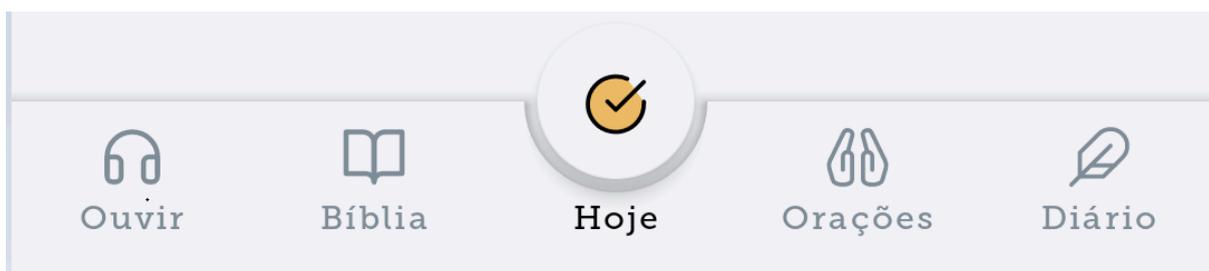
⁵³ O registro do comentário foi realizado no dia 11 de julho de 2024.

ser registrada no *app*, tornar-se uma conquista parametrizada e metrificada - ainda que não haja competição entre usuários do *app*.

4.1.1.2. Outras funcionalidades

Quando concluídas as quatro etapas da devocional diária, o aplicativo oferece cinco seções apresentadas na tela principal: Ouvir, Bíblia, Hoje, Orações e Diário (FIG. 15). Na seção Hoje, o usuário tem acesso às devocionais diárias que foram descritas anteriormente. O calendário é o lugar onde o usuário pode resgatar mensagens antigas, desbloquear devocionais perdidas. Porém, depois da atualização podemos resgatar apenas as mensagens de 30 dias atrás, mesmo concluindo as devocionais - o aplicativo bloqueia os dias anteriores.

Figura 15 - Funcionalidades do *app*.



Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

Outra seção é a Ouvir, que é representada com um ícone de um *headphone*. É o local onde o usuário tem acesso a diversos conteúdos no formato de áudio. Na primeira coleta de dados, essa seção é dividida em duas categorias: *Mente* e *Música*. Com a atualização, o aplicativo adicionou uma nova categoria: *Estudos*.

A categoria *Mente* nos chama atenção por seu título, que nos remete à ideia de introspecção, o que é reforçado pela forma como os conteúdos são organizados por subseções: *Destaques*; *Caminhando pela Bíblia*; *Testemunhos*; *Pensamento do Dia*; *Escrituras*; *História para dormir*; *Para crianças*; *Declarações*; *Meditações*; *Jornadas*; *Orações*; *Poemas*; *Glorycast*, *Tudo novo, de novo*; *Ouvir novamente*. Lembrando que o aplicativo se coloca como esse local de possibilidade de conexão com o sagrado e tal conexão ocorre através das meditações, estudos e orações, ou seja, tudo aquilo que o aplicativo oferece. A construção de uma intimidade com Deus é feita através do uso do aplicativo, dessa forma, não se trata apenas de utilizar um aplicativo secular, mas o uso de uma ferramenta tecnológica como uma forma de transcender e significar a própria existência através de práticas religiosas mediadas por uma plataforma.

O aplicativo também oferece nessa seção uma possibilidade de filtro pré-definido que, de forma geral, está associado a temas de saúde mental, como por exemplo: Ansiedade, Motivação, Reflexão, Relacionamento, Sabedoria, Perdão. Essa perspectiva de um *app* que busca temas associados à saúde mental é reforçada em uma seção especial criada no mês de setembro de 2023, referente à prevenção ao suicídio, chamada de “Setembro amarelo: juntos na escuridão”. Uma coleção de dez áudios de 15 a 25 minutos foi marcada pelos filtros: Reflexão; Motivação; Cura. Entretanto, no segundo movimento exploratório, essa seção foi excluída. O debate acerca da relação entre saúde e práticas religiosas ainda é nebuloso, entretanto Murakami e Campos (2012) nos apontam que:

Diversos estudos indicaram que, de modo geral, as dimensões de espiritualidade e religiosidade estão associadas à melhor qualidade de vida, com melhores resultados para as pessoas que estão se recuperando de doença física e mental, ou que tenham menores alternativas de recursos sociais e pessoais (Murakami e Campos, 2012, p. 363).

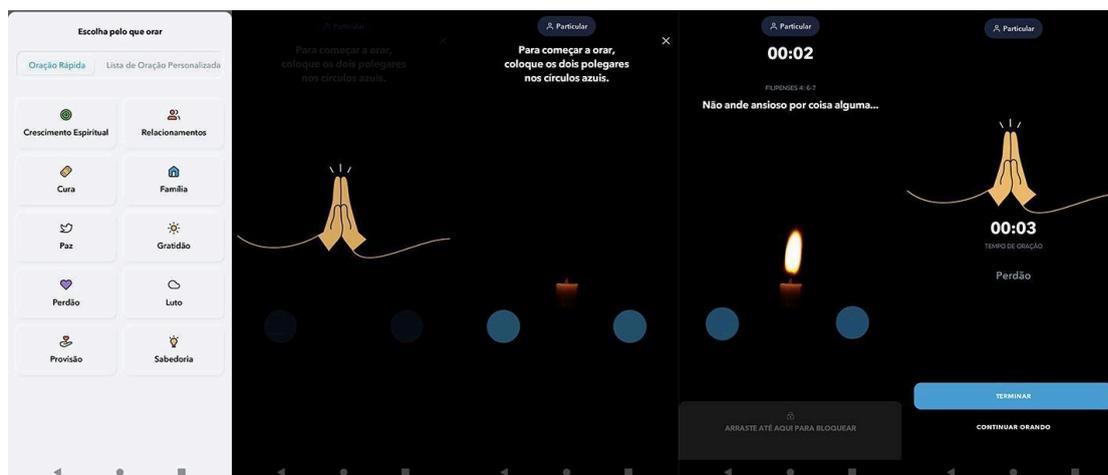
Voltando ao sistema padrão, a categoria Música é dividida em duas partes: destaque e *Playlist*. Até o segundo levantamento de dados, em dezembro de 2023, o aplicativo continha 14 *playlists*, todas contendo cinco músicas, em inglês ou instrumental. A terceira e última categoria é Estudos, seguindo o mesmo padrão das outras categorias, dividida em duas subseções, destaques e todos os estudos. Até o segundo levantamento de dados, havia seis *playlists* de estudos, contendo de nove a dez episódios.

Na seção Bíblia, o aplicativo oferece ao usuário acesso a todo o livro sagrado. Essa é a única seção gratuita e que pode ser acessada *offline*. A seção Bíblia é dividida em duas categorias: Antigo Testamento e Novo Testamento. O aplicativo permite selecionar o livro e o capítulo, entretanto, diferente de outros aplicativos como Bíblia Sagrada Áudio + Offline⁵⁴, o *Glorify* não oferece a seleção de versículo. No modo *online*, o aplicativo oferece também a versão de audiolivro da Bíblia.

Outra funcionalidade oferecida pelo aplicativo é a seção Oração (FIG. 16), em que o usuário tem acesso a um espaço reservado para gravar e compartilhar suas orações. Quando selecionado o ícone de duas mãos juntas, que comumente é um gesto associado à oração e submissão, o aplicativo oferece dez temas de oração: Crescimento Espiritual, Relacionamento, Cura, Família, Paz, Gratidão, Perdão, Luto, Provisão e Sabedoria.

⁵⁴ O aplicativo foi selecionado como exemplo por ter a nota 4,9 e ter mais de 100 milhões de downloads no *Google Play*.

Figura 16 - Seção oração.

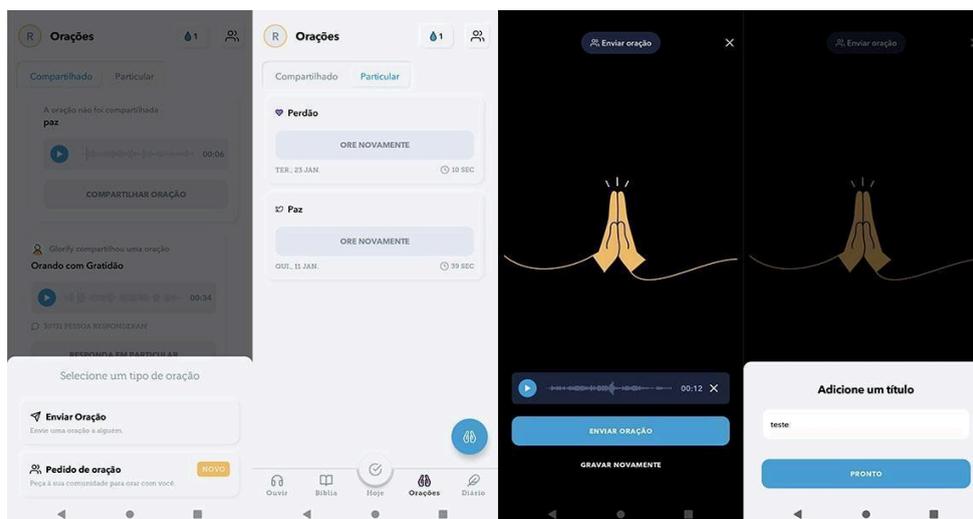


Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

Quando selecionado, o aplicativo nos leva a uma aba com uma animação com duas mãos unidas, aparecendo em seguida uma vela apagada. Acima da tela surge uma orientação: “Para começar a orar, coloque os dois polegares nos círculos azuis”. Quando feita essa ação a vela acende e um gravador de voz é ativado, gravando a oração do usuário. Durante a oração há uma música de fundo e as orações podem ser gravadas de dois modos: compartilhadas e particulares. Os polegares na tela nos remetem à ideia da união das mãos que é um gesto de submissão da oração, tanto que, para a vela ser acesa, é necessário que os dois polegares estejam posicionados na tela, o que ergonomicamente é viável, pois estamos segurando o celular de tal forma que seja automático posicionar nossos dedos nessa posição.

No modo compartilhado (FIG. 17) surgem duas opções: enviar oração e pedido de oração. Nesse modo, a voz do usuário é gravada e pode ser compartilhada entre os seus contatos. No final de cada oração, o usuário pode registrar as intenções de orações, que aparecem como um “título” na aba orações - o que nos faz compreender que as orações já são previamente catalogadas pelos próprios usuários.

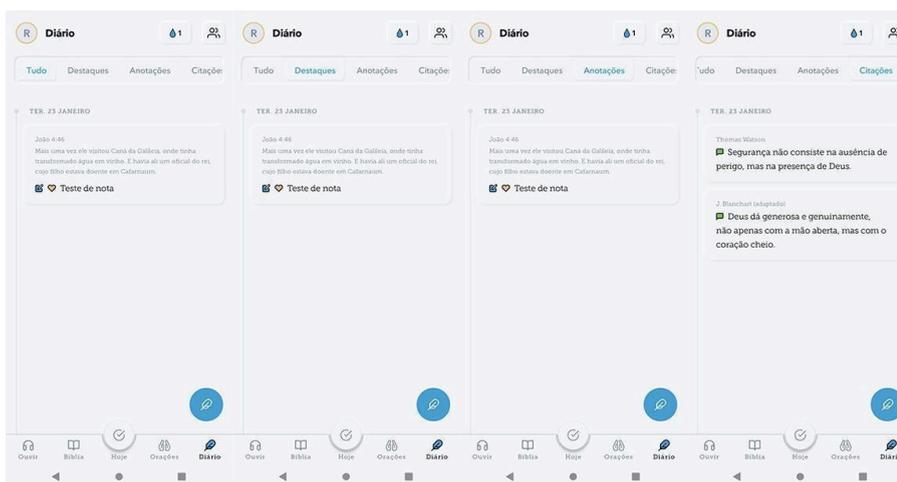
Figura 17 - Compartilhando a oração.



Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

A última seção oferecida pelo aplicativo é a Diário (FIG. 18), em que todos os versículos e destaques curtidos, além das notas feitas pelos usuários, são guardados. Todos esses conteúdos são organizados em quatro abas: Tudo, Destaques, Anotações e Citações. Na aba “Tudo”, o usuário tem acesso a todos os versículos, citações curtidas e notas organizado em uma linha do tempo dividida por datas. Na aba Destaques, temos acesso a todos os versículos curtidos organizados em uma linha de tempo.

Figura 18 - Seção Diário.



Fonte: Reprodução de tela *Glorify*.

Observando a seção diário a partir da lógica da plafomização (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020) é possível perceber que estamos nos deparando com o fenômeno da plataformização das práticas religiosas, pois a necessidade do usuário de registrar, catalogar, ou seja, metrificar as práticas realizadas no *app* se faz fundamental para o uso deste e, por

consequência, proporciona a ideia de conexão com Deus. Isso se reflete em todas as funcionalidades do *Glorify* como podemos observar no decorrer dessa análise. As práticas religiosas são atravessadas pela usabilidade do aplicativo, ou seja, as práticas religiosas são moldadas pelas lógicas das plataformas, que nos faz entender que para o usuário através práticas plataformizadas nos conectamos com Deus.

4.1.2. Governança do *Glorify*

Quadro 4 - Diário de bordo.

Diário de bordo - Dia 24 - 04/03/2024

A passagem bíblica do dia disse:

“Então disse Moisés a Deus: Eis que quando eu for aos filhos de Israel, e lhes disser: O Deus de vossos pais me enviou a vós; e eles me disserem: Qual é o seu nome? Que lhes direi? E disse Deus a Moisés: EU SOU O QUE SOU. Disse mais: Assim dirás aos filhos de Israel: EU SOU me enviou a vós. E Deus disse mais a Moisés: Assim dirás aos filhos de Israel: O Senhor Deus de vossos pais, o Deus de Abraão, o Deus de Isaque, e o Deus de Jacó, me enviou a vós; este é meu nome eternamente, e este é meu memorial de geração em geração.” Êxodos 3:13-15

O tema da semana é “Os Nomes de Deus”, de certa forma os nomes revelam os valores depositados na divindade que eles acreditam, e isso se revela nas ações deles.

A devocional diz:

“Na cultura antiga, um nome significava muito mais do que simplesmente a forma de se referir a uma pessoa. Um nome era a expressão das características que definiam aquela pessoa. Quando Deus se apresentou como Eu Sou, Ele garantiu para moisés e para o povo que ele de fato cumpriria Sua promessa de guiá-los para liberdade, pois esse é o significado de Seu nome. Ao revelar esse nome, Ele lhes transmite certeza irrefutável de que fará o que disse. Portanto eles poderiam confiar, pois o senhor realmente estava com eles e nunca os abandonaria”

E continua...

“E é assim conosco hoje; o senhor é nosso deus e nos guia rumo à eternidade, ele está ao nosso lado em todos os momentos, conduzindo todas as coisas e nos protegendo de todo mal. Tranquilize o seu coração e creia, você não está sozinho”

Toda a ação é guiada por Deus. Logo, se Deus está por nós, quem será contra nós?

O aplicativo é gerenciado pela empresa TUPOE LTD, do Reino Unido, que, portanto, estabelece as regras de uso. Para compreender a governança do *app* buscamos os documentos norteadores do uso e encontramos dois documentos que usaremos para analisar essas regras: “Política de Privacidade” e “Termos e Condições”, que estão disponíveis como Anexo A da dissertação. É possível ter acesso a diversas informações da governança dentro do próprio *app*, como também no site oficial. O primeiro ponto que nos chama atenção ao ler tais documentos é o fato de que precisamos assinar um termo de uso para usar uma ferramenta que nos promete uma relação com Deus. Dessa forma, percebemos que não estamos falando

apenas de um aplicativo religioso, mas de uma prestação de serviços que necessita de um contrato para estabelecer as “responsabilidades” de cada envolvido.

As políticas de privacidade são divididas em quinze tópicos⁵⁵ abrangendo as políticas de coleta de dados, a segurança existente para preservar e proteger os dados fornecidos para os usuários, além de uma seção específica para legislações de regiões específicas, como os países da União Europeia e Canadá. De forma resumida, as informações desses documentos afirmam que não são vendidos os dados coletados dos usuários para nenhuma empresa de *data broker*⁵⁶. Entretanto, a empresa afirma que a coleta de dados é usada para “melhorar ou personalizar o produto, mensagens e conteúdo” (Glorify, 2024).

Os dados coletados são compartilhados unicamente com empresas prestadoras de serviços que cuidam da parte de pagamentos, provedores e banco de dados, que acreditamos que sejam as empresas que hospedam o aplicativo - no caso da nossa pesquisa, é o *Google*, já que o pagamento da assinatura é feito pelo *Google Play*. Os documentos de políticas de privacidade afirmam que não coletam dados de qualquer criança com menos de 13 anos. Apesar de em nenhum momento ter sido solicitada a data de nascimento, compreendemos que essa informação pode ser coletada no momento em que informamos nosso email, podendo haver assim uma troca de dados.

Na seção *Categorias de Dados Pessoais que Coletamos*, o documento oferece uma lista de treze categorias de dados, disponível nos anexos dessa dissertação, justificando a necessidade para qual o dado é coletado. Além de dados como e-mail, cartão de crédito, senhas, chama a atenção a categoria “Dados de cookies e web analytics”. Essa coleta é justificada com as seguintes afirmações:

Temos cookies em nosso Site (não no Aplicativo), incluindo aqueles que pertencem aos nossos Parceiros de publicidade, que coletam e compartilham Dados pessoais com nossos Prestadores de serviço e Parceiros de análise. Preferências de cookies de usuários podem ser gerenciadas utilizando nosso Gerenciador de cookies (você encontrará um link no rodapé do website). Cookies de publicidade, conforme definidos nesta Política de privacidade, não estão presentes quando o usuário entra no Aplicativo. Cookies de direcionamento não capturam qualquer atividade de audição, dados de entrada do diário ou outros dados de Análise do Aplicativo (Glorify, 2024).

No próprio documento a empresa dá os seguintes exemplos do que será feito com esses dados coletados: “Interações com páginas da web – Página da web de referência/origem através da qual você acessou os Serviços – IDs de solicitação não identificáveis – Endereço de

⁵⁵ Disponível em: <<https://glorify-app.com/pt-br/privacy-policy/>>. Acesso em 29 fev. 2024.

⁵⁶ Data broker são empresas especializadas na compra, processamento, catalogação e vendas de dados para outras empresas.

IP – Estatísticas associadas à interação entre o dispositivo ou navegador e os Serviços” (*Glorify*, 2024).

Outras categorias que nos chamam atenção são a coleta de dados de geolocalização e dados de saúde. Tais dados são “Compartilhados com serviços de terceiros, como o *Apple Saúde* ou *Google Fit* mediante orientação do usuário.” (*Glorify*, 2024). O próprio documento nos dá como exemplo quais dados são coletados que são “Tempo de mentalização (minutos de oração)” (*Glorify*, 2024). Tais documentos reforçam nossa ideia desse processo de plataformização das práticas religiosas. Compreendemos que o aplicativo *Glorify* reproduz no seu funcionamento as lógicas plataforma. O documento de políticas de privacidade nos revela a existência de uma datificação das práticas religiosas, e que esses dados são coletados para a personalização das experiências oferecidas pelo *app*.

Os termos e condições⁵⁷ regem o acordo de uso entre o usuário e a empresa, definindo as regras gerais do serviço oferecido e os direitos e obrigações dos usuários. O termo é dividido em dezenove seções que estão ligadas a diversos assuntos que regem a usabilidade do aplicativo, como por exemplo: assinaturas, direitos autorais, propriedade intelectual e regras específicas para outros países como Estados Unidos e União Europeia.

A primeira parte dos termos e serviços refere-se às assinaturas, deixando registrado que “algumas partes do Serviço estão disponíveis apenas com uma assinatura paga.” (*Glorify*, 2024). Nessa primeira parte o aplicativo define todas as regras de inscrição, faturamento, cancelamento da assinatura e alteração de taxas, o que nos chama a atenção que o *app* vende um produto que não é fixo, ou seja, ele deixa registrado que não se compromete com a continuidade dos serviços oferecidos.

Você concorda que suas compras e assinaturas (como diárias, semanais, mensais, anuais ou vitalícias) não dependem do oferecimento de qualquer funcionalidade ou recursos futuros, nem dependem de quaisquer manifestações públicas orais ou escritas feitas pela Empresa em relação a funcionalidades futuras ou recursos. (*Glorify*, 2024).

Outro ponto dos termos que nos chama atenção é a de conteúdos. Nessa seção, o aplicativo define as suas obrigações enquanto produtor e as obrigações dos usuários sobre as publicações feitas pelos mesmos. De forma geral, o usuário pode publicar, porém, o mesmo é responsável por tudo o que publica. Entretanto, ao assinar o termo o usuário oferece ao aplicativo o direito de utilizar todo o conteúdo publicado pelo usuário.

⁵⁷ Disponível em: <<https://glorify-app.com/pt-br/terms-conditions/>>. Acesso em 01 jul. 2024.

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 (Glorify, 2024).

O *Glorify* responsabiliza o usuário por qualquer conteúdo publicado e se reserva ao “direito, mas não à obrigação, de, a seu exclusivo critério, determinar se algum Conteúdo é apropriado ou não e está em conformidade com estes Termos, recusar ou remover este Conteúdo.” (Glorify, 2024). De acordo com os termos esse julgamento é feito a partir das regras estabelecida por eles que são:

- Ilícito ou promoção de atividades ilegais.
 - Conteúdo difamatório, discriminatório ou mesquinho, incluindo referências ou comentários sobre religião, raça, orientação sexual, gênero, origem nacional / étnica ou outros grupos-alvo.
 - Spam, gerado por máquina ou aleatoriamente, constituindo propaganda não autorizada ou não solicitada, correntes, qualquer outra forma de solicitação não autorizada ou qualquer forma de loteria ou jogo.
 - Contendo ou instalando quaisquer vírus, worms, malware, cavalos de troia ou outro conteúdo que seja projetado ou destinado a interromper, danificar ou limitar o funcionamento de qualquer software, hardware ou equipamento de telecomunicações ou para danificar ou obter acesso não autorizado a quaisquer dados ou outras informações de uma terceira pessoa.
 - Violar quaisquer direitos de propriedade de qualquer parte, incluindo patente, marca registrada, segredo comercial, direitos autorais, direito de publicidade ou outros direitos.
 - Personificar qualquer pessoa ou entidade, incluindo a Empresa e seus funcionários ou representantes.
 - Violar a privacidade de terceiros.
 - Informações e recursos falsos.
- (Glorify, 2024).

Outro conteúdo que pode ser utilizado pela empresa é descrito na seção *Seu feedback para nós*. Nessas regras o usuário concede à empresa “[...] o direito mundial não exclusivo, perpétuo, irrevogável, livre de royalties e licença para usar, reproduzir, divulgar, sublicenciar, distribuir, modificar e explorar tal Feedback sem restrição.” Esse termo nos reforça a ideia que o aplicativo se constrói a partir da tensão existente entre usuário e empresa (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020). Essa inconstância do aplicativo também é visível na seção Isenção De Responsabilidade “Como Está” e “Conforme Disponível”, de acordo com os termos, o aplicativo registra que:

O Serviço é fornecido a você “COMO ESTÁ” e “COMO DISPONÍVEL” e com todas as falhas e defeitos sem garantia de qualquer tipo. Na medida

máxima permitida pela lei aplicável, a Empresa, em seu próprio nome e em nome de suas Afiliadas e seus respectivos licenciadores e prestadores de serviços, renuncia expressamente a todas as garantias, sejam expressas, implícitas, estatutárias ou de outra forma, com relação ao Serviço, incluindo todas as garantias implícitas de comercialização, adequação a um propósito específico, título e não violação, e garantias que podem surgir durante a negociação, desempenho, uso ou prática comercial (Glorify, 2024).

Vale ressaltar que as plataformas digitais, por serem reprogramadas com suas atualizações, a partir, muitas vezes, de *feedbacks* dos usuários, como é o caso do aplicativo *Glorify*. Compreendemos que a assinatura do plano reflete a compra de um produto não finalizado ou incompleto. Os termos de uso refletem o mercado dessas plataformas, tema que será trabalhado no próximo tópico.

4.1.3. Modelo de Negócios e Conexão Com Deus

Quadro 5 - Diário de bordo

Diário de Bordo - Dia 27 - 07/03/24

Como todos os dias, o celular despertou às 16h, momento de fazer a devocional. Liguei o computador do escritório e iniciei a devocional do dia, definitivamente isso já fazia parte do meu dia.

O tema de hoje é Deus é nossa bandeira!

Primeira vez que a citação diária era um versículo bíblico, Romanos 8:31 “*Que diremos, pois, diante dessas coisas? Se Deus é por nós, quem será contra nós?*”. Que estado de guerra é esse? Pensei!

Esse versículo costumava me dar a sensação de estar “lutando o bom combate”, afinal, se Deus está do meu lado quem vai ser contra?”, essa confiança vinha do céu! Curioso, esse versículo não me causa mais essa sensação.

A devocional continua e o narrador diz: “Embora não enfrentamos batalhas contra exércitos de nações inimigas, é fato que encaramos diversas lutas diariamente. A palavra de Deus afirma em Efésios 6:12 que ‘*a nossa luta não é contra os seres humanos, mas contra os poderes e autoridades, contra os dominadores deste mundo de trevas, contra forças espirituais*’. Ou seja, estamos em guerra, uma guerra travada no campo espiritual que muitas vezes se reflete em nossa vida material.

Me deparei pensando... quem define quem são os inimigos?

Fonte: Elaborado pelo autor.

No contexto da religiosidade mediatizada, observamos que o fenômeno em questão se modifica com a presença das plataformas digitais, pois tais espaços revelam novos atores, como empresas, desvinculando-se de instituições religiosas cristãs específicas ao se posicionarem como uma empresa não denominacional. Entretanto, tais empresas têm valores

que se materializam nos seus artefatos, como também nas regras de uso dessas aplicações, e em seus modelos de negócios .

Como foi visto também, esses espaços são criados e recriados através das tensões existentes entre esses atores. Um exemplo interessante é a modificação do sistema de recompensas no *Glorify*, que gerou muitas críticas, evidenciadas em avaliações e comentários negativos. Esse cenário ilustra a visão de Cunha (2002), que associa o processo de mediatização da religião à influência do pensamento neoliberal, em que a religião é transformada em um produto comercializável. Entretanto é importante compreender que produtos como o *Glorify* podem carregar consigo também valores simbólicos intrínsecos à religião cristã. Se compreendermos esses produtos como a materialização das políticas dessas religiosidades, entenderemos que tais aplicativos carregam consigo todos os discursos propagados por essas religiosidades, e isso fica evidente tanto na mensagem como nos modelos de negócio.

Como foi dito anteriormente, o aplicativo tem um plano de assinatura, chamado de *Glorify Plus*, que cobra R\$9,99 pelo plano mensal ou R\$99,90 pelo plano anual. Para a realização dessa pesquisa, foi feita a assinatura do plano mensal durante quatro meses (de dezembro de 2023 até março de 2024). A assinatura do plano nos permitiu ter acesso a todos os conteúdos do *app*. Entretanto, mesmo com a assinatura, devemos finalizar diariamente todas as devocionais que inicialmente ficam bloqueadas, porém, diferentemente do acesso gratuito, com o *Glorify Plus* podemos desbloquear livremente as 30 últimas devocionais sem a dependência das gotas.

É possível compreender o modelo de negócios do *Glorify* como uma estratégia baseada em uma espécie de *pay-per-salvation*, ou seja, o aplicativo fornece as ferramentas e o discurso que convence seus usuários de que, a partir da prática plataformizada da fé, é possível ter uma intimidade com Deus. Entretanto, o usuário precisa pagar para ter essa relação. Podemos questionar que isso não seria uma novidade no campo da religião, haja vista que as religiões utilizam de diversas ferramentas para vender salvação, desde a venda de indulgências⁵⁸ na Idade Média, como as vendas de relíquias santificadas por padres e pastores e que são vendidas até hoje. No entanto, diferentemente de outras vendas, o *Glorify* oferece uma experiência de salvação mediada por uma plataforma, logo, esse modelo de negócios é organizado pelos algoritmos, e reconstruído a partir dos dados coletados, fazendo com que ele esteja em constante mudança e adaptando-se ao interesse do usuários e empresa.

⁵⁸ Indulgências vem do latim e significa perdão.

Outro ponto que nos chamou a atenção é a presença dos embaixadores, líderes religiosos, cantores, *YouTubers* e *coaches* de diversas denominações evangélicas. Na página oficial, não existe uma definição exata para a função desses embaixadores, mas, a partir da observação de seus perfis, poderíamos associá-los com influenciadores.

[...] um influenciador digital é um perfil profissional no campo da Comunicação. Não se trata apenas de um sujeito que tem relevância no ambiente digital e que consegue criar hubs ao seu redor. Influenciador digital dá nome a uma prática profissional que está atrelada a relações com marcas, empresas e pessoas convertidas em ganhos monetários (Karhawi, 2017).

De acordo com Karhawi (2017), os influenciadores são pessoas que têm credibilidade em temas específicos e um público fiel nas plataformas digitais. Essas pessoas têm o poder de influenciar o seu público a mudar de opiniões, comprar produtos e até influenciá-los a determinados comportamentos devido ao seu alcance e autoridade. Os influenciadores são pessoas midiaticizadas, pois a sua imagem é o próprio produto, logo, quando a imagem de alguma marca é associada à imagem de um influenciador, isso pode decretar o sucesso - ou o fracasso - de uma ação publicitária daquela marca.

Durante a exploração do app foi possível ver diversos produtos relacionados aos embaixadores e o *Glorify*, como, por exemplo: conteúdos narrados por embaixadores no *app*, publicações nos perfis particulares falando sobre o *app*, uso de imagem dos embaixadores no *Instagram* oficial do aplicativo, entrevistas realizadas no *Gloricast*, entre outros produtos.

Compreendendo o fenômeno da midiaticização da religião (Cunha, 2002; Sousa, 2021), entendemos que personalidades como os embaixadores utilizam-se das plataformas digitais de forma semelhante aos pastores da década de 1990, que utilizavam-se das rádios e da televisão para a pregação da Palavra de Deus. Porém, a utilização dessas plataformas seguirá as lógicas estabelecidas por esse espaço digital. Acreditamos que a presença desses embaixadores cria uma espécie de expansão direta ou indireta do *Glorify*. No quadro 4, segue a lista de embaixadores divulgada no site oficial do *Glorify*.

Quadro 4 - Lista de embaixadores

Embaixador	Denominação	Influência / <i>Instagram</i>	Profissão
André Valadão	Igreja Batista da Lagoinha	@andrevaladao	Pastor
Fabiola Melo	Believe Church	@fabiolameloooficia	Influenciadora

Bruna Karla	Comunidade Evangélica Internacional Zona Sul	@brunakarla	Cantora
Eyshila Santos	Assembléia de Deus Vitória em Cristo - Santo André	@eyshilasantos	Pastora
Talitha Pereira	Igreja Do Amor	@talithapereira	Pastora e liderança Feminina
Nivea Soares	Igreja Batista da Lagoinha	@niveasoares	Ministra de louvor
Lu Alone	Igreja Batista da Lagoinha	@lualone	Pastora, cantora e apresentadora do <i>gloricast</i>
Deive Leonardo	Igreja dos Filhos	@deiveleonardo	Escritor, Pastor e <i>Youtuber</i>
Helena Tannure	Igreja Batista da Lagoinha	@htannure	Pastora
Cassiane	Assembléia de Deus do Alphaville - ADAAlpha	@cassianecantora	Pastora e cantora
Tiago Brunet	Não tem denominação	@tiagobrunet	Teólogo, Professor. Palestrante
Guilherme Batista	Não encontrada	@guilhermebatista	Evangelista
Gabriela Rocha	Igreja Batista da Lagoinha - Niterói	@gabrielarocha77	Cantora
Camila Barros	Assembleia de Deus Vitória em Cristo	@camilabarrosofc	Pastora e cantora
Ana Paula Valadão	Igreja Diante do Trono	@anapaulavaladao	Pastora e cantora
Gustavo Bessa	Igreja Diante do Trono	@gustavobessa	Pastor

Fonte: Elaborado pelo autor.

Outro ponto que nos chamou a atenção são os conteúdos criados por esses embaixadores. André Valadão, pastor e líder da Lagoinha global⁵⁹ possui uma loja chamada

⁵⁹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/lagoinhaglobal/>>. Acesso em 17 jun. 2024.

*Fé para todo o lado*⁶⁰, onde vende produtos voltados para o público cristão. Em 2023, André Valadão se envolveu em diversos embates com a comunidade LGBTQIAP+, depois de sua pregação da Igreja Batista Lagoinha nos Estados Unidos, cujo o tema foi “Deus Odeia o Orgulho”⁶¹. Outra embaixadora que se envolveu em embates com comunidade LGBTQIAP+ foi Bruna Karla que, em 2022, afirmou em um *podcast*⁶² que não iria em um casamento homossexual, pois ia contra os mandamentos de Deus. No mesmo *podcast*, Bruna afirma que o caminho final da homossexualidade é o inferno.

Outro tema comum entre alguns embaixadores é a produção de eventos voltados para o público feminino. Ana Paula Valadão, cantora do Diante do Trono e pastora da Igreja Diante do Trono, também é organizadora do Congresso de Mulheres do Diante do Trono⁶³. Outra embaixadora que tem produtos voltados para esse público é Lu Alone, cantora e apresentadora do *Glorycast* e também organizadora da conferência Posicionadas em 2023⁶⁴, que tem como objetivo fazer levantamento de mulheres contra o inferno, ensinando as mulheres a se posicionarem contra pautas progressistas. Camila Barros, pastora, é organizadora da conferência Juntas⁶⁵. A embaixadora Helena Tannure é criadora de diversos produtos⁶⁶ voltados para casamento e mulheres, incluindo um curso na plataforma *Hotmart*⁶⁷.

A embaixadora Talitha Pereira é pastora e também criadora da plataforma digital *Identidade*, plataforma que vende cursos sobre relacionamento, maternidade e feminilidade. O embaixador Tiago Brunet é criador do Método *Destiny*⁶⁸, que “ensina 12 princípios milenares incontestáveis pela ciência que ajudam as pessoas a encontrar paz e prosperidade em todas as áreas da vida”, de acordo com o perfil no *Instagram* @ometododestiny.

Observando o conteúdo produzido por esses embaixadores, compreendemos que essas produções são materializações da teologia do domínio, pois a mobilização desses embaixadores em diversas áreas com discursos voltados para a compreensão e reconstrução do mundo a partir das leis bíblicas, isso se evidencia nas mobilizações acerca de pautas debatidas na política, como por exemplo PL 1904/24, conhecida também como a Pl do

⁶⁰ Disponível em: <<https://fepratodolado.com/home>>. Acesso em 17 jun. 2024.

⁶¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XAV1E_5QixQ>. Acesso em 17 jun. 2024.

⁶² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dkeGMYNyUts>>. Acesso em 17 jun. 2024.

⁶³ O tema do congresso do ano de 2024 foi “Lapidadas”, cujo objetivo é ensinar as mulheres a lidar com os desafios diários do mundo feminino.

⁶⁴ Disponível em: <<https://www.e-inscricao.com/lualone/conferenciaposicionadas>>. Acesso em 17 jun. 2024.

⁶⁵ Disponível em: <<https://www.instagram.com/juntas.conference/>>. Acesso em 17 jun. 2024.

⁶⁶ Disponível em: <<https://www.helenatannure.com.br/produtos#h.81a7es96x1gw>>. Acesso em 17 jun. 2024.

⁶⁷ Disponível em: <<https://hotmart.com/pt-br/marketplace/produtos/curso-casados-felizes-1/S70372762S>>. Acesso em 17 jun. 2024.

⁶⁸ Disponível em: <<https://www.instagram.com/ometododestiny/>>. Acesso em 17 jun. 2024.

aborto⁶⁹, onde influenciadores e políticos cristãos pautam seus discursos em argumentos bíblicos. Percebemos que, com o uso de diversas plataformas digitais, o grupo evangélico no Brasil, que de modo geral é um grupo heterogêneo e que possui até divergências em suas teologias, mobiliza-se e se intersecciona nesses espaços digitais. Aplicativos como *Glorify*, por meio do seu modelo de negócios, conseguem unir em um único *app* diversas denominações diferentes, mas que possuem um pensamento em comum: a implementação dos valores cristãos em todas as esferas da sociedade.

Por fim, se questionamos a caracterização dessas figuras públicas como embaixadores ao invés de influenciadores, acreditamos que o nome venha de uma inspiração bíblica presente em 2 Coríntios 5:20:

Portanto, somos embaixadores de Cristo, e Deus faz seu apelo por meio de nós. Por amor a Cristo, suplicamos: reconciliem-se com Deus. Pois foi por nossa causa que Deus tratou como pecador aquele que não tinha pecado, para que nele nos tornássemos justiça de Deus (2 Coríntios, *in* Bíblia, 2009).

A ideia de embaixadores de Cristo na terra revela uma postura que o cristão deve tomar em relação ao mundo, ou seja, o cristão deve ser um proclamador da palavra de Cristo. Em 28 de maio de 2023, na página oficial do *Glorify* no *Facebook*⁷⁰, foi publicada uma devocional com esse tema:

Somos embaixadores de Cristo, chamados a ser o sal da terra e a luz do mundo. De acordo com 2 Coríntios 5:20, somos representantes de Deus neste mundo, encarregados de espalhar Sua mensagem de reconciliação e amor. Nesta semana, que possamos assumir o compromisso de viver de acordo com essa responsabilidade. Que nossas vidas sejam um reflexo do caráter de Cristo, mostrando compaixão, perdão e amor incondicional. Vamos ser exemplos vivos de Cristo, levando esperança e transformação a todos ao nosso redor (*Glorify* Brasil, 2023).

Dessa forma, concluímos que o *app* *Glorify* se constrói em torno de um modelo de negócio que se sustenta economicamente com uma proposta de *pay-per-salvation*, uma espécie de plano de assinatura para alcançar Deus com mais facilidade. Acreditamos também que o *app* estrutura o seu alcance através de embaixadores, influenciadores digitais evangélicos que estão presentes em diversas plataformas e que divulgam mensagens em

⁶⁹ Disponível em: <<http://surl.li/eggiwx>>. Acesso em 29 jul. 2024.

⁷⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=754570363123652&substory_index=754570423123646&id=110772240836804&_rdr>. Acesso em 29 jul. 2024.

comum com as práticas mobilizadas pelo *app*, ao mesmo tempo em que produzem conteúdos para suas redes particulares, expandindo direta ou indiretamente o alcance do aplicativo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A religião sempre esteve presente na sociedade, ao ponto que a origem da religião se confunde com a própria origem da humanidade. Assim, investigar qualquer assunto que de alguma forma esteja ligado à religião sempre será um desafio, tendo em vista toda a complexidade característica do próprio fenômeno religioso. Dessa forma, buscar compreender como a religião se modifica em um contexto de uma sociedade midiaticizada é compreender que estamos nos deparando com uma rede infinita de conexões entre atores humanos e não humanos. Essa pesquisa teve como objetivo responder, a partir do entendimento da midiaticização da religião, como o processo de plataformização atravessa e propõe práticas religiosas de usuários que fazem uso de aplicativos de bem-estar e meditação com ênfase em preceitos cristãos, como é o caso do *Glorify*.

Olhando para o fenômeno religioso, as religiões centralizavam a organização social nas sociedades tradicionais, usando a lógica religiosa para justificar e estruturar a vida comunitária. Entretanto, a partir do século XVIII, a sociedade ocidental deu início ao que ficou conhecido como processo de desencantamento, onde a cosmovisão do mundo, em especial a judaico cristã, foram gradativamente substituídas pela racionalidade (Magalhães; Portella, 2008).

As religiões ocidentais se deparam com esse novo contexto de transformações sociais. De acordo com Hervieu-Léger (2008), a modernidade possui três elementos fundamentais: racionalidade predominante, autonomia do indivíduo e separação entre as instituições. A compreensão dessas três características foi fundamental para compreender a religião na sociedade atual, afinal, a busca por um mundo guiado pela razão afasta da sociedade o pensamento mitológico da religião. A segunda característica é a autonomia do indivíduo: a modernidade é marcada pela ideia do homem sendo o “legislador de sua própria vida, capaz igualmente, em cooperação com outros no centro do corpo cidadão que com eles formam, de determinar as orientações que pretendem dar ao mundo que o rodeia” (Hervieu-Léger, 2008, p. 33). Por último, a separação das instituições marca a grande perda de influência da religião na sociedade. Esse fenômeno se destaca pela diferenciação das instituições, que marca também o processo de realocação da religião do público para o privado, compreendido como o processo de secularização (Martín-Barbero, 1995).

Entretanto, contrariando as perspectivas iluministas, a religião não desapareceu, mas se transformou, adaptando-se ao novo mundo (Guerreiro, 2006). O sujeito moderno autônomo inicia seu processo de construção da sua religiosidade, assim, ao invés de se associar a uma religião, o sujeito religioso transita entre a diversidade religiosa, em uma espécie de

religiosidade “*a la carte*” (Hervieu-Léger, 2008). Nesse contexto, o fenômeno religioso se transforma e a religiosidade é atravessada por diversas questões, tanto existenciais como também tecnológicas, que são características próprias da modernidade. Nesse mundo, a religião se utiliza de outras instituições da sociedade, como a mídia, para ter influência no espaço público.

Essas características são possíveis de serem observadas em aplicativos como *Glorify*, compreendendo que se trata de um *app* com diversas funções, como compartilhamento, *podcast*, texto, opções de salvar, destacar, entre outras funcionalidades presentes em diversas plataformas, mas que são utilizadas para proporcionar de alguma forma uma experiência religiosa. A própria existência de um *app* religioso nos revela a forma como o fenômeno religioso se adentra e se modifica a partir das lógicas midiáticas nos diversos espaços, tanto público como privado.

Para compreender a experiência com o sagrado nesse novo contexto social, faz-se necessário olhar a partir da lógica do próprio religioso. Afinal, a experiência com o sagrado é uma experiência com o Numinoso (Otto, 2007), ou seja, algo que não pode ser explicado racionalmente. Essa manifestação do sagrado é entendida por Mircea Eliade como Hierofania (Eliade, 2008), que é o encontro com o sagrado que cria na cosmovisão do religioso a ideia de espaços heterogêneos, ou seja, para o religioso o mundo é dividido entre espaço sagrado e espaço profano (Eliade, 2008), essa divisão que se justifica através das mitologias de cada religião. Esse mito é revivido através do rito que, de acordo com Croatto (2010), é uma espécie de teatralização do mito, e é através desses gestos ritualísticos, simbólicos e outros elementos que o religioso alcança essa separação do espaço, que é compreendida por Huizinga (2012) da mesma forma como o espaço do jogo, onde de forma voluntária o tempo, o espaço e as regras são suspensas.

Assim, o espaço sagrado para o ser religioso é compreendido como *Axis Mundi*, ou centro do mundo (Eliade, 2008). Entretanto, com o avanço da internet, tecnologias e plataformas digitais, surgem diversos aplicativos religiosos que se apropriam e reinterpretam o sagrado de diversas formas, como por exemplo: aplicativos para organizar os templos religiosos ou a utilização de diversas plataformas para comunicar e expandir o alcance da instituição religiosa. No caso do *Glorify*, o espaço sagrado é proporcionado a partir do uso de elementos religiosos reinterpretado segundo as lógicas de plataformas digitais, criando assim um espaço sagrado *mobile*.

Nesse mesmo processo, encontramos diversas outras formas de práticas religiosas que não estão associadas diretamente com instituições religiosas. Quando observamos

aplicativos como *Glorify*, partimos de uma perspectiva da midiatização. Afinal, entendemos que o processo de midiatização está no cerne da gênese do fenômeno religioso, e entender que esse processo de uso das mídias, como aponta Véron (2014), é o motor que movimenta as transformações sociais, provocando, assim, o surgimento de novas mídias. Entendemos que, com o surgimento da internet, as mídias devem ser compreendidas como uma instituição que não pode ser entendida desassociada da cultura. Hjarvard (2015; 2014a; 2014b) nos indica que as mídias estão tão entrelaçadas que a influência desse *modus operandi* da comunicação está presente em outras instituições da sociedade. Assim, podemos compreender que a religião é uma dessas instituições modificadas pelas “lógicas da mídia”. Como aponta Hepp (2014), cada mídia possui uma força diferente que molda as relações sociais, ou seja, o *Glorify*, enquanto objeto de pesquisa observado a partir da midiatização, nos mostra que sua materialização é resultado de um longo processo de influência de diversas mídias, revelando uma reinterpretação de elementos da religiosidade para um novo ambiente midiático a partir da lógica de cada um.

Entretanto, a midiatização da religião representa um fenômeno de extensão consideravelmente maior do que simplesmente transferir conteúdo religioso para o meio midiático. Borelli e Regiani (2021) nos apontam que a midiatização da religião vai para além da mera presença de práticas religiosas na mídia, caracterizando-se, na verdade, como uma profunda transformação na maneira como as experiências religiosas são vivenciadas. Mudanças essas que Sbardelotto (2017) afirma terem moldado e continuam moldando o cristianismo. Tais mudanças influenciam tanto a religião como as mídias. As influências sofridas pela religião de acordo com Cunha (2002) tem que ser observadas através da ótica da mídia e do neoliberalismo, o que será compreendido como Cultura midiática (Cunha, 2002). Esse entrelaçamento entre religião, mídia e neoliberalismo é o que vai produzir o mercado gospel (Cunha, 2002).

Nesse contexto, entendemos o aplicativo *Glorify* como um produto desse mercado gospel, entretanto, se observamos o *app* a partir unicamente da midiatização, acreditamos que excluimos outros atores que são fundamentais para a compreensão do nosso objeto, que são as empresas que produzem esse tipo de aplicativo. Entendemos que, por se tratar de um aplicativo e que sua força de moldagem da sociedade vai ser diferente de outras mídias, é importante olhar para as especificidades desse ambiente. Logo, acreditamos ser fundamental observarmos esse objeto também do ponto de vista dos estudos de plataforma (D’Andrea, 2020), entendendo que nos deparamos com um objeto que está presente em uma sociedade midiatizada (Hjarvard, 2015; 2014a; 2014b; Verón, 2014; Hepp, 2014; Sbardelotto, 2017;

Hoover, 2014), mas que é atravessado por um processo de plataformização (Mintz, 2019; Poell; Nieborg; Van Dijck, 2023) no qual essas empresas ampliam suas influências por meio de diversas plataformas que mediam as relações sociais a partir de seus modelos de negócios e infraestruturas.

Assim, nesse contexto contemporâneo, percebemos que aplicativos como *Glorify* revelam uma nova maneira de vivenciar o sagrado. O celular, por sua vez, torna-se ferramenta para a experiência com o sagrado, experiência essa que se utiliza das tecnologias oferecidas por esses aparatos tecnológicos móveis (Lemos, 2009). Assim, a relação existente entre o objeto técnico como um *app* religioso e o usuário (Lemos, 2009; 2013) podem proporcionar a *apps* como o *Glorify* se tornarem um fio condutor entre três espaços: espaço físico, espaço digital e espaço sagrado. Essa criação desse espaço triplo é possível através da reinterpretação dos elementos sagrados através de práticas gamificadas criadas nas plataformas. É importante reforçar que esse espaço sagrado é alcançado através desses objetos tecnológicos de qualquer lugar, afinal, estamos falando de um aplicativo móvel.

Dessa forma, compreendemos o aplicativo *Glorify* como um objeto plataformizado cujas características reforçam o processo de plataformização (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020). Por meio das práticas construídas no *app*, seu modelo de negócios e governança reforçam o processo de datificação das relações sociais alimentando os bancos de dados das infraestruturas dessas empresas. Podemos entender também que o *app* utiliza das lógicas da gamificação para a materialização de suas práticas, usando de estratégias que fazem com que o usuário mantenha um ritmo e constância dos usos de seus serviços, significando-os como uma forma de manter-se conectado com Deus através da perseverança de utilizar o *app* todos os dias, com a justifica de estar alimentando-se da palavra Deus.

Entretanto, segundo Winner (2017), os artefatos tecnológicos possuem políticas intrínsecas, refletindo as circunstâncias sociais de sua criação, assim, através de suas práticas, coloca-se como uma ponte para o sagrado, embutindo em si mesmo o poder do Espírito Santo. Entretanto, esse posicionamento associado à sua mecânica de uso nos revela um modelo de negócios baseado no que chamamos de *pay-per-salvation*, ou seja, você acessa o conteúdo que vai te aproximar de Deus na medida em que você paga para isso.

Compreendendo que aplicativos como o *Glorify* possuem política (Winner, 2017), ou seja, a sua existência reflete toda uma visão de mundo que está espelhada em toda sua existência, desde funções, discursos e até mesmo limitações criada pelo *app*, como é o caso do pagamento de assinatura para ter acesso aos conteúdos, afastando todos os que não podem pagar por ela. Outro ponto que nos chama a atenção é a presença do que acreditamos ser a

teologia do domínio (Pereira, 2023; Kivitz, 2024) percebida durante o Diário de Bordo. Figuras como David e Salomão são exaltadas como grandes líderes, pois são figuras conquistadoras, com muitos defeitos mas sempre fieis a Deus, além do grande número de referências ao antigo testamento como bússola moral e resposta prática para questões do mundo contemporâneo, como depressão, ansiedade e outras questões que fazem parte do nosso tempo.

A partir da investigação indiciária, o objeto nos levou a entender a importância de aprofundar nossas investigações em outras redes no qual o *app* está presente, pois entendemos a importância de compreender como ele se posiciona em tais ambientes. Essa necessidade se reforçou a partir do estudo dos Embaixadores, uma espécie de influenciadores digitais (Karhawi, 2017) que se entendem como embaixadores de Cristo ou do *Glorify* na terra. A definição de embaixadores nos faz questionar a possibilidade do surgimento de uma nova categoria dentro dos influenciadores, pois, compreendendo que a partir da lógica religiosa esses embaixadores estão em uma guerra espiritual, e espaços como o digital precisam ser conquistados por esses Embaixadores de Deus, logo a sua mensagem não se restringe a uma influência para o consumo ou ideias, mas também é uma espécie de cruzadas para influenciar e transformar esse espaço digital profano em algo sagrado.

O uso efetivo dessas plataformas por esse grupo de embaixadores nos revela a necessidade iminente de compreender como se dá a mobilização desses grupos nas redes, pois como foi visto, a partir do recorte do nosso objeto que é apenas um dos diversos aplicativos religiosos cristãos, tal fenômeno nos revelou uma espécie de expansão de forma direta e indireta da teologia do domínio em diversas plataformas. O pensamento reconstrucionista (Pereira, 2023; Kivitz, 2024) tem como objetivo recuperar a sociedade e moldá-la a partir das leis de Deus, ou seja, transforma a sociedade em uma teocracia, pensamento esse que se materializa dentro do congresso brasileiro como o projeto de lei que prevê como crime o aborto depois de 22 semanas, incluindo casos de estupro⁷¹. Todo o universo gospel existente dentro das plataformas se interliga em uma rede infinita de conexões, mas que possuem de alguma forma um discurso em comum. O universo multiplataforma gospel se expande e ressignifica o uso das plataformas digitais a partir das práticas religiosas na mesma intensidade que a lógica das plataformas modifica as práticas religiosas.

⁷¹ Disponível em

<<https://www.camara.leg.br/noticias/1071458-projeto-de-lei-preve-pena-de-homicidio-simples-para-aborto-apos-22-semanas-de-gestacao>>. Acesso em 20 jun. 2024.

Durante a pesquisa foram encontrados inúmeros outros aplicativos em diversas áreas, desde plataformas de *streaming* para o público cristão a aplicativos de namoro. Esse universo mercadológico voltado para o público cristão reforça a suspeita desse universo multiplataforma gospel. Acreditamos que a investigação desses diversos aplicativos possa ser um desdobramento desta pesquisa, pois pretendemos continuar com as investigações acerca do fenômeno da plataformização da religião, acreditando que este seja um fenômeno que está constantemente em modificação. Assim como nosso objeto modificou durante o percurso dessa pesquisa, a tensão existente entre plataforma e usuários foi percebida através do *feedback* dos usuários após as mudanças que foram feitas no sistema de recompensas diárias, incluindo as alterações feitas no conteúdo do *app* como na funcionalidade do mesmo. Como foi discutido neste trabalho, as plataformas digitais se constroem e se reconstroem a partir dessa tensão existente entre diversos atores.

Assim, entendemos que o universo multiplataforma gospel se espalha aumentando o seu alcance nas diversas plataformas digitais. Essa mobilização revela novos atores como os embaixadores, influenciadores cristãos, no qual muitos encaram sua influência como uma espécie de cruzadas, uma luta entre o bem (eles) e o mal (tudo aquilo que vai contra as ideias deles). Acreditamos que essa influência pode ser percebida em diversas áreas da sociedade, incluindo a política parlamentar do Brasil. A relação entre a religião cristã e as plataformas digitais produzem diversas mudanças, tanto no fazer religioso, como é o caso do aplicativo *Glorify*, como nas plataformas, criando novos modelos de negócios que chamamos de modelo *pay-per-salvation*. Acreditamos que o *Glorify* seja apenas uma ponta dessa infinita rede de atores que se conectam em diversos níveis, por isso acreditamos na importância de manter as investigações acerca desse fenômeno que definitivamente não se esgota nesse aplicativo.

REFERÊNCIAS

ALVES, Flora. **Gamification**: Como criar experiências de aprendizagem engajadoras. Um guia completo: do conceito à prática. São Paulo: DVS Editora, 2014.

Apps fitness: crescimento da categoria e como manter usuários ativos. Rankmyapp, 2020 Disponível em: <<https://www.rankmyapp.com/pt-br/mercado/apps-fitnesscrescimento-da-categoria-e-como-manter-usuarios-ativos/>>. Acesso em 15 de jan. 2021.

AKRICH, M. Como descrever os objetos técnicos? **Boletim Campineiro de Geografia**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. 161–182, 2014. Disponível em: <<https://publicacoes.agb.org.br/boletim-campineiro/article/view/2516>>. Acesso em 18 set. 2023.

Bitencourt, Elias Cunha. **Smartbodies**: Plataformas digitais, tecnologias vestíveis e corpos remodelados / Elias Cunha Bitencourt. – Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2021.

BORELLI, Viviane; REGIANI, Herivelton. O processo de midiática e a natureza midiática da religião. **Comunicação & Inovação**, v. 22, n. 49, 2021.

BÍBLIA. Salmos. *In*: SAGRADA, Bíblia. Edição Almeida Revista e Corrigida (ARC), trad. João Ferreira de Almeida, São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil (SBB), 1995. cap.1 vers. 1-3.

BÍBLIA. Gênesis. *In*: SAGRADA, Bíblia. Edição Almeida Revista e Corrigida (ARC), trad. João Ferreira de Almeida, São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil (SBB), 1995.

BÍBLIA. Mateus. *In*: SAGRADA, Bíblia. Edição Almeida Revista e Corrigida (ARC), trad. João Ferreira de Almeida, São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil (SBB), 1995.

BÍBLIA. Marcos. *In*: SAGRADA, Bíblia. Edição Almeida Revista e Corrigida (ARC), trad. João Ferreira de Almeida, São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil (SBB), 1995.

BÍBLIA. Apocalipse. *In*: SAGRADA, Bíblia. Edição Almeida Revista e Corrigida (ARC), trad. João Ferreira de Almeida, São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil (SBB), 1995.

BÍBLIA. João. *In*: SAGRADA, Bíblia. Edição Almeida Revista e Corrigida (ARC), trad. João Ferreira de Almeida, São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil (SBB), 1995.

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**, v. 1, n. 2, 2008, p. 73-88.

BRESSAN, Flávio. O método do estudo de caso. **Administração online**, v. 1, n. 1, 2000, p. 1-13.

CROATTO, José. **As linguagens da experiência religiosa**: uma introdução à fenomenologia da religião. São Paulo: Paulinas, 2010.

CAMPOS, Deivison Moacir Cezar; BENKENSTEIN, Eduarda Toledo. As estratégias de comunicação da Igreja Bola de Neve no Instagram. **LÍBERO**, n. 51, 2022, p. 165-184.

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

DO NASCIMENTO CUNHA, Magali. Religiosidade Midiática em tempos de cultura “gospel”. **Publicação Virtual de KOINONIA (ISSN 1981-1810)**, 2009.

ELIADE, Mircea. **Imagens e Símbolos**: Ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso. São Paulo: Martins, 1991.

FELINTO, Erick. Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. **E-Compós**, n. 14, v. 1, 2011.

McGONIGAL, Jane. **A realidade em jogo**. Rio de Janeiro: *Best Seller*, 2017

MIRANDA, Ana Paula Mendes. A “política dos terreiros” contra o racismo religioso e as políticas “cristofascistas”. **Debates do NER**, 2021.

NUNES, A. F.; GONÇALVES, C. S.; SOARES, M. D. G.; FERNANDES, J. C. Aplicativos para leitura da Bíblia: um estudo sobre leitura fragmentada e leitura religiosa no Brasil. **Brazilian Journal of Development**, v. 8, n. 3, 2022, p. 20656-20671.

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

GUERRIERO, Silas. **Novos movimentos religiosos: o quadro brasileiro**. Paulinas, 2006.

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

_____. **Midiaticização**: conceituando a mudança social e cultural. *Matrizes*, v. 8, n. 1, 2014a, p. 21-44.

_____. **A midiaticização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed Unisinos, 2014b.

HERVIEU-LÉGER, Danièle. **O peregrino e o convertido**. Petrópolis: Vozes, 2008.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. *Matrizes*, v. 8, n. 1, 2014, p. 45-64.

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

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo, 2012.

IBGE – Instituto Brasileiro De Geografia e Estatística. **Censo Brasileiro DE 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

MAGNANI, José. **O Brasil da Nova Era**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

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 mediação da religião em suas articulações teóricas e práticas**: um levantamento de hipóteses e problemáticas. *in* Mediação & mediação. Salvador: EDUFBA, 2012a, p. 219-244.

_____. **A religião mediada nas fronteiras entre público e privado**: uma abordagem teórico-crítica. C-Legenda-Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual, n. 26, 2012b, p. 111-122.

MAGALHÃES, Antonio; PORTELLA, Rodrigo. **Expressões do sagrado**: reflexões sobre o fenômeno religioso. Aparecida: Santuário, 2008.

MARTÍN-BARBERO, J. “Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático”. In Diálogos de la Comunicación, n. 41. Lima: Felafacs, 1995.

MINTZ, André Goes. **Mediação e plataforma**: aproximações. Novos Olhares, v. 8, n. 2, 2019, p. 98-109.

MURAKAMI, Rose; CAMPOS, Claudinei José Gomes. Religião e saúde mental: desafio de integrar a religiosidade ao cuidado com o paciente. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 65, 2012, p. 361-367.

NOVAK, J. **Desenvolvimento de games**. São Paulo: Cengage Learning, 2017

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

KOIVISTO, Jonna; HAMARI, Juho. The rise of motivational information systems: A review of gamification research. **International journal of information management**, v. 45, 2019, p. 191-210. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.013>>

LEMONS, André. Cultura da mobilidade. **Revista FAMECOS**, v. 16, n. 40, 2009, p. 28-35.

LEMONS, André. Espaço, mídia locativa e teoria ator-rede. **Galáxia (São Paulo)**, v. 13, 2013, p. 52-68.

LIGHT, Ben; BURGESS, Jean; DUGUAY, Stefanie. The walkthrough method: An approach to the study of apps. **New media & society**, v. 20, n. 3, 2018, p. 881-900.

PACE, Enzo; GIORDAN, Giuseppe. **A religião como comunicação na era digital**. Civitas - Revista de Ciências Sociais. 2012, v. 12, n. 3. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1984-7289.2012.3.13008>>.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformação. **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.

SAGRADA, Bíblia. Edição Almeida Revista e Corrigida (ARC), trad. **João Ferreira de Almeida, São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil (SBB)**, 1995.

SATO, Adriana Kei Ohashi. Game design e prototipagem: conceitos e aplicações ao longo do processo projetual. **Proceedings do SBGames 2010**, 2010, p. 74-84.

SBARDELOTTO, Moisés. **Da religião à reconexão**: novos modos de ser e fazer religiosos em tempos de midiatização digital. PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM, v. 2, n. 4, 2018, p. 71-84.

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

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

VAN GENNEP, Arnold. **Os ritos de passagem**. Editora Vozes Limitadas, 2014.

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

Anexo A - Termos e Condições

EM VIGOR A PARTIR DE 29 DE JANEIRO DE 2021

POR FAVOR, LEIA ESTES TERMOS E CONDIÇÕES CUIDADOSAMENTE ANTES DE USAR NOSSO SERVIÇO.

Interpretação e Definições

Interpretação

As palavras cuja letra inicial é maiúscula têm significados definidos nas seguintes condições.

As seguintes definições devem ter o mesmo significado, independentemente de aparecerem no singular ou no plural.

Definições

Para efeitos destes Termos e Condições:

- Inscrição significa o programa de software fornecido pela Empresa baixado por Você em qualquer dispositivo eletrônico, denominado Glorify
- Loja de Aplicativos significa o serviço de distribuição digital operado e desenvolvido pela Apple Inc. (Apple App Store) ou Google Inc. (Google Play Store) no qual o Aplicativo foi baixado.
- Afiliado significa uma entidade que controla, é controlada por ou está sob o controle comum de uma parte, onde “controle” significa a propriedade de 50% ou mais das ações, participação acionária ou outros valores mobiliários com direito a voto para eleição de diretores ou outra autoridade administrativa.
- Conta significa uma conta única criada para que você acesse nosso Serviço ou partes de nosso Serviço.
- Companhia (referido como “a Empresa”, “Nós”, “Nós” ou “Nosso” neste Acordo) refere-se a TUPOE LTD, 9 Thorney Leys Park, Witney, Oxfordshire, Reino Unido, OX28 4GE.
- Conteúdo refere-se a conteúdo como texto, imagens ou outras informações que podem ser postadas, carregadas, vinculadas ou de outra forma disponibilizadas por Você, independentemente da forma desse conteúdo.
- País refere-se a: Reino Unido
- Dispositivo significa qualquer dispositivo que pode acessar o Serviço, como um computador, um telefone celular ou um tablet digital.
- Comentários significa feedback, inovações ou sugestões enviadas por Você em relação aos atributos, desempenho ou recursos do nosso Serviço.
- Serviço refere-se ao aplicativo.
- Assinaturas referir-se aos serviços ou acesso ao Serviço oferecido por assinatura pela Empresa a você.
- Teste grátis refere-se a um período limitado de tempo que pode ser gratuito ao adquirir uma Assinatura.
- Termos e Condições (também referido como “Termos”) significa estes Termos e Condições que constituem o acordo completo entre Você e a Empresa com relação ao uso do Serviço.
- Serviço de mídia social de terceiros significa qualquer serviço ou conteúdo (incluindo dados, informações, produtos ou serviços) fornecido por um terceiro que pode ser exibido, incluído ou disponibilizado pelo Serviço.
- Vocês significa o indivíduo que acessa ou usa o Serviço, ou a empresa ou outra pessoa jurídica em nome da qual tal indivíduo está acessando ou usando o Serviço, conforme aplicável.

Reconhecimento

Estes são os Termos e Condições que regem o uso deste Serviço e o acordo que opera entre Você e a Empresa. Estes Termos e Condições estabelecem os direitos e obrigações de todos os usuários em relação ao uso do Serviço.

Seu acesso e uso do Serviço estão condicionados à Sua aceitação e cumprimento destes Termos e Condições. Estes Termos e Condições se aplicam a todos os visitantes, usuários e outras pessoas que acessam ou usam o Serviço.

Ao acessar ou usar o Serviço, você concorda em obedecer a estes Termos e Condições. Se você discordar de qualquer parte destes Termos e Condições, você não poderá acessar o Serviço.

Você declara que tem mais de 13 anos. A Empresa não permite que menores de 13 anos usem o Serviço.

Seu acesso e uso do Serviço também estão condicionados à sua aceitação e cumprimento da Política de Privacidade da Empresa. Nossa Política de Privacidade descreve nossas políticas e procedimentos sobre a coleta, uso e divulgação de Suas informações pessoais quando Você usa o Aplicativo ou o Site e informa sobre Seus direitos de privacidade e como a lei o protege. Por favor, leia nossa Política de Privacidade cuidadosamente antes de usar nosso serviço.

Assinaturas

Período de Inscrição

O Serviço ou algumas partes do Serviço estão disponíveis apenas com uma Assinatura paga. Você será cobrado antecipadamente em uma base recorrente e periódica, (como diária, semanal, mensal ou anual) dependendo do tipo de plano de assinatura que você selecionar ao adquirir a assinatura. No caso de uma assinatura vitalícia, o valor total será pago e cobrado no momento em que você fizer seu pedido como uma compra única.

No final de cada período, Sua Assinatura será automaticamente renovada sob as mesmas condições, a menos que Você a cancele ou a Empresa a cancele.

Cancelamentos de assinatura

Você pode cancelar a renovação de sua assinatura por meio da página de configurações de sua conta ou entrando em contato com a empresa.

Você não receberá um reembolso pelas taxas que já pagou pelo período de assinatura atual e poderá acessar o Serviço até o final do período de assinatura atual.

Faturamento

Você deve fornecer à Empresa informações de cobrança precisas e completas, incluindo nome completo, endereço, estado, código postal, número de telefone e informações de um método de pagamento válido.

Caso a faturação automática não ocorra por qualquer motivo, a Empresa emitirá uma fatura eletrônica indicando que deverá proceder manualmente, dentro de um determinado prazo, com o pagamento integral correspondente ao período de faturação indicado na fatura.

Alterações de taxas

A Empresa, a seu exclusivo critério e a qualquer momento, pode modificar as taxas de assinatura. Qualquer alteração na taxa de assinatura entrará em vigor no final do período de assinatura atual.

A Empresa fornecerá a Você um aviso prévio razoável sobre qualquer alteração nas taxas de Assinatura para dar a Você a oportunidade de rescindir Sua Assinatura antes que tal alteração entre em vigor.

Seu uso continuado do Serviço após a alteração da taxa de assinatura entrar em vigor constitui seu acordo em pagar o valor da taxa de assinatura modificada.

Reembolsos

Exceto quando exigido por lei, as taxas de assinatura pagas não são reembolsáveis.

Certos pedidos de reembolso para Assinaturas podem ser considerados pela Empresa em uma base caso a caso e concedidos a critério exclusivo da Empresa.

Teste grátis

A empresa pode, a seu exclusivo critério, oferecer uma assinatura com uma avaliação gratuita por um período limitado de tempo.

Pode ser necessário inserir suas informações de faturamento para se inscrever no teste gratuito.

Se você inserir suas informações de faturamento ao se inscrever para uma avaliação gratuita, você não será cobrado pela empresa até que a avaliação gratuita expire. No último dia do período de avaliação gratuita, a menos que Você tenha cancelado sua assinatura, serão cobradas automaticamente as taxas de assinatura aplicáveis para o tipo de assinatura que você selecionou.

A qualquer momento e sem aviso prévio, a Empresa reserva-se o direito de (i) modificar os termos e condições da oferta de avaliação gratuita ou (ii) cancelar tal oferta de avaliação gratuita.

Funcionalidade futura

Você concorda que suas compras e assinaturas (como diárias, semanais, mensais, anuais ou vitalícias) não dependem do oferecimento de qualquer funcionalidade ou recursos futuros, nem dependem de quaisquer manifestações públicas orais ou escritas feitos pela Empresa em relação a funcionalidades futuras ou recursos.

Contas de usuário

Ao criar uma conta conosco, você deve nos fornecer informações precisas, completas e atualizadas em todos os momentos. O não cumprimento desta recomendação constitui uma violação dos Termos, o que pode resultar no cancelamento imediato da sua conta no Nosso Serviço.

Você é responsável por salvar a senha que usa para acessar o Serviço e por quaisquer atividades ou ações sob sua senha, seja sua senha com o nosso serviço ou um serviço de mídia social de terceiros.

Você concorda em não divulgar sua senha a terceiros. Você deve nos notificar imediatamente ao tomar conhecimento de qualquer violação de segurança ou uso não autorizado de sua conta.

Você não pode usar como nome de usuário o nome de outra pessoa ou entidade ou que não esteja legalmente disponível para uso, um nome ou marca comercial que esteja sujeito a quaisquer direitos de outra pessoa ou entidade que não seja Você sem a autorização apropriada, ou um nome que seja caso contrário, ofensivo, vulgar ou obsceno.

Conteúdo

Seu direito de postar conteúdo

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.

Restrições de conteúdo

A Empresa não é responsável pelo conteúdo dos usuários do Serviço. Você expressamente compreende e concorda que é o único responsável pelo Conteúdo e por todas as atividades que ocorram em sua conta, sejam feitas por Você ou qualquer outra pessoa usando sua conta.

Você não pode transmitir qualquer Conteúdo que seja ilegal, ofensivo, perturbador, com intenção de repugnar, ameaçador, calunioso, difamatório, obsceno ou de outra forma questionável. Exemplos de tal Conteúdo questionável incluem, mas não estão limitados a, o seguinte:

- Ilícito ou promoção de atividades ilegais.
- Conteúdo difamatório, discriminatório ou mesquinho, incluindo referências ou comentários sobre religião, raça, orientação sexual, gênero, origem nacional / étnica ou outros grupos-alvo.
- Spam, gerado por máquina ou aleatoriamente, constituindo propaganda não autorizada ou não solicitada, correntes, qualquer outra forma de solicitação não autorizada ou qualquer forma de loteria ou jogo.
- Contendo ou instalando quaisquer vírus, worms, malware, cavalos de troia ou outro conteúdo que seja projetado ou destinado a interromper, danificar ou limitar o funcionamento de qualquer software, hardware ou equipamento de telecomunicações ou para danificar ou obter acesso não autorizado a quaisquer dados ou outras informações de uma terceira pessoa.

- Violar quaisquer direitos de propriedade de qualquer parte, incluindo patente, marca registrada, segredo comercial, direitos autorais, direito de publicidade ou outros direitos.
- Personificar qualquer pessoa ou entidade, incluindo a Empresa e seus funcionários ou representantes.
- Violar a privacidade de terceiros.
- Informações e recursos falsos.

A Empresa reserva-se o direito, mas não a obrigação, de, a seu exclusivo critério, determinar se algum Conteúdo é apropriado ou não e está em conformidade com estes Termos, recusar ou remover este Conteúdo. A Empresa reserva-se ainda o direito de fazer formatação, edições e alterações na forma de qualquer Conteúdo. A Empresa também pode limitar ou revogar o uso do Serviço se Você publicar tal Conteúdo questionável. Como a Empresa não pode controlar todo o conteúdo postado por usuários e / ou terceiros no Serviço, você concorda em usar o Serviço por sua própria conta e risco. 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.

Backups de conteúdo

Embora backups regulares do Conteúdo sejam realizados, a Empresa não garante que não haverá perda ou corrupção de dados.

Pontos de backup corrompidos ou inválidos podem ser causados por, sem limitação, Conteúdo que foi corrompido antes do backup ou que mudou durante o tempo em que um backup é executado.

A Empresa fornecerá suporte e tentará solucionar quaisquer problemas conhecidos ou descobertos que possam afetar os backups do Conteúdo. Mas você reconhece que a Empresa não tem nenhuma responsabilidade relacionada à integridade do Conteúdo ou à falha em restaurar o Conteúdo para um estado utilizável.

Você concorda em manter uma cópia completa e precisa de qualquer Conteúdo em um local independente do Serviço.

Política de direitos autorais

Violação de propriedade intelectual

Respeitamos os direitos de propriedade intelectual de terceiros. É nossa política responder a qualquer reclamação de que o conteúdo postado no Serviço viola direitos autorais ou outra violação de propriedade intelectual de qualquer pessoa.

Se você for um proprietário de direitos autorais, ou autorizado em nome de um, e acreditar que o trabalho protegido por direitos autorais foi copiado de uma forma que constitui violação de direitos autorais que está ocorrendo por meio do Serviço, você deve enviar seu aviso por escrito à atenção de nosso agente de direitos autorais via e-mail em support.br@glorify-app.com e inclua em seu aviso uma descrição detalhada da suposta violação.

Você pode ser responsabilizado por danos (incluindo custos e honorários advocatícios) por deturpar que qualquer Conteúdo está infringindo Seus direitos autorais.

Notificação de DMCA e procedimento de DMCA para reivindicações de violação de direitos autorais

Você pode enviar uma notificação de acordo com o Digital Millennium Copyright Act (DMCA), fornecendo ao nosso Agente de Direitos Autorais as seguintes informações por escrito (consulte 17 USC 512 (c) (3) para obter mais detalhes):

- Uma assinatura eletrônica ou física da pessoa autorizada a agir em nome do proprietário dos direitos autorais.
- Uma descrição do trabalho protegido por direitos autorais que Você alega ter sido violado, incluindo o URL (ou seja, o endereço da página da web) do local onde o trabalho protegido por direitos autorais existe ou uma cópia do trabalho protegido por direitos autorais.
- Identificação do URL ou outro local específico no Serviço onde o material que Você alega estar infringindo está localizado.
- Seu endereço, número de telefone, e endereço de e-mail.
- Uma declaração sua de que acredita de boa fé que o uso contestado não foi autorizado pelo proprietário dos direitos autorais, seu agente ou pela lei.
- Uma declaração sua, feita sob pena de perjúrio, de que as informações acima em Seu aviso são precisas e que Você é o proprietário dos direitos autorais ou está autorizado a agir em nome do proprietário dos direitos autorais.

Você pode entrar em contato com nosso agente de direitos autorais por e-mail em support.br@glorify-app.com.

Após o recebimento de uma notificação, a Empresa tomará todas as medidas, a seu exclusivo critério, que considerar apropriado, incluindo a remoção do conteúdo contestado do Serviço.

Propriedade intelectual

O Serviço e seu conteúdo original (excluindo Conteúdo fornecido por Você ou outros usuários), recursos e funcionalidade são e permanecerão propriedade exclusiva da Empresa e de seus licenciados.

O Serviço é protegido por direitos autorais, marcas registradas e outras leis do país e de outros países.

Nossas marcas registradas e imagem comercial não podem ser usadas em conexão com qualquer produto ou serviço sem o consentimento prévio por escrito da Empresa.

Seu feedback para nós

Você atribui todos os direitos, títulos e interesses em qualquer Feedback que você fornecer à Empresa. Se por qualquer motivo tal atribuição for ineficaz, Você concorda em conceder à Empresa um direito mundial não exclusivo, perpétuo, irrevogável, livre de royalties e licença para usar, reproduzir, divulgar, sublicenciar, distribuir, modificar e explorar tal Feedback sem restrição.

Links para outros sites

Nosso serviço pode conter links para sites ou serviços de terceiros que não são de propriedade ou controlados pela empresa.

A Empresa não tem controle e não assume responsabilidade pelo conteúdo, políticas de privacidade ou práticas de quaisquer sites ou serviços de terceiros. Você também reconhece e concorda que a Empresa não será responsável ou responsabilizada, direta ou indiretamente, por qualquer dano ou perda causado ou alegadamente causado por ou em conexão com o uso ou confiança em qualquer conteúdo, bens ou serviços disponíveis em ou através de qualquer um desses sites ou serviços.

Aconselhamos vivamente que leia os termos e condições e políticas de privacidade de quaisquer sites ou serviços de terceiros que visite.

Terminação

Podemos encerrar ou suspender sua conta imediatamente, sem aviso prévio ou responsabilidade, por qualquer motivo, incluindo, sem limitação, se você violar estes Termos e Condições.

Após a rescisão, Seu direito de usar o Serviço cessará imediatamente. Se desejar encerrar sua conta, você pode simplesmente interromper o uso do serviço.

Limitação de responsabilidade

Não obstante quaisquer danos em que Você possa incorrer, toda a responsabilidade da Empresa e de qualquer um de seus fornecedores sob qualquer disposição destes Termos e Seu recurso exclusivo para todos os anteriores serão limitados ao valor realmente pago por Você por meio do Serviço ou 100 USD se Você não comprou nada por meio do Serviço.

Até a extensão máxima permitida pela lei aplicável, em nenhum caso a Empresa ou seus fornecedores serão responsáveis por quaisquer danos especiais, incidentais, indiretos ou consequenciais (incluindo, mas não se limitando a, danos por perda de lucros, perda de dados ou outras informações, para interrupção de negócios, por danos pessoais, perda de privacidade decorrente ou de alguma forma relacionada ao uso ou incapacidade de usar o Serviço, software de terceiros e / ou hardware de terceiros usado com o Serviço, ou caso contrário, em conexão com qualquer disposição destes Termos), mesmo se a Empresa ou qualquer fornecedor tiver sido avisado da possibilidade de tais danos e mesmo se a solução falhar em seu propósito essencial.

Alguns estados não permitem a exclusão de garantias implícitas ou limitação de responsabilidade por danos incidentais ou consequenciais, o que significa que algumas das limitações acima podem não se aplicar. Nesses estados, a responsabilidade de cada parte será limitada ao máximo permitido por lei.

Isenção de responsabilidade “COMO ESTÁ” e “CONFORME DISPONÍVEL”

O Serviço é fornecido a você “COMO ESTÁ” e “COMO DISPONÍVEL” e com todas as falhas e defeitos sem garantia de qualquer tipo. Na medida máxima permitida pela lei aplicável, a Empresa, em seu próprio nome e em nome de suas Afiliadas e seus respectivos licenciadores e prestadores de serviços, renuncia expressamente a todas as garantias, sejam expressas, implícitas, estatutárias ou de outra forma, com relação ao Serviço, incluindo todas as garantias implícitas de comercialização, adequação a um propósito específico, título e não violação, e garantias que podem surgir durante a negociação, desempenho, uso ou prática comercial. Sem limitação ao precedente, a Empresa não oferece nenhuma garantia ou compromisso, e não faz nenhuma declaração de qualquer tipo de que o Serviço atenderá aos seus requisitos, alcançará os resultados pretendidos,

Sem limitar o precedente, nem a Empresa nem qualquer fornecedor da empresa faz qualquer representação ou garantia de qualquer tipo, expressa ou implícita: (i) quanto à operação ou disponibilidade do Serviço, ou as informações, conteúdo e materiais ou produtos incluído nele; (ii) que o Serviço será ininterrupto ou livre de erros; (iii) quanto à precisão, confiabilidade ou atualidade de qualquer informação ou conteúdo fornecido por meio do Serviço; ou (iv) que o Serviço, seus servidores, o conteúdo ou e-mails enviados de ou em nome da Empresa estão livres de vírus, scripts, cavalos de tróia, worms, malware, timebombs ou outros componentes prejudiciais.

Algumas jurisdições não permitem a exclusão de certos tipos de garantias ou limitações sobre os direitos legais aplicáveis de um consumidor, portanto, algumas ou todas as exclusões e limitações acima podem não se aplicar a você. Mas, em tal caso, as exclusões e limitações estabelecidas nesta seção devem ser aplicadas na maior medida exequível sob a lei aplicável.

Lei Aplicável

As leis do país, excluindo seus conflitos de regras legais, regerão estes Termos e o uso do Serviço por você. O uso do Aplicativo também pode estar sujeito a outras leis locais, estaduais, nacionais ou internacionais.

Resolução de disputas

Se você tiver qualquer dúvida ou preocupação sobre o Serviço, concorda em primeiro tentar resolver a disputa informalmente, entrando em contato com a Empresa.

Para usuários da União Europeia (UE)

Se for um consumidor da União Europeia, beneficiará de quaisquer disposições obrigatórias da lei do país em que reside.

Provisões de uso final do governo federal dos Estados Unidos

Se Você for um usuário final do governo federal dos Estados Unidos, nosso Serviço é um “Item Comercial” conforme o termo é definido em 48 CFR §2.101.

Conformidade Legal dos Estados Unidos

Você declara e garante que (i) Você não está localizado em um país que está sujeito ao embargo do governo dos Estados Unidos, ou que foi designado pelo governo dos Estados Unidos como um país de “apoio ao terrorismo”, e (ii) Você não está listado em qualquer lista do governo dos Estados Unidos de partes proibidas ou restritas.

Divisibilidade e renúncia

Separabilidade

Se qualquer disposição destes Termos for considerada inexecutável ou inválida, tal disposição será alterada e interpretada para cumprir os objetivos de tal disposição na maior medida possível sob a lei aplicável e as disposições restantes continuarão em pleno vigor e efeito.

Renúncia

Exceto conforme disposto neste documento, a falha em exercer um direito ou exigir o cumprimento de uma obrigação sob estes Termos não afetará a capacidade de uma parte de

exercer tal direito ou exigir tal cumprimento em qualquer momento posterior, nem deverá ser a renúncia de uma violação constituirá uma renúncia de qualquer violação subsequente.

Tradução de interpretação

Estes Termos e Condições podem ter sido traduzidos se os tivermos disponibilizado para você em nosso serviço.

Você concorda que o texto original em inglês deve prevalecer em caso de disputa.

Mudanças nestes Termos e Condições

Nós nos reservamos o direito, a nosso exclusivo critério, de modificar ou substituir estes Termos a qualquer momento. Se uma revisão for material, faremos todos os esforços razoáveis para fornecer um aviso com pelo menos 30 dias de antecedência da entrada em vigor de quaisquer novos termos. O que constitui uma alteração material será determinado a nosso exclusivo critério.

Ao continuar a acessar ou usar o nosso serviço após essas revisões entrarem em vigor, você concorda em obedecer aos termos revisados. Se você não concordar com os novos termos, no todo ou em parte, pare de usar o site e o Serviço.

Contate-Nos

Se você tiver alguma dúvida sobre estes Termos e Condições, pode entrar em contato conosco:

Por email: support.br@glorify-app.com