

# Comunicação, Linguagens e Religiões

**Tendências e  
perspectivas na pesquisa**

Magali do Nascimento Cunha  
Letícia Jovelina Storto  
(Orgs.)



SYNTAGMA

 **INTERCOM**  
Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião



Capa > Hertz W. Camargo  
Diagramação > Jéssica Reis  
Coordenação Editorial > Celso Moreira Mattos  
Revisão > Ms. Josemara Stefaniczen  
Produção Eletrônica > Syntagma Editores

Avaliação > Textos avaliados às cegas e aos pares

**Conselho Científico Editorial:**

Dr. Antonio Lemes Guerra Junior (UNOPAR)  
Dr. Aryovaldo de Castro Azevedo Junior (UFPR)  
Dra. Letícia Jovelina Storto (UENP)  
Dr. José Ângelo Ferreira (UTFPR-Londrina)  
Dr. José de Arimatheia Custódio (UEL)  
Dra. Pollyana Mustaro (Mackenzie)  
Dra. Magali do Nascimento Cunha  
Dra. Elza Kioko Nakayama Murata (UFG)  
Dr. Ricardo Desidério da Silva (UNESPAR-Apucarana)  
Dra. Ana Claudia Bortolozzi (UNESP-Bauru)  
Dra. Denise Machado Cardoso (UFPA)  
Dr. Marcio Macedo (UFPA)

**Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)**

C0728 Comunicação, linguagens e religiões: tendências e perspectivas na pesquisa. / Organizado por Magali do Nascimento Cunha e Letícia Jovelina Storto. – Londrina: Syntagma Editores, 2020.  
446 p.

ISBN: 978-85-62592-60-7

1. Comunicação. 2. Linguagem. 3. Religião. I. Título. II. Cunha, Magali do Nascimento. III. Storto, Letícia Jovelina.

CDD: 380 / 200  
CDU - 383/38 - 29



**SYNTAGMA**

Copyright © 2020, Syntagma Editores Ltda., Londrina (PR), 15 de janeiro de 2020.  
[www.syntagmaeditores.com.br](http://www.syntagmaeditores.com.br)

# Sumário

**APRESENTAÇÃO / 8**

**AUTORES / 429**

## **PARTE 1**

### **LINGUAGENS, RELIGIÕES E CULTURA**

**SINCRONIA E DIACRONIA NOS PROCESSOS COMUNICATIVOS  
RELIGIOSOS EM CONTEXTOS INTERCULTURAIS:  
A DEVOÇÃO MARIANA À APARECIDA / 21**

*Flavia Gabriela da Costa Rosa*

*Jorge Miklos*

*Ronivaldo Moreira de Souza*

**A CIRCULAÇÃO TRANSNACIONAL DAS TÉCNICAS DO CRER.  
O CASO DAS IGREJAS EVANGÉLICAS BRASILEIRAS DE LISBOA / 36**

*Camila Arêas*

**CULTURA DO ENCONTRO E CAPACIDADE DE ESCOLHA:  
PERSPECTIVAS SOBRE AS MENSAGENS DO PAPA FRANCISCO  
PARA O DIA MUNDIAL DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS,  
ENTRE OS ANOS DE 2014 A 2018 / 65**

*Joana T. Puntel*

*Luís Henrique Marques*

**O TARÔ COMO LINGUAGEM IMAGÉTICA  
E REPRESENTAÇÃO SIMBÓLICA / 91**

*Kelma Mazziero*

**COMUNICAR A ESPERANÇA:  
ANÁLISE DAS CELEBRAÇÕES DAS EXÉQUIAS  
A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL / 114**

*Lindolfo Alexandre de Souza*

## **PARTE 2**

### **LINGUAGENS, RELIGIÕES E IDEOLOGIA**

#### **IMAGINÁRIO DO INIMIGO E PÂNICO MORAL NAS NOTÍCIAS DO PORTAL GOSPEL MAIS: OS CASOS DA EXPOSIÇÃO QUEERMUSEU E DA PERFORMANCE LA BÊTE / 133**

