

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)
CAMPUS SÃO BORJA
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ATIVIDADES DO AVIVALISTA DWIGHT L. MOODY

Thyara Cíntia Durães dos Santos

São Borja
2024

THYARA CINTIA DURÃES DOS SANTOS

**RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ATIVIDADES EMPREENDIDAS PELO AVIVALISTA
DWIGHT L. MOODY**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Relações Públicas à Universidade Federal do Pampa, campus São Borja-RS.

Orientador(a): Dr. Tiago Costa Martins

São Borja
2024

THIARA CINTIA DURÃES DOS SANTOS

**RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ATIVIDADES EMPREENDIDAS PELO AVIVALISTA DWIGHT
MOODY**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Relações
Públicas da Universidade Federal do
Pampa, como requisito parcial para
obtenção do Título de Bacharel em
Relações Públicas.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 03/12/2024.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Tiago Costa Martins

Orientador

Unipampa

Prof^ª.Dr^ª. Marcela Guimarães e Silva

Unipampa

Prof^ª.Dr^ª. Paula Daniele Pavan

Unipampa



Assinado eletronicamente por **TIAGO COSTA MARTINS, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 19/12/2024, às 15:25, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **MARCELA GUIMARAES E SILVA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 19/12/2024, às 15:28, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **PAULA DANIELE PAVAN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 19/12/2024, às 17:14, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1634739** e o código CRC **29C438CA**.

Dedico ao Deus Trino. Aos meus Pais e a todos os que oraram e torceram por mim.

AGRADECIMENTOS

À Trindade Santa. Ao Eterno Deus, meu Abba, Provedor e Senhor de tudo em minha vida, ao meu Irmão e Eterno Rei, Jesus, meu Salvador, e ao meu querido Amigo Espírito Santo, meu Auxiliador e Consolador. Só cheguei aqui porque o Senhor me sustentou em cada passo dessa jornada. Nada seria possível se eu não estivesse com meu coração voltado pra Ti.

Ao meu amado paizinho Ronivaldo Durães (*in memoriam*), que mesmo não estando aqui em corpo, seus ensinamentos são para além da sua vida. Meus eternos agradecimentos, a você que sempre sonhou, desejou e lutou para que hoje eu pudesse ser alguém na vida. Te amo pra sempre!

A minha mãe Naude Oliveira, minha rainha, meu amor e meu porto seguro. Sua vida me inspira, me dá força e me faz querer ser alguém que você se orgulhe. Suas orações, conselhos e puxões de orelhas me deram forças pra continuar, me fizeram engolir o choro várias vezes, e em outras deixar que ele saísse e me aliviasse a alma, me fez insistir e continuar lutando. Obrigado por me apoiar, sustentar e prover para que esse sonho se realizasse, ele também é seu. Te amo, te amo e te amo.

Aos meus irmãos, Augusto; Sillas e Joyce e ao amor de tia, Sarah Emanuely. Obrigado por tudo. As minhas irmãs, Rayssa, Dâmaris e Rízia, obrigado por mesmo de longe entrarem comigo nas aventuras pelo RS. Em especial a Rayssa, obrigada por não desistir da sua graduação, por isso não desisti da minha. Amo vocês!

Aos tios Deilde e Jucilene Durães. Obrigado por me adotar, contribuindo com minha estadia aqui no Sul, espero um dia poder retribuir tudo o que fizeram por mim. A tia Edima pelo apoio e a minha grande família Durães e Oliveira, a cada um de vocês, obrigada pela torcida!

À família em Cristo de várias partes do país, por cada oração e pedidos feito a Deus pela minha vida, obrigada. Em especial à família Ide, vocês foram mais do que pedi a Deus, quando em minhas orações clamava por uma família espiritual, muito obrigada por me mostrarem o melhor de São Borja através da vida de vocês. À outra família que

em São Borja me adotou, me dando muito mais do que eu merecia, Mãe Rose, manos Duda e Douglas, obrigada: “Em todo tempo ama o amigo, e na angústia se faz um irmão - Pv 17.17”.

À Família Pockets Pampa, obrigada por estarem em oração comigo nos momentos que achei que não ía conseguir, e por juntos estarmos em oração pela Unipampa. Juntos somos mais fortes. *Go Pockets!*

As minhas amigas de longa data Nayara e Miriam, obrigada; a Aryanne, Adriana, Gisele e Hellen, obrigada pela torcida e pelos muitos anos de amizade. E às mais recentes Lisandra, Viviane e Karen espero que nossa amizade seja para a vida, e que os momentos vividos nesse tempo de Universidade tornem nossas vidas melhores.

A todos os colegas que a UNIPAMPA me apresentou, peço a Deus que seus sonhos sejam realizados, só vencemos porque Ele permitiu.

A todos os mestres da educação que contribuíram com seus conhecimentos para que hoje pudesse ser uma Relação-Públicas. Obrigada, por cada ensinamento, histórias de vida e de superações que nos motivou a insistir na vida acadêmica.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Tiago Martins, por ser além de um professor, um amigo, obrigado por embarcar nesse sonho de me orientar a escrever um trabalho que não fosse polêmico e por me instruir com tanta maestria no percurso da graduação, e mais ainda na escrita do meu trabalho final. Obrigada por tudo!

À banca examinadora, Profa. Dra. Marcela Guimarães e a Profa. Dra. Paula Pavan, obrigada por aceitarem meu convite, seus conselhos e ensinamentos foram fundamentais para conclusão do meu trabalho e da minha formação. Obrigada e obrigada!

A todos que de alguma forma oraram e torceram por mim; às velhas e às novas amizades, espero contar com vocês na próxima fase também. E por fim, obrigada Deus, a Ti toda honra, glória, louvor. Encerro com o trecho de uma música: “Em um lugarzinho no meio do nada, no interior das Minas Gerais, Você me encontrou, o Deus que tudo formou pelo nome me chamou, tal mistério ainda não consigo entender... Logo eu, me permitiu te chamar de Deus.” (meu Deus - José.Jr)

“Uma vida consagrada produzirá uma impressão mais profunda.
Os faróis não carregam nenhuma buzina, eles apenas brilham.”

Dwight L. Moody

RESUMO

O presente trabalho aborda a intersecção entre relações públicas, teoria e modelos teóricos, e as atividades empreendidas por Dwight L. Moody no campo das técnicas de comunicação. Para tal, traz a definição do termo relações-públicas e sua importância e uma discussão sobre os modelos teóricos relevantes, e como podem ter sido percebidos nas estratégias de Moody. E apresenta a vida de Dwight L. Moody, um proeminente evangelista americano do século XIX, que é conhecido por sua habilidade em influenciar as massas ao comunicar mensagens religiosas de forma eficaz. Assim, esta pesquisa investiga como suas práticas podem ser analisadas através dos modelos teóricos de relações públicas e apresenta uma análise das técnicas de comunicação utilizadas por ele em suas campanhas evangelísticas, bem como o evangelista utilizou a imprensa da época para difundir sua mensagem. A pesquisa destaca, por fim, a importância da comunicação estratégica, para ter um bom relacionamento com a imprensa, com os públicos e para obter uma boa promoção de eventos. E conclui refletindo sobre a relevância das contribuições de Moody para o campo das relações públicas.

Palavras-chaves: relações públicas, modelos teóricos, Dwight I. Moody, avivamentos, técnicas de comunicação.

RESUMEN

El presente trabajo dirigirá la intersección entre relaciones públicas, teorías y modelos teóricos, y las actividades realizadas por Dwight L. Moody en el campo de las técnicas de comunicación. Proporciona la definición de las palabras relaciones públicas y su importancia y una discusión del modelo teórico importante, y también cómo pueden haber sido percibido en las estrategias de Moody. Habla de la vida de Moody, un destacado evangelista Americano del siglo XIX, quien es conocido por su capacidad para influir en las personas comunicando mensajes religiosos eficazmente. Esta busca investigará cómo se pueden analizar sus prácticas a través del modelo teórico de las relaciones públicas. Un análisis de las técnicas de comunicación utilizadas por él en sus campañas evangelísticas y cómo usó la prensa de la época para difundir su mensaje. Finalmente, resalta la importancia de la comunicación estratégica, para tener una buena relación con la prensa, con el público y tener una buena publicidad de los eventos. Y concluye reflexionando sobre la pertinencia de los aportes de Moody al campo de las relaciones públicas.

Palabras clave: relaciones públicas, modelos teóricos, Dwight L. Moody, avivamiento técnicas de comunicación.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Os quatro modelos de relações públicas	23
Quadro 02 - Linha do tempo da vida de Dwight L. Moody	31
Quadro 03 - Atividades de Moody e Modelos de RP relacionados.....	36

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Metodologia.....	16
2.RELAÇÕES PÚBLICAS: HISTÓRIA, CONCEITOS E MODELOS TEÓRICOS.....	18
2.1 Teorias das Relações públicas.....	20
2.2 Relações Públicas e suas atividades.....	25
3. RELIGIÃO COM FOCO NO PROTESTANTISMO.....	28
3.1 Os Avivamentos e seus impactos na Religião Protestante.....	29
3.2 A trajetória de Dwight L. Moody: vida, legado e contribuições.....	31
4. RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ATIVIDADES DE MOODY.....	35
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
6. REFERÊNCIAS.....	41

1. INTRODUÇÃO

Os cruzamentos entre religião, mercado, violência, política, cultura, propaganda e mídia, proporcionados especialmente a partir dos séculos XIX e XX no mundo ocidental, nos fazem perguntar quais os limites da definição de religião e até onde ela vai; e como os historiadores podem qualificá-la e analisá-la e a partir de qual perspectiva (Kosick, 2011).

Sem dúvida, a religião é um dos fenômenos mais importantes entre aqueles pertencentes exclusivamente ao ser humano (Fernandes, 2024). Muitos filósofos, pensadores e investigadores do século XIX manifestaram-se como absolutamente avessos à ideia de religião e à existência de uma realidade transcendente, isto é, uma realidade que está para além desse mundo, do mundo físico, material e corpóreo. Outros pensadores, no entanto, como o sociólogo Émile Durkheim e o estudioso Mircea Eliade, buscaram entender a religião de forma mais objetiva (Fernandes, 2024)

Para este trabalho, uma das definições pertinentes é a proposta por Émile Durkheim em sua obra *As Formas Elementares da Vida Religiosa*: “[...] uma religião é um sistema solidário de crenças e de práticas relativas a coisas sagradas, isto é, separadas, proibidas; crenças e práticas que reúnem numa mesma comunidade moral, chamada Igreja, todos os que a ela aderem.” E conclui que a religião é algo eminentemente social e são representações que exprimem realidades coletivas (Durkheim, 2023). Outra definição igualmente essencial é a proposta por Margot Lamme e Karen Russell (2015, p.35) em que religião é “a piedade prática, a maneira pela qual homens e mulheres demonstravam sua fé em todas as tarefas diárias [...]”.

A partir dessas definições, podemos notar que o ser humano passou por muitas evoluções, e com o passar do tempo toda e qualquer cultura ou civilização desenvolveu um sistema religioso, ou antes, desenvolveu-se junto a esse sistema. Entre os sistemas religiosos pelo mundo, destacam-se o Judaísmo, o Cristianismo, o Islamismo, o Hinduísmo, o Budismo, o Confucionismo, entre outras, sendo o Cristianismo o maior deles em número de adeptos (Fernandes, 2024; Campos, 2024).

Como foco deste trabalho, o Cristianismo foi palco de grandes eventos pelo mundo, e entre eles um dos mais importantes períodos da história da Igreja foi a

Reforma Protestante, no século XVI. Essa Reforma visava levar a cristandade de volta aos fundamentos bíblicos, ela tinha por objetivo atingir a igreja nos sentidos moral, institucional e teológico, e também tratava de questões fundamentais de ordem social, política e econômica (Barbosa, 2013). A partir da Reforma surgiu então o movimento chamado Protestantismo.

Destacam-se, na história do Protestantismo¹, os movimentos chamados Avivamentos (ou Reavivamentos), que, segundo Ailton Cristo (2020, p. 11) em seu livro *História do Avivamento no Mundo*, “são acontecimentos, ditos moveres espirituais, em que há a transformação de vidas em números e são típicos do protestantismo, ocorrido em todos os continentes.” Já Augustus Nicodemus (2022, p.15) diz que “é importante associar o conceito à ideia de reforma. Isto é, Avivamentos pressupõe reforma de costumes - mudança de caráter, procedimentos e paradigmas.”

Os Avivamentos começaram a ocorrer no século XVIII, na Europa, pois a Igreja que surgiu após a Reforma estava em decadência, e a sociedade ao seu redor sendo totalmente impactada. Nesse período, a Inglaterra passou por uma grande mudança, tanto na religião quanto na moral, e o país viveu uma completa revolução. Foi nesse tempo que surgiram as obras sociais de caráter cristão, as escolas dominicais — um dos primeiros passos na educação popular da Inglaterra—, a abolição do comércio de pessoas escravizadas, as reformas nas prisões e hospitais, bem como o moderno movimento missionário que alcançou muitos países na Ásia, África e Américas (Anglada, 2001).

Esses Avivamentos que ocorreram pela Europa após a Reforma davam continuidade aos ensinamentos dos precursores do movimento Protestante, e logo chegaram à América por meio de homens que renunciaram suas vidas comuns para viverem em prol do ‘Reino de Deus’, visando alcançar outras vidas, através de seus ensinamentos evangelísticos. Eles receberam o nome de Avivalistas ou Revivalistas². Dentre os muitos nomes de destaque desses eventos, e que este presente trabalho propôs a estudar é Dwight L. Moody, conhecido por ser um grande evangelista e

¹ Movimento religioso de separação das igrejas cristãs ocidentais da Igreja católica durante a Reforma do século XVI. Caracteriza-se, principalmente, por rejeitar a autoridade papal e pela ênfase à Bíblia como a única fonte de revelação para a salvação (Dicionário Michaelis, 2024).

² Que ou aquele que promove, em igrejas evangélicas (protestantes), movimentos para fortalecer a fé e aperfeiçoar a vida cristã dos fiéis (Dicionário Michaelis, 2024).

estrategista, e que fez em suas atividades uso das práticas ou técnicas de Relações Públicas, assim como muitos antes dele para “espalhar a fé, inspirar os devotos e expandir seus ensinamentos, mediante um método de comunicação que combinava devoção e promoção” (Tilson, 2006 *apud* Lamme e Russell, 2015 p.36).

Na história das Relações Públicas, assim como na religião, demonstrou-se uma conexão intrínseca com a história dos Estados Unidos, tendo como pioneiros Ivy Ledbetter Lee (1877-1934) e Edward L. Bernays (1891-1995), que contribuíram tanto para a profissão quanto para a pesquisa, contextualizando sua evolução e destacando o papel das Relações Públicas na formação da opinião pública (Gonçalves, 2010). A trajetória dessa atividade profissional está historicamente associada às transformações culturais (Martins; Kuhlmann, 2020), e com a religião isso também parece ser evidente.

Para compreender Relações Públicas enquanto atividade ou prática aqui citadas, Crable e Vibbert (1986, *apud* Gonçalves 2013 p. 20) as descrevem como “uma função multifacetada de gestão da comunicação que envolve investigação, análise, aplicação e reavaliação das relações entre uma organização e seus públicos”, ou seja, as pessoas que praticam relações-públicas utilizam a comunicação como forma de melhorar a situação para a organização e a organização se torna melhor para seu público (Gonçalves, 2013, p. 21).

No entanto, antes mesmo da definição do termo relações-públicas proposta por Bernays como “um processo que visa informar, persuadir, ajustar e edificar o apoio público para uma atividade, causa, movimento ou instituição” e a definida oficialmente pela ABRP³ como sendo “atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada”, religiosos desde São Paulo até os Avivalistas do protestantismo já praticavam essa arte (Peruzzo, 1986 p. 33; Lamme e Russell, 2015, p. 36.; Dantas, 2006).

Diante deste contexto, após compreender os conceitos de Religião e Relações Públicas, e perceber como elas estão interligadas em suas histórias desde muito tempo, este trabalho buscou investigar e responder a seguinte questão: Como as

³ Associação Brasileira de Relações Públicas.

Relações Públicas, reconhecidas por modelos de atuação e instrumentos, podem ser percebidas nas atividades empreendidas pelo avivalista protestante Dwight L. Moody?

Nesse sentido, os objetivos da pesquisa foram, no geral, compreender as atividades de Relações Públicas percebidas no contexto das ações realizadas pelo Avivalista Protestante Dwight L. Moody; e os específicos, compreender as teorias e os modelos teóricos propostos de Relações Públicas; descrever a história e as práticas realizadas por Moody e analisar as práticas utilizadas por ele, relacionando-as aos modelos teóricos de Relações Públicas.

Após refletir sobre a história da Religião, percebeu-se que há muitas questões sem respostas, e que é um campo de estudo em que inúmeros temas podem ser investigados. Ao segmentar o Cristianismo Protestante como foco dessa análise, pretendia-se entender alguns aspectos, abrindo um espaço para questionamentos, análises e comparações. Nesse sentido, este trabalho justifica-se por pretender abordar um tema pouco explorado na área da comunicação e contribuir para a compreensão das práticas profissionais em diferentes contextos, oferecendo as seguintes contribuições para futuras pesquisas; - ampliar o entendimento dos modelos teóricos, visto que podemos percebê-los na prática além da área da comunicação; - permitir que instituições, sejam elas religiosas ou não, apliquem essas práticas em campanhas de comunicação, assim como o Avivalista fez; - e por fim, como pesquisadora, este trabalho oferece uma oportunidade para analisar as práticas da profissão de Relações Públicas na história de homens por esta autora conhecidos, permitindo não apenas aprofundar o entendimento dessas práticas, mas também observar como elas foram apresentadas em diversos contextos históricos e culturais, comprovando como as Relações Públicas possuem relevância ao longo da trajetória da humanidade.

1.1 Metodologia

A metodologia aplicada neste trabalho foi a de revisão bibliográfica e documental de cunho descritivo e exploratório, através dos descritores que fazem parte do tema principal. A análise em materiais disponíveis buscou compreender de forma clara os objetivos específicos antes descritos, contextualizando-os para auxiliar na abordagem do tema central e ajudar a explicar a relação entre relações-públicas e religião.

Os autores de principal relevância para a compreensão deste trabalho foram: Margot Lamme e Karen Russell com a obra *Removing the spin: una nueva teoría histórica de las Relaciones Públicas*, Margarida Kunsch, Joe Marconi, Dan Lattimore *et.all.*, e Gisela Gonçalves, para a pesquisa sobre Relações Públicas. Já para a compreensão da Religião, foram autores Émile Durkheim, Paulo André Barbosa, Cláudio Fernandes e Orlando Boyer com a obra *Heróis da Fé* e os editores de sites como o Britânica e o *Christian History Institute*.

O método de pesquisa bibliográfica e documental foi escolhido, pois através dele foi possível analisar os fatos que envolvem o problema, e ter a comprovação disponibilizada em materiais bibliográficos, permitindo assim uma escrita objetiva e coerente com dados precisos e comprovados.

Assim, este trabalho inclui uma linha do tempo que apresenta os eventos principais ocorridos ao longo da vida do Avivalista Dwight L. Moody, facilitando a compreensão e a leitura da mesma e também um quadro comparativo entre as atividades empreendidas pelo Avivalista e as práticas de Relações Públicas, que são uma forma de trazer essas informações de forma prática facilitando a compreensão dessa análise.

2. RELAÇÕES PÚBLICAS: HISTÓRIA, CONCEITOS E MODELOS TEÓRICOS

Para compreender o que são os modelos e as teorias que são parte da análise é necessário primeiro entender o que é Relações Públicas em seus contextos históricos, conceitos e atividades.

Relações Públicas no seu significado mais amplo são uma função de liderança, gestão e construção de relações baseadas na comunicação bidirecional eficaz entre uma organização e seus públicos. O profissional que atua nessa área recebe o mesmo nome da profissão (ABRP, 2024).

Para o autor Dan Lattimore (*et.al.*, 2012 p.23), “a própria natureza da profissão e sua constante adaptação às necessidades da sociedade fazem dela, um alvo móvel para definições”, eles oferecem a definição de relações públicas enquanto trabalho ou atividade como “...uma função de liderança e gestão que ajuda a atingir os objetivos, definir a filosofia e facilitar a transformação da organização...”. Nesse contexto, o profissional de relações públicas se comunica com todos os públicos que sejam relevantes para o desenvolver de relações positivas, e de relevância para a organização.

No contexto histórico de Relações Públicas, vale ressaltar que antes mesmo do marco oficial de criação do termo ou da profissão, ela já era praticada na história da humanidade. Mas o que marcou sua história foi a criação do primeiro escritório destinado a essa atividade, em 1906, em Nova York, EUA, por Ivy Lee e o lançamento de um livro escrito por Edward L. Bernays (Marconi, 2009)

Como descrito brevemente antes, sua história está intrinsecamente ligada à história dos EUA, e é possível identificar exemplos de atividades com características de relações públicas desde os primeiros dias de colonização “à medida que cada colônia usava técnica de assessoria de imprensa para atrair colonos” (Lattimore *et.al.*, 2012, p.37). O autor então lista alguns nomes que fizeram parte dos primeiros acontecimentos envolvendo a história das relações públicas, dentre os que a utilizaram, como Samuel Adams, Amos Kendall, P.T. Barnum, entre outros.

Dos nomes na história das relações públicas, alguns são de destaque e de muita importância para compreensão da mesma, como o de Ivy Ledbetter Lee (1877-1934),

conhecido como um dos pais da Relações Públicas, ele recebeu mais crédito por alimentar a profissão que engatinhava ao ver muito cedo perspectivas melhores na arena da assessoria de imprensa (Lattimore *et.al.*, 2012). De acordo com Dan Lattimore e outros, (2012 p.40), seu modo de trabalhar era “dizer a verdade sobre as ações da organização de seu cliente, pois acreditava que se a verdade prejudicasse a organização, esta deveria corrigir o problema para que a verdade pudesse ser contada sem medo”. Lee compreendeu que uma organização não deveria influenciar o público a menos que sua comunicação fosse sustentada por boas obras, portanto ele exigia que seus clientes alinhassem suas razões e suas políticas com o interesse público, que no seu entendimento eram seres humanos racionais que tomariam decisões certas se tivessem acesso às informações completas e precisas (Lattimore *et.al.*, 2012).

Outro nome com destaque e que também recebe o título de pai das Relações Públicas é Edward Louis Bernays (1891-1995), o principal defensor da persuasão. Sobrinho do psicanalista Sigmund Freud (1856-1939), entendeu que os públicos podiam ser persuadidos se a mensagem sustentasse seus valores e interesses. Ele definiu as relações públicas como “a ciência de criar circunstâncias, montar eventos que fossem calculados para se destacar como notícias, mas que ao mesmo tempo não parecessem encenados” (Lattimore *et.al.*, 2012, p.44). Reconhecido como um consultor político, Bernays em sua obra “*The Engineering of Consent*” (1955), sugere formas para o Governo e os líderes políticos ganharem o apoio das massas de forma precisa e eficaz. Foi então atribuída a ele a invenção dos eventos midiáticos e das mensagens indiretas, onde os líderes de opinião ou pessoas comuns endossam produtos ou apoiam políticos, mas em formato jornalístico, não publicitário. Esta conotação das relações públicas com propaganda e manipulação só viria a ser contrariada com a obra seminal de Grunig e Hunt, *Managing Public Relations* (1984), que foi aceita e disseminada rapidamente como a primeira teoria de relações públicas a propor uma versão ética da disciplina (Gonçalves, 2014).

Após compreender parte da história e da definição do conceito relações-públicas, chegamos às teorias. Então, a seguir, será apresentada uma breve compreensão das teorias e dos modelos que identificam as ideias centrais das relações públicas e como elas se relacionam entre si.

2.1 Teorias

Embora tenhamos teorias sobre muitas ações e eventos em relações públicas, nenhuma delas responde sozinha a tudo que precisamos saber, de modo que é importante olhar as teorias agrupando-as segundo a forma como são usadas (Lattimore *et.al.*, 2012). Os autores dividem essas teorias em: Teoria das Relações, Teoria da Persuasão e Influência Social e Teoria da Comunicação de Massa, e examinam cada uma com suas subdivisões.

A Teoria das Relações é subdividida em duas, a dos sistemas e a situacional. A Teoria dos Sistema examina as organizações como algo formado por partes inter-relacionadas, que se adaptam e se ajustam às mudanças nos ambientes que operam, possuem limites reconhecíveis, onde deve haver uma estrutura de comunicação que a guie para atingir seus objetivos. Nessa teoria, o monitoramento de relações é fundamental para os profissionais de Relações Públicas, “pois eles são os intermediários, explicando a organização para seus *stakeholders*, e interpretando o meio para ela”, além de assessorar os que tomam as principais decisões, sobre problemas e oportunidades, ajudando a responder a essas transformações (Lattimore *et.al.*, 2012, p. 59-61). Já a Teoria Situacional é onde Grunig e Repper (*apud* Lattimore *et.al.*, 2012 p.61) concordam que “seria um bom começo usar o conceito de *stakeholders* para descrever relações”, mas concluem que nem todas as pessoas nos grupos de *stakeholders* teriam as mesmas oportunidades de se comunicar com a organização, e consideram que as relações públicas poderiam gerenciar com mais facilidade as comunicações identificando os públicos específicos com grupos de *stakeholders*. Essa teoria proposta por Grunig e Hunt (*apud* Lattimore *et.all.*, 2012, p. 62) oferece uma abordagem para entender melhor as necessidades comunicacionais específicas “os públicos vão desde aqueles que buscam e procuram ativamente informações sobre uma organização ou um tema de interesse até os que as recebem passivamente”. Sendo assim, essa teoria explica que os públicos que as organizações devem se comunicar são situacionais, ou seja, mudam de acordo com a situação, oportunidade ou questão e também por que alguns públicos são ativos em um único tema, outros em muitos temas e outros totalmente indiferentes (Lattimore *et.al.*, 2012).

Na Teoria da Persuasão e Influência Social, o autor afirma que os profissionais de relações públicas tentam persuadir os públicos a aprender novas informações, mudar emoções e agir de determinadas maneiras, e podem utilizar de vários fatores para as mensagens e ações de relações públicas se tornarem persuasivas. Dentre elas, temos a fonte da mensagem, a própria mensagem e o receptor, e onde pesquisadores descobriram que quanto mais credibilidade na fonte, maior será a probabilidade de aceitarmos essa mensagem. Dessa teoria obtém-se mais quatro teorias: 1. **das trocas sociais**, que “usa a metáfora econômica dos custos e benefícios para prever o comportamento”, onde o público calcula as consequências antes de agir, e “o trabalho do relações-públicas é fazer esse público ver todas as opções de decisões a ser tomadas junto com os custos e recompensas”; 2. **da difusão**, que “é uma outra forma do público processar e aceitar informações, seguindo algumas etapas (conhecimento, atitudes, avaliação, teste e adoção)” onde a comunicação de massa é importante nas duas etapas iniciais e contatos pessoais nas seguintes, fatores que são responsabilidade do profissional de relações públicas; 3. **da aprendizagem social**, que “tenta explicar e prever o comportamento com que os indivíduos processam as informações e ajuda a entender que os exemplos pessoais e os meios de comunicação de massa é importante para adquirir novos comportamentos”, nesse caso os relações-públicas preveem que comportamentos serão imitados principalmente se houver uma recompensa; e, por fim, a do 4. **modelo de probabilidade elaborada**, que “indica uma rota periférica na qual as pessoas são influenciadas por coisas como repetição, ou um porta-voz de alta credibilidade”, ou seja, prestam atenção ao que está sendo transmitido, fazendo com que o trabalho do relações- públicas tenha sucesso (Lattimore *et.al.*, 2012 p.63-65).

Por fim, a Teoria da Comunicação de Massa também é subdividida em duas, a dos usos e gratificações e a da definição de agendas. Na primeira, os autores garantem que “as pessoas são usuários ativos da mídia e podem escolher como a usar, podendo ser como entretenimento, distração, pesquisas, substituir relações pessoais, etc”. Isso significa que nem todo mundo ficará sabendo sobre as más notícias sobre uma organização, e “o fato de uma mensagem estar disponível em um meio específico não quer dizer que todos os públicos irão vê-la, prestar atenção e

posteriormente se lembrar dela”, fazendo com que os profissionais de relações públicas esperem que as mensagens na mídia de massa sejam formatadas, escolhidas e interpretadas de várias maneiras. Essa realidade mostra a importância de uma comunicação exemplar da parte do profissional de relações públicas, ela precisa ser clara e permitir uma compreensão capaz de satisfazer o interesse de todos os diferentes públicos e contextos (Lattimore *et.al.*, 2012, p.66). E na segunda e última teoria, Cohen (*apud* Lattimore *et.al.*, 2012, p.67) observou que “a mídia possui êxito impressionante ao dizer aos públicos o que eles devem pensar”. Essa ideia foi contestada em 1963, mas McCombs e Shaw (*apud* Lattimore *et.al.*, 2012 p.67) alguns anos depois concordaram com Cohen ao afirmar que “uma simples concordância com a mídia muda o comportamento do público, e mostram que a mídia pode definir a agenda para aquilo que pensamos e falamos”. Para os profissionais de relações públicas, esse é um aspecto muito importante, pois eles devem se lembrar disso quando a organização está sendo prejudicada pela imprensa (Lattimore *et.al.*, 2012).

Esse é um breve resumo do que são as bases para a discussão do tópico seguinte, os Modelos de Relações Públicas, propostos por Grunig e Hunt na obra *Managing Public Relations* (1984). Os autores teorizaram os quatro modelos a partir de uma contextualização histórica da profissão e o que acontecia com sua prática na atualidade que viviam. São considerados “o verdadeiro impulso para a discussão acadêmica desta disciplina e são uma das formas mais úteis para se pensar as relações públicas”, pois eles identificam suas ideias centrais e como elas se relacionam entre si, sendo muito usados em comunicação, pesquisa e ética (Gonçalves, 2013, p.49; Lattimore *et.al.*, 2012).

Esses modelos podem ser visualizados no quadro a seguir:

Quadro 01 - Os quatro modelos de relações públicas

	De Imprensa/ Propaganda	De Informação Pública	Assimétrico de Duas Mãos	Simétrico de Duas Mãos
Objetivo	Propaganda	Disseminação da informação	Persuasão científica	Compreensão mútua
Natureza da Comunicação	De uma mão; Verdade completa não é essencial	De uma mão; Verdade é importante	De duas mãos; Efeitos desequilibrados	De duas mãos; Efeitos equilibrados
Processo da Comunicação	Fonte → Receptor	Fonte → Receptor	Fonte → Receptor <i>Feedback</i> ←	Grupo → Grupo
Natureza da Pesquisa	Pequena; Porta em porta	Pequena; Alta legibilidade; Público: leitores	Formativa; Avaliadora de atitudes	Formativa; Avaliadora da compreensão
Figuras Principais	Phineas Barnum, Esportes, Teatro	Ivy Lee	Edward Bernays	Bernays, Educadores, Líderes profissionais
Usos Típicos	Promoção de produtos	Governo; Associações não-lucrativas; Organizações	Empresas competitivas; Agências	Empresas; Agências

Fonte: GRUNIG, James E., e HUNT, Todd. *Managing public relations*, p 22. HUNT, Todd e GRUNIG, James E., *Public relation techniques*, p 9. (apud Kunsch, 1997 p.110)

No quadro 01 acima, podemos ver a exposição dos modelos teóricos e suas características. Sintetizando as informações, o modelo **de imprensa/propaganda** é o mais antigo e visa publicar notícias sobre a organização, despertar a atenção da mídia, se movimentando em sentido único, da organização para o público. Nesse modelo, os profissionais de relações públicas estão sempre buscando oportunidades para que o nome de sua organização seja mencionado de forma favorável na mídia. Suas atividades incluem táticas de propaganda, como o uso de celebridades, e utilizam de dispositivos para chamar a atenção, como desfiles, distribuição de brindes e grandes inaugurações (Kunsch, 1997; Lattimore *et.al.*, 2012)

O modelo **de informação pública** difere do anterior quanto à intenção de informar em vez de pressionar por promoção e publicidade, mas a comunicação continua unidirecional. Possui características jornalísticas, pois dissemina informações objetivas na mídia em geral e em meios específicos. Nesse modelo, os profissionais de relações públicas realizam poucas pesquisas sobre seus públicos e também testam a clareza de suas mensagens. São considerados 'profissionais internos' e decidem quais informações são melhores para comunicar a seus públicos, valorizando a precisão (Kunsch, 1997; Lattimore *et.al.*, 2012).

Diferente dos anteriores, **o modelo assimétrico bidirecional** inclui o uso de pesquisa considerando as relações públicas como persuasão científica. Esse modelo utiliza-se de métodos de pesquisa das ciências sociais com o objetivo de aumentar a capacidade de persuadir por meio de mensagens. Aqui os profissionais de relações públicas, com o intuito de medir as reações do público para que a organização conquiste o apoio dos mesmos, utilizam *surveys*, entrevistas e grupos focais, para criação de programas de relações públicas, pois a organização tem mais interesse em fazer que os públicos se ajustem a ela do que o contrário (Kunsch, 1997; Lattimore *et.al.*, 2012)

Por fim, temos **o modelo simétrico bidirecional**, que possui uma visão mais moderna das relações públicas, na qual as organizações e seus públicos se ajustam uns aos outros, buscando equilíbrio entre seus interesses. É embasado em pesquisas das ciências sociais e utiliza da comunicação mútua para administrar os conflitos e compreender melhor os públicos estratégicos. Os profissionais que dele fazem uso

pautam-se por uma administração em que as organizações compreendem as dores de seus públicos, e estes entendem o outro 'lado' (Kunsch, 1997; Lattimore *et.al.*, 2012). Segundo Grunig, esse modelo é o mais ético, pois todos os grupos fazem parte da solução dos problemas (*apud*, Lattimore *et.al.*, 2012)

2.2 Relações Públicas e suas atividades

De acordo com Kunsch (1997) e Lattimore *et.al.* (2012), os papéis relacionados ao profissional de relações públicas são inúmeros. Alguns são gerenciais, outros vinculados ao *marketing*, se comunicam juntos aos recursos humanos e podem influenciar em vários departamentos de uma organização.

No entanto, Lattimore *et al.* (2012, p. 37) afirma que “as habilidades de persuasão - que comumente fazem parte da definição de relações públicas - têm sido usadas para influenciar o público e a opinião pública por centenas de anos”. E outros autores como Lamme e Russell (2009, p.36) também sugerem que “as primeiras manifestações do uso das relações públicas isso com uma finalidade religiosa datam do século I”, ou seja, essas afirmações destacam que, muito antes do surgimento do termo ‘relações públicas’, uma prática/atividade delas já existia, o que permitiu sua adaptação às diferentes épocas em que suas técnicas foram aplicadas.

Ao pensar sobre essas afirmações, é importante destacar o papel do profissional de relações públicas e algumas de suas muitas atividades, como por exemplo “criar, sustentar ou mudar uma imagem pública, gerando e moldando conscientização, e influenciando opiniões e decisões” sem deixar de pensar nos riscos e consequências de suas ações (Marconi, 2009, p. 03). Esses profissionais geralmente são a face e voz das organizações, agindo de forma que os públicos e a organização tenham seus pedidos atendidos (Marconi, 2009).

Sabemos que profissionais de relações públicas auxiliam na criação e na manutenção de relacionamentos com as outras partes, confere então com o que Lattimore *et.al.* (2012) afirmam:

Os profissionais das relações públicas se comunicam com todos os públicos internos e externos relevantes para desenvolver relações positivas e criar coerência entre as metas da organização e as expectativas da sociedade. [...] desenvolvem, executam e avaliam os programas da organização, promovem o intercâmbio de influência e entendimento entre as partes e os públicos de uma organização (Lattimore *et.al.*, 2012, p. 23)

Para os autores, as atividades estabelecidas para esses profissionais continuam sendo uma das disciplinas mais dinâmicas nas organizações de todo mundo, e para se ter uma ideia da grandeza desse fato é que podemos perceber elas em vários setores das organizações, como por exemplo em pesquisas e análises; consultoria/assessoria; assuntos governamentais, públicos e multiculturais; relações com investidores, funcionários e com a mídia; desenvolvimento e captação de recursos; publicidade e promoção; gestão de crises, comunicação de *marketing*, entre muito mais (Lattimore *et.al.*, 2012)

A razão para esse grande leque de oportunidades de trabalho é porque “há grande diversidade das habilidades e capacidades positivas que esses profissionais oferecem para sua área de atuação” (Lattimore *et.al.*, 2012, p. 23).

Outra autora que relata sobre as atividades do profissional de relações públicas é Gonçalves (2013). Ela sugere que ao falarmos sobre eles e suas atividades é “conveniente destacar que não importa se eles estão no quadro de funcionários de uma instituição ou em agências e consultorias de relações públicas”, todos eles “desenvolvem a comunicação no âmbito de gestão ou de assessoria a gestão”. Por isso, há muitos tipos de profissionais e de organizações onde eles podem desenvolver essas atividades, e o importante é que elas sejam praticadas a nível da direção em qualquer organização (Gonçalves 2013, p. 40).

Desse modo, em uma organização de grande porte pode haver a necessidade de vários profissionais, proporcionando várias oportunidades de emprego, pois podem se dividir em especialistas de diversas áreas, como da pesquisa, da redação, responsáveis pela mídia e assessoria e assim por diante. Já em uma de pequeno porte, um só pode dar conta de toda a organização. O importante é que há muita diversidade de oportunidades, que podem empregar diversos especialistas

proporcionando uma comunicação eficiente nas organizações sejam elas grandes, médias ou pequenas (Lattimore *et.al.*, 2012).

3. RELIGIÃO COM FOCO NO PROTESTANTISMO

Como apresentado na introdução, a Religião Protestante surgiu a partir de uma Reforma ocorrida no ano de 1517 e liderada pelo monge alemão Martinho Lutero (1483 – 1546). Para Lutero, essa Reforma era necessária pois a Igreja Católica estava vivendo uma época de grandes escândalos dos seus líderes, com abuso do poder desenfreado, opressão aos mais pobres com vendas de indulgências, além de desviá-los do ensino da verdadeira Palavra de Deus. Ele, ao ler as escrituras, compreendeu o mal que a Igreja estava causando e, arrependido de ter feito parte de muitos desses atos horríveis, entendeu que precisava fazer alguma coisa a respeito. Então, em 31 de Outubro de 1517, “afixou na porta da Catedral de Wittenberg, as famosas 95 teses que condenavam esses abusos e desafiavam a cristandade para uma reflexão sobre o assunto”, nasceu nesse dia o que conhecemos hoje por Reforma Protestante, regida por cinco princípios base, *Sola Scriptura*, *Sola Fide*, *Sola Gratia*, *Solo Christo* e *Soli Deo Gloria* (Barbosa, 2013 p.136-140).

Esses princípios até hoje são aclamados pelos então chamados protestantes, e são a base de suas vidas cristãs. Philip Schaff, uma autoridade protestante em sua obra *The New Schaff-Herzog Encyclopedia of Religious Knowledge (1908)*, resume bem o que é ser protestante:

O protestante vai diretamente à Palavra de Deus para obter instrução e ao trono da graça em suas devoções; enquanto o piedoso católico romano consulta os ensinamentos de sua igreja e prefere oferecer suas orações por meio da Virgem Maria e dos santos. Deste princípio geral de liberdade evangélica e da relação individual direta do crente com Cristo, procedem as três doutrinas fundamentais do protestantismo — a supremacia absoluta da (1) a Palavra, e de (2) a graça de Cristo, e (3) o sacerdócio geral dos crentes [. . .] (Schaff, 1908, *apud* Wilhelm,1911).

O protestantismo encontrou então métodos para alcançar as multidões não regeneradas ou não frequentadores de igrejas das cidades industriais que estavam surgindo. Um dos principais objetivos do protestantismo era influenciar a vida social, econômica, política e cultural aonde quer que fosse aceito. Junto com o catolicismo romano e a ortodoxia oriental, o protestantismo tornou-se uma das três principais

forças do cristianismo, e atualmente conta com um número considerável de adeptos em todo o mundo (Barbosa 2013; Spalding *et.al.*, 2024).

3.1 Os Avivamentos e seus impactos na Religião Protestante

Assim como em todo sistema podem ocorrer falhas, no Protestantismo não foi diferente, anos se passaram, reformadores vinham e iam, eventos catastróficos ocorreram, pessoas morreram e outras foram perseguidas por causa de sua fé e assim a Igreja que tinha nascido da Reforma estava precisando passar por uma mudança novamente. Nesse tempo, a igreja protestante estava sendo bastante afetada pelo Iluminismo, e para combater esse ‘mal’ surgem os irmãos John Wesley (1703-1791) e Charles Wesley (1707-1788), acompanhados de seu amigo George Whitefield (1714-1770) na Grã-Bretanha, liderando um movimento que salvou a Inglaterra de uma revolução. Suas histórias de conversão e suas pregações pela Europa, e depois pela América, impactaram a vida de outros homens, a maioria jovens que viviam uma vida de devassidão, que influenciados também buscaram “um despertar religioso e, ao mesmo tempo, uma reforma social” (Barbosa, 2013).

Esses movimentos são conhecidos por Avivamentos ou Reavivamentos, um “fervor religioso renovado dentro de um grupo, igreja ou comunidade cristã, mas principalmente um movimento das igrejas protestantes para revitalizar o ardor espiritual de seus membros e ganhar novos adeptos” (Britannica, 2024).

Segundo os teólogos e pastores Ailton Cristo (2020) e Augustus Nicodemus (2022), também “são acontecimentos ou ditos movimentos espirituais em que há a transformação de vidas em grandes números, e são associado o conceito à ideia de reforma”, isto é, Avivamentos “pressupõem reforma de costumes, mudança de caráter, procedimentos e paradigmas”.

O primeiro Grande Avivamento ocorreu nas colônias britânico-americanas e ficou conhecido como o Grande Despertar (c.1720 - 1750). Dentre os vários nomes participantes, o de maior relevância é o de Jonathan Edwards (1703-1758), um dos maiores teólogos e filósofos britânico-americano que liderou o movimento. Ele foi

influenciado pelos ensinamentos de Whitefield e revitalizou a religião nas colônias norte-americanas. Esse Avivamento foi o maior e influenciou até a Europa, pois “representou uma reação contra a crescente secularização da sociedade e contra a natureza corporativa e materialista das principais igrejas da sociedade americana” (Schafer, 2024).

Ainda segundo Schafer (2024), esse reavivamento estimulou o crescimento de várias instituições educacionais que até hoje são referências, como *Princeton*, *Brown* e as universidades *Rutgers* e *Dartmouth College*, moldando o cenário educacional da época, e provocou também o aumento das denominações⁴ cristãs e uma tolerância mais ampla à diversidade religiosa, estabelecendo bases para a liberdade e o diálogo inter-religioso.

O Segundo Grande Avivamento ou Segundo Grande Despertar, por sua vez, começou na Nova Inglaterra cerca de 1795 a 1835. Nesse movimento, as reuniões eram realizadas em pequenas e grandes cidades e muitas igrejas experimentaram um grande aumento de membros. Seus principais objetivos eram conquistar almas e estimular várias reformas morais e filantrópicas, incluindo a emancipação das mulheres e também a criação de missões internacionais (Britannica, 2024).

Com uma característica de ser menos emocional do que o primeiro, levou à fundação de muitas faculdades, seminários, orfanatos e à organização de sociedades missionárias por todo o país. Duas dessas instituições são o Instituto Bíblico Moody em Chicago (fundado em 1886) e o Instituto Bíblico de Los Angeles (fundado em 1908) que não apenas forneceu instruções aos seus alunos, mas também publicaram periódicos, criaram suas próprias estações de rádio, realizaram conferências fornecendo um vínculo entre congregações de vários lugares (Sandeem e Melton, 2024).

O Segundo Grande Despertar pode ser dividido em três fases. A primeira fase (1795–1810) foi conduzida por pregadores americanos como James McGready (1763–1817) e Barton W. Stone (1772-1844) em Kentucky e Tennessee. A segunda foi a mais conservadora (1810–1825) sob a liderança dos teólogos Timothy Dwight (1752-1817) e Lyman Beecher (1775-1863), entre outros. A terceira e última fase (1825-1835) decorreu das atividades do evangelista Charles Finney, um advogado que

⁴ Teol: Cada uma das seitas religiosas cristãs. (Dicionário Michaelis, 2024)

trouxe muitas inovações eficientes, como cultos previamente anunciados, linguagem coloquial na pregação, citação de nomes em orações públicas e a criação do ‘lugar dos aflitos’, onde as pessoas com inquietações espirituais poderiam ir. Seus métodos abriram caminho para muitos outros, como por exemplo Dwight L. Moody (1837-1899), o Avivalista que é o foco de estudo deste trabalho (Britannica, 2024; Barbosa, 2013).

3.2 A trajetória de Dwight L. Moody: vida, legado e contribuições

Dwight Lyman Moody, um proeminente evangelista americano do século XIX, estabeleceu um padrão para a evangelização em massa em várias cidades. De pais pobres e sexto entre nove filhos, ainda pequeno ficou órfão de pai, o que foi um grande baque para sua família. Foi então, juntamente com seus irmãos, criado num lar de muita devoção por uma mãe de invencível coragem e dedicação, na área rural da cidade (Boyer, 2017).

Para compreender melhor a trajetória de vida de Moody, será apresentada uma linha do tempo que resume os principais eventos de sua vida.

Quadro 02- Linha do tempo da vida de Dwight L. Moody.

1837	Nasceu em 5 de fevereiro em Northfield, Massachusetts, EUA.
1854	Com 17 anos vai para Boston e começa a trabalhar na loja de calçados SS Holton.
1855	Convertido em 21 de abril por meio de professor da escola dominical.
1856	Muda-se para Chicago e é contratado pela CE Wiswall como vendedor de sapatos.
1858	Conhece Emma C. Revell; organiza a Escola Sabatina do North Market Hall.
1861	Desiste do seu então lucrativo negócio de sapatos para se dedicar totalmente à vida de Evangelista.

1862	Casa-se com Emma C. Revell em 28 de agosto; como delegado da Comissão Cristã dos EUA, trabalha com soldados da Guerra Civil.
1864	Ajuda a formar a Igreja Independente da <i>Illinois Street</i> .
1866	Eleito presidente da YMCA (<i>Young Men's Christian Association</i> ou <i>Associação Cristã de Moços</i>) de Chicago.
1867	Primeira visita à Grã-Bretanha onde conheceu Charles H. Spurgeon ⁵ e George Muller, que exerceram muita influência sobre ele.
1870	Conhece Ira D.Sankey ⁶ na Convenção Internacional da YMCA e faz a segunda visita à Grã-Bretanha.
1871	O Grande Incêndio de Chicago destrói a Igreja da Rua Illinois e a casa de Moody.
1872	Terceira visita à Grã-Bretanha; prega em Londres e Dublin onde mais de 2 milhões de pessoas o assistiram.
1873	Começa novamente uma campanha no Reino Unido em junho (continua até julho de 1875).
1874	Reuniões na Escócia (janeiro a agosto); Irlanda (setembro a novembro); Manchester (dezembro).
1875	Reuniões em Oxford e Cambridge; quando em Londres, de março a julho, fala para 2,5 milhões; campanhas no Brooklyn e Filadélfia.
1877-78	Reuniões evangelísticas em Boston, México e Canadá e por toda a Nova Inglaterra; em outubro de 1878, começa a campanha de sete meses em Baltimore.
1880	Primeira Conferência de Northfield.
1881:	Cria a Escola Mt. Hermon para meninos e faz a segunda grande campanha no Reino Unido (continua até abril de 1883).
1885	Reuniões evangelísticas no sudeste dos EUA.

⁵ Charles Haddon Spurgeon, comumente referido como C. H. Spurgeon (1834 - 1892) pregador Batista Reformado, conhecido no protestantismo como O Príncipe dos Pregadores e O Último dos Puritanos. Disponível em: <https://www.projetospurgeon.com.br/quem-foi-spurgeon/quem-foi-charles-haddon-spurgeon/> > Acesso em 13 de novembro de 2024.

⁶ Ira D. Sankey (1840 - 1908) Conhecido como "A doce Voz do Metodismo" foi um cantor e compositor gospel americano. Sua colaboração com Moody durou de 1870 até 1899, pouco antes de sua morte.

1886	Início do movimento de voluntários estudantis; formação da Sociedade de Evangelização de Chicago; conferência de estudantes universitários em Mt. Herman; campanhas em Nova Orleans, Washington, Nova York.
1887-88	Campanha de quatro meses em Chicago; segunda conferência em Northfield; Reuniões evangelísticas na Costa Oeste, Canadá e Inglaterra.
1889	Reuniões na Escócia e Irlanda; Instituto Bíblico ⁷ inaugurado formalmente em Chicago.
1891-92	Sétima visita à Inglaterra. Viagem pela Europa e Terra Santa; reuniões na Inglaterra e Irlanda, incluindo oito dias no Tabernáculo de Spurgeon.
1894-95	Reuniões na Costa Leste e no Canadá. Em Nova York, Boston, Dallas, Cidade do México.
1896-97	Eleito presidente da Associação Internacional da Escola Dominical; reuniões em Nova York, Boston, Chicago, Ottawa, e em outros lugares.
1898	Trabalha entre soldados da Guerra Hispano-Americana; prega no Colorado, Montreal e Tampa Bay.
1899	Reuniões por todo o oeste dos EUA; morre em 22 de dezembro na sua casa em Northfield, EUA.

Fonte: Christian History Timeline⁸: Dwight L. Moody and His World (possui acréscimos da autora com base em Boyer (2017)).

O quadro 02 apresenta em ordem cronológica os eventos que se desenrolaram ao longo dos anos de vida de Moody. Os eventos/campanhas em massa realizados por ele foram financiados por empresários e comerciantes proeminentes que acreditavam que ele aliviaria as dificuldades dos pobres. O próprio Moody apoiou ardentemente várias instituições de caridade, chegando a criar escolas e orfanatos para crianças de rua que não tinham condições de estudar. O fato dele ter obtido grande sucesso e muitas pessoas o assistido era porque ele usava uma abordagem dinâmica e inclusiva, mobilizando assim milhares de pessoas em diversas cidades (Britannica, 2024; Boyer, 2017).

A vida e os feitos de Moody influenciaram muitos outros cristãos a se mobilizar

⁷ Atualmente conhecido como *Moody Bible Institute*. Disponível em: <<https://www.moody.edu/>> Acesso em 09 de novembro de 2024.

⁸ Disponível em: <<https://christianhistoryinstitute.org/magazine/article/moody-timeline/>> Acesso em 09 de novembro de 2024

em evangelização e também é foco de análise da área de comunicação e gestão que estudam estratégias para atingir um grande público. No próximo capítulo, iremos ver como Moody utilizou de técnicas de RP para atingir seus objetivos na evangelização, conquistando não só milhares de seguidores e admiradores hoje como também recebendo o título “Célebre Ganhador de Almas” e “Maior homem do século XIX”. (Boyer, 2017 p.172).

4. RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ATIVIDADES DE MOODY

No relato de vida de Moody acima descrito, percebe-se que ele foi um excelente Avivalista e o número de seu alcance conseguido é extraordinário. Ele foi uma das principais figuras do evangelismo urbano e precursor dos evangelistas em massa . O Dr. A. T. Pierson (*apud* Abdala, 2000) estima que “Moody tenha falado para cerca de 100 milhões de pessoas durante o seu ministério”. Seu método constituía-se numa pregação simples e emotiva, livre de divisões denominacionais e sociais, incentivando as pessoas a se arrependem e a aceitarem a salvação oferecida em Jesus. Embora ela tenha sido simples e limitada, ela contrastava com sua paixão e técnicas para ganhar almas, que expandiu sua influência e prospectou apoio de muitos comerciantes e pessoas relevantes de sua época (Abdala, 2000; Rádio Trans Mundial, 2024).

Segundo Abdala (2000), “quanto mais ele avançava em sua obra evangelística, mais percebia a necessidade de treinar outros no evangelismo”. Moody também ficou conhecido por utilizar técnicas de negócios em seu planejamento evangelístico, e por insistir na necessidade de treinamento prático para o ministério de evangelização. A Rádio Trans Mundial (2024) discute a importância de Moody na história das missões cristãs ao dizer que “seu objetivo era treinar *comunicadores* que pudessem levar a verdade simples de Deus às massas”. Essas técnicas ainda persistem no foco das instituições que levam seu nome e foram utilizadas por outros evangelistas depois dele, como Billy Sunday (1862-1935) e Billy Graham (1918-2018) (Rádio Trans Mundial, 2024).

Suas estratégias de comunicação são valiosas para a compreensão do papel das Relações Públicas não só no contexto religiosos como em outras áreas. De acordo com Findlay (1969 *apud* Lamme e Russell, 2015 p. 46), quando Moody era membro da YMCA de Chicago, “o individualismo, o ativismo e a praticidade da conversão evangélica combinavam naturalmente com o mundo secular da empresa, mesmo ao usar a palavra trabalho ou administrar dinheiro”, ou seja, ambas utilizavam técnicas parecidas para alcançarem seus objetivos. Para Moody qualquer “impressão ou carimbo, qualquer luz ou ruído valia a pena se servisse aos seus objetivos”, incluindo a

imprensa, fazendo com que seus dons organizacionais fossem muito bem aproveitados em suas atividades (Bradford, 1927 *apud* Lamme e Russell, 2015 p. 46).

Essas atividades empreendidas por Moody se enquadram nos modelos desenvolvidos em Relações Públicas descritos anteriormente no quadro 01. E para uma melhor compreensão, elas serão apresentadas a seguir, a partir dos estudos feitos em Kunsch (1997), Lattimore *et.al.* (2012), Lamme e Russel (2015) e dos modelos propostos por Grunig e Hunt na obra *Managing Public Relations* (*apud* Kunsch, 1997; Gonçalves, 2013).

Quadro 03 - Atividades de Moody e Modelos de RP relacionados

Atividade	Descrição do propósito de Moody	Modelo Teórico	Os RPs também fizeram
Campanhas evangelísticas (como descritas no quadro 1, realizadas em vários lugares)	O foco não era só o espiritual, mas também perceber as necessidades e preocupações da comunidade.	De imprensa/Propaganda (Propaganda)	-
Escolas para Mulheres/Moças	Com o objetivo de capacitar, incluindo-as na missão e atividades da igreja, ouvindo suas preocupações, ideias e promovendo posições de liderança	Simétrico de duas mãos (Compreensão mútua) De Informação Pública (Disseminação da informação)	-
Conferências Bíblicas em Northfield	Realizadas anualmente, onde as pessoas se reuniam para discutir questões relevantes da fé e do ministério. Tendo espaço para diálogo entre diferentes grupos e treinamentos para o ajudar em suas campanhas.	Simétrico de duas mãos- (Compreensão mútua) De Informação Pública (Disseminação da informação)	-

Atividade	Descrição do propósito de Moody	Modelo Teórico	Os RPs também fizeram
Música como forma de conexão com o público; (Parceria especial com Ira D. Sankey)	Moody usou a música como um meio de feedback emocional direto, permitindo assim ajustar sua mensagem com base nas reações do público, promovendo uma comunicação mais interativa.	Simétrico de duas mãos (Compreensão mútua)	Barnum usou técnicas semelhantes ao promover a tour de Jenny Lind.
Uso da Mídia/Imprensa para publicações e para cobertura de eventos.	Moody reconheceu a importância da imprensa e da publicidade, usando isso ao seu favor.	De Informação Pública (Disseminação da informação) De imprensa/Propaganda (Propaganda)	Barnum, Lee e Bernays utilizaram técnicas semelhantes para divulgar seus escritos e para fazer com que a mídia cobrisse seus eventos.
Publicação de Sermões e outros materiais	Através dessas publicações um grande público foi alcançado por meio da leitura.	De Informação Pública (Disseminação da informação)	Bernays e Lee publicaram algumas obras sobre relações públicas que difundiram o conhecimento sobre essa área.
Escola Dominical / Escola para moças e para moços/ Instituto Bíblico Moody	Inicialmente as escolas funcionavam como um meio de disseminar informações não só religiosas e morais, mas também focaram na educação de crianças que não tinham condição de estudar. Posteriormente, foi	De Informação Pública (Disseminação da informação) Simétrico de duas mãos (Compreensão mútua)	-

Atividade	Descrição do propósito de Moody	Modelo Teórico	Os RPs também fizeram
	criado o instituto bíblico, onde adultos também puderam ser educados.		

Fonte: A autora (2024) baseada em LAMME, Margot O.; RUSSELL, Karen M. *Removing the spin: una nueva teoría histórica de las Relaciones Públicas*. Barcelona, Editorial UOC, 2015; BOYER, Orlando Spencer. *Heróis da Fé*. Rio de Janeiro: CPAD, 2017.

Nas atividades acima descritas, algumas se encaixam no modelo *de duas vias simétricas*, pois Moody não apenas comunicava sua mensagem, mas também se preocupava em ouvir e atender às necessidades do público, promovendo um diálogo e valorizando suas contribuições, o que exemplifica a compreensão mútua, numa abordagem onde todos tinham voz. Para Grunig e Larissa (1992 *apud* Kunsch, 1997 p.112), “normativamente, esse modelo é o que define as relações públicas excelentes”, pois permite um relacionamento participativo e uma comunicação com diálogo entre a organização e seus públicos.

Outras se aplicam ao modelo teórico *de informação pública*, que tem como característica a disseminação de informações. De acordo com Kunsch (1997 p.110), “a organização dissemina suas mensagens, relativamente objetivas por meio da mídia e de meios específicos” ao público sem necessariamente esperar feedback ou diálogo de volta. Moody utilizou essa comunicação, pois desejava que sua mensagem fosse ouvida sem precisar obter um diálogo ou interação direta com o público, só os manter informados, ou compartilhar com eles seus sermões/hinos e materiais por escrito (KUNSCH, 1997).

Nos casos que se encaixam no modelo *de imprensa/propaganda* é claro o motivo, pois Moody soube fazer bom uso da mídia para expandir seu ministério. Segundo Evensen (2003 *apud* Lamme e Russell 2015 p.47), Moody “tentou se ajustar às necessidades da imprensa, por exemplo, falando mais devagar quando jornalistas começaram a tomar seus sermões em forma abreviada” e “agradeceu-lhes pessoalmente por tê-lo ajudado em sua missão, bem como omitir ou desculpar qualquer erros que pudesse ter cometido”. Além disso, fez uso da mídia para convidar,

comentar e fazer cobertura dos eventos que estavam acontecendo, “polindo e aperfeiçoando suas técnicas de evangelização em massa”, obtendo grande êxito em suas atividades e eventos (Evensen, 2003 *apud* Lamme e Russell, 2015, p.47).

Embora para fins diferentes, na história dos teóricos de Relações Públicas, também há evidência do uso desse modelo, o *showman* e empresário P. T Barnum também se utilizou da mídia para promover seus negócios, através de folhetos, crônicas e anúncios em jornais e um amplo *mailing* com a imprensa. De acordo com Harris (1973 *apud* Lamme e Russell, 2015, p.100), “depois de entrevistas com os editores de vários jornais, Barnum aprendeu a adaptar a mensagem ao público”, obtendo assim grandes resultados em suas campanhas promocionais.

Outro episódio que confirma o uso de semelhantes técnicas de RP se deu com Ivy Lee, quando, no caso Rockefeller, entrou em contato com a imprensa para cobrir a visita do dono à indústria. Lee queria que a imprensa estivesse lá para cobrir o almoço de Rockefeller com os trabalhadores, “mostrando como ele se relacionava com os mineiros depois do trabalho, fazendo com que o público o visse com bons olhos”. Além de um contato direto com a imprensa, Lee constantemente fazia uso de panfletos, folhetos, notas para os funcionários e para pessoas com importantes cargos de decisão (Lattimore *et.al.*, 2012 p. 41).

Percebemos então o quanto as relações públicas estão relacionadas a outras áreas além da comunicação, como na religião. Concluimos que Moody foi muito sábio ao utilizar a comunicação estratégica para interagir com a sociedade, influenciar a opinião pública, manter um bom relacionamento com mídia, características que são inegociáveis na área de relações públicas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intenção inicial desta pesquisa foi compreender as atividades de Relações Públicas em uma área até então pouco abordada dentro da comunicação, e com isso perceber o quão relevante é não só a atividade, mas também a profissão.

Ao longo da pesquisa, ficou evidente que as estratégias por Moody utilizadas mobilizou a sociedade de seu tempo, revelando uma profunda compreensão do uso da mídia para alcance de massas, a importância de construir relacionamentos, a propagação da fé por meio de produtos promocionais, livros e sermões publicados, entre outras atividades que ele desenvolveu. As técnicas de comunicação por Moody utilizadas não apenas refletem uma compreensão do público-alvo, mas também se alinham com os modelos teóricos propostos por Grunig e Hunt anos depois. Demonstra também que uma comunicação eficaz vai além da simples disseminação de informações, ela envolve a criação de diálogo, a construção de relacionamentos com a imprensa e com pessoas que engajem em suas ideias.

O estudo das contribuições de Moody se estende além do campo das relações públicas, permitindo que as atuais organizações, religiosas ou não, possam se beneficiar ao utilizar técnicas semelhantes em suas práticas comunicacionais. Essa análise também sugere temas para futuras pesquisas não só na área aqui estudada, mas sim além, pois suas atividades podem ser analisadas em outros tópicos, como por exemplo o que fazer, como fazer e onde aplicar essas estratégias, que resultados e alcance pode se obter de tais ações, além do campo da religião, e também contribui para a compreensão do papel das relações públicas em seus diversos contextos. Também serve como um exemplo para profissionais da área, destacando a importância do uso e da inovação nas estratégias comunicativas em um mundo em constante mudança

Conclui-se que foi possível observar que o sucesso das atividades empreendidas por Dwight Moody se deu por conta de um bom planejamento do que conhecemos hoje como Relações Públicas, e como essa atividade faz parte da história da humanidade e vem se atualizando com o passar dos tempos.

6. REFERÊNCIAS

ABDALA, Emílio D., **A importância do evangelismo no treinamento ministerial** Scribd, 20 de Setembro de 2020, Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/476774011/Treinamento-Ministerial>> Acesso em 12 de novembro de 2024.

ANGLADA, Paulo. **O grande reavivamento na Inglaterra no século XVIII**. 2001, Ministério Fiel. Disponível em : <<https://ministeriofiel.com.br/artigos/o-grande-reavivamento-na-inglaterra-no-seculo-xviii/>> Acesso em 24 de maio de 2024.

ARANTES, Paulo Corrêa. **Jonathan Edwards: protagonista e crítico do fenômeno religioso conhecido como o “Grande Avivamento do Século 18”**. 2017. 167 f. Dissertação (Ciências da Religião) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo. Disponível em: <<http://dspace.mackenzie.br/handle/10899/25752>> Acesso em 13 de junho de 2024.

BARBOSA, Paulo André. **História da Igreja- Dos primórdios à atualidade-** Porto Alegre: Instituto Bíblico Esperança, Edição 2013.

BOYER, Orlando Spencer. **Heróis da Fé**. Rio de Janeiro: CPAD, 2017.

BRITANNICA, The Editors of Encyclopaedia. **"Revivalismo"**. Encyclopedia Britannica , 7 dez. 2023, Disponível em: <<https://www.britannica.com/topic/revivalism-Christianity>> Acesso em 8 de novembro de 2024.

BRITANNICA, The Editors of Encyclopaedia. **"Dwight L. Moody"**. Encyclopedia Britannica, 27 de março de 2024, Disponível em: <<https://www.britannica.com/biography/Dwight-L-Moody>> Acesso em 10 de novembro de 2024.

BRITANNICA, The Editors of Encyclopaedia. **"Second Great Awakening"**. Encyclopedia Britannica, 21 Oct. 2024, Disponível em: <<https://www.britannica.com/topic/Second-Great-Awakening>> Acesso em 7 de novembro de 2024.

CAMPOS, Tiago Soares. **"Protestantismo"**; Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/religiao/protestantismo.htm> > Acesso em 23 de maio de 2024.

CAMPOS, Tiago Soares. **"5 maiores religiões do mundo"**; Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/religiao/as-cinco-maiores-religioes.htm>> Acesso em 11 de dezembro de 2024.

CRISTO, Ailton. **História do Avivamento no Mundo: História do Avivamento no Mundo** (Teologia Pentecostal Livro 1). 2020. E-book Kindle

DANTAS, José Guibson Delgado. **O que é, afinal, Relações Públicas?** INTERCOM-Sul, 2016 Disponível em : <https://portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0627-1.pdf> Acesso em 07 de Junho 2024.

Durkheim, É. **As formas elementares da vida religiosa: O sistema totêmico na Austrália.** Ucrânia: Edipro. (2023) Trad. Rafael Faraco Benthien, Raquel Andrade Weiss. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/As_formas_elementares_da_vida_religiosa/pRXdEAAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&pg=PT19&printsec=frontcover Acesso em: 23 de maio 2024.

FERNANDES, Cláudio. **"Religião";** Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/religiao.> Acesso em 23 de maio de 2024.

GONÇALVES, Gisela. **Introdução à Teoria das Relações Públicas,** Porto: Porto Editora (2010). Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/272506273_Introducao_a_Teoria_das_Relacoes_Publicas_Porto_Porto_Editora. Acesso em 07 de julho de 2024.

GONÇALVES, GISELA. **Ética das Relações Públicas,** Edições Minerva Coimbra, 2013. 1ª Edição.

GONÇALVES, Gisela. **Relações Públicas Políticas: raízes, desafios e aplicações-** Comunicação e Sociedade, vol. 26, 2014, pp. 90 – 98 doi: 10.17231/comsoc.26(2014).2027

KOSICKI, Karina B. **HISTÓRIA DAS RELIGIÕES: CONCEITOS E DEBATES NA ERA CONTEMPORÂNEA.** História: Questões & Debates, [S.l.], v. 55, n. 2, dez. 2011. ISSN 2447-8261. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/historia/article/view/26526/17686>. Acesso em: 23 maio 2024. doi:<http://dx.doi.org/10.5380/his.v55i2.26526>.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

LAMME, Margot O.; RUSSELL, Karen M. **Removing the spin: una nueva teoría histórica de las Relaciones Públicas.** Barcelona, Editorial UOC, 2015.

LATTIMORE, Dan, BASKIN Otis, HEIMAN, Suzette T., TOTH Elizabeth L., **Relações Públicas: profissão e prática / Dan Lattimore...** [et al.]; tradução: Roberto Cataldo Costa; revisão técnica: Luiz Alberto de Farias, Vânia Penafieri. - 3.ed.- Porto Alegre: AMGH, 2012.

MARCONI, Joe. **Relações Públicas- O guia completo** [tradução Anna Maria Dalle Luche]. - São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MARTINS, Tiago Costa. **O “lugar” das Relações Públicas na Indústria Criativa**. Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, [S. l.], v. 18, n. 36, 2019. DOI: 10.5902/2175497732684. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/32684>. Acesso em: 17 dez. 2024.

MARTINS, Tiago Costa; KULMANN, Karolini. M. **Da produção cultural à indústria criativa: o passado e o presente das Relações Públicas na formação do Curso da Unipampa**. In: ANDRES, Fernanda Sagrilo; RHODEN, Valmor Rhoden (org.). **Experiências e perspectivas: 10 anos do curso de Relações Públicas da Unipampa**. 1ed. Santa Maria: Facos UFSM, 2020, v. 1, p. 43-60.

NICODEMUS, Augustus. **Avivamento: Obra extraordinária de Deus / Augustus Nicodemus**. – 1. ed. – Rio de Janeiro : GodBooks, 2022. E-book Kindle.

OS AVIVALISTAS e suas obras, **Igreja Presbiteriana Renovada**. 2018. Disponível em: <<https://iprb.org.br/arquivo/os-avivalistas-e-suas-obras-setembro-de-2006>> Acesso em: 10 de julho de 2024.

PERUZZO, Cicilia Krohling. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. - 2. ed.- São Paulo: Summus, 1986.

RÁDIO TRANS MUNDIAL. **História das Missões: Dwight L. Moody**. 2024. Disponível em: < <https://www.rtmbrazil.org.br/radio/programas/historia-das-missoes/dwight-l-moody> > Acesso em: 12 novembro de 2024

REBLIN, Iuri Andréas. **Apresentação. Reflexão**, [S. l.], v. 41, n. 2, p. 133–134, 2017. DOI: 10.24220/2447-6803v41n2a3868. Disponível em: <<https://seer.sis.puc-campinas.edu.br/reflexao/article/view/3868>> Acesso em: 10 julho 2024.

SANDEEN, Ernest R. e MELTON, J. Gordon. **"Fundamentalismo cristão"**. Encyclopedia Britannica , 17 set. 2024, Disponível em : <<https://www.britannica.com/topic/Christian-fundamentalism>> Acesso em 7 de novembro de 2024.

SCHAFER, Thomas A.. **"Jonathan Edwards"**. Encyclopedia Britannica, 1 Oct. 2024, Disponível em : <<https://www.britannica.com/biography/Jonathan-Edwards>> Acesso em 7 Novembro 2024.

SPALDING, James C. , NELSON, E. Clifford , BAINTON, Roland H. , MARTY, Martin E. e CHADWICK, W. Owen. **"Protestantismo"**. Encyclopedia Britannica , 30 de outubro de 2024, Disponível em:<<https://www.britannica.com/topic/Protestantism>> . Acesso em 07 de Novembro de 2024.

WEISS, R. **Durkheim e as formas elementares da vida religiosa**. Debates do NER, [S. l.], v. 2, n. 22, p. 95–119, 2012. DOI: 10.22456/1982-8136.36520.
Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/debatesdoner/article/view/36520>>
Acesso em: 23 maio 2024.

WILHEM, Joseph. **"Protestantismo."** *The Catholic Encyclopedia*. Vol. 12. Nova York: Robert Appleton Company, 1911.
Disponível em: <<http://www.newadvent.org/cathen/12495a.htm>> Acesso em 07 de novembro 2024.