*Magali do Nascimento Cunha*

*Carlos Eduardo Bertin*

*Ricardo Costa Alvarenga*

#### **EXCOMUNICAÇÃO: NOVOS MODOS DE INTOLERÂNCIA INTRARRELIGIOSA EM TEMPOS DE MUDIATIZAÇÃO DIGITAL / 151**

*Moisés Sbardelotto*

#### **COMO OVELHAS NO REINO DE DEUS - SACRIFÍCIO, DINHEIRO E MARKETING COMO ENGRENAGENS DE UMA IGREJA-EMPRESA / 181**

*Andréa Basílio Da Silva Chagas*

*Dolores Cristina Gomes Galindo*

#### **CARISMA OU DIPLOMACIA: COBERTURA DA IMPRENSA BRASILEIRA E ITALIANA SOBRE ATUAÇÃO DO PAPA FRANCISCO NA REAPROXIMAÇÃO ENTRE EUA E CUBA / 203**

*Adilson Rodrigues da Nóbrega*

*Luís Celestino de França Júnior*

#### **A CIRCULAÇÃO DOS DISCURSOS DE ÓDIO BIOPOLÍTICO E INTOLERÂNCIA RELIGIOSA NAS REDES SOCIAIS / 222**

*Aline Dalmolin*

#### **NOSSA SENHORA E OS CORPOS CELESTES: A TRADIÇÃO IMAGÉTICA CATÓLICA NO MUNDO DA MODA E DAS CELEBRIDADES / 239**

*Patricia S. Machado*

## PARTE 3

### LINGUAGENS, RELIGIÕES E MÍDIAS

**CONSUMO DE FICÇÃO SERIADA POR JOVENS ADVENTISTAS:  
A RESSIGNIFICAÇÃO DO DISCURSO RELIGIOSO  
NAS PRÁTICAS DO COTIDIANO / 263**

*Allan Novaes  
Lizbeth Kanyat*

**CATÓLICOS HIPERMODERNOS: A TRANSFORMAÇÃO DE  
MÚSICAS SECULARES EM RELIGIOSAS NO YOUTUBE / 283**

*Daniel Aloisio dos Santos Silva*

**A SOMBRA DA FLORESTA SE FEZ MITO – O BOTO E O MALANDRO  
DA UMBANDA NA ENCRUZILHADA DO CINEMA / 299**

*Douglas Junio Fernandes Assumpção  
Hertz Wendel de Camargo*

**TRANSCOMUNICAÇÃO INSTRUMENTAL:  
USOS E ATRIBUIÇÕES DE SENTIDO ÀS  
TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO NA CRENÇA  
DA INTERAÇÃO COM OS MORTOS / 321**

*Brunella Lago Velloso*

**JOVENS YOUTUBERS EVANGÉLICAS: CONSTRUÇÃO  
IDENTITÁRIA E SUBJETIVIDADES ON-LINE/ 350**

*Patrícia Garcia Costa*

**VIDEOCLÍPE E O TRANSE RELIGIOSO: IDENTIDADES E  
RESSIGNIFICAÇÕES DO SER EVANGÉLICO / 370**

*Rodrigo Follis  
Flávia Medeiros*

## PARTE 4

### ESTUDOS DE APLICAÇÃO EM ANÁLISE DO DISCURSO

**A IDEOLOGIA DE MERCADO E A RELIGIÃO:  
UMA ANÁLISE DISCURSIVA DE PERCEPÇÕES DO CENÁRIO  
EVANGÉLICO BRASILEIRO / 388**

*Éder Wilton Gustavo Felix Calado  
Larissa Sigulo Freire*

**ESTUDO DO GÊNERO DISCURSIVO ORAL  
PREGAÇÃO RELIGIOSA / 402**

*Letícia Jovelina Storto*

A close-up photograph of a hand, with the fingers spread, set against a soft, warm, golden-brown background. The hand is in silhouette, with the fingers pointing upwards and slightly to the right. The lighting is soft and directional, creating a gentle glow around the edges of the hand.

**Apresentação**



**TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS EM  
COMUNICAÇÃO, LINGUAGENS E  
RELIGIÕES EM BASES PLURAIS**

*Magali do Nascimento Cunha  
Leticia Jovelina Storto*

Este é um livro plural. Essa afirmação deve-se ao conteúdo que reconhece as múltiplas linguagens pelas e com as quais nós humanos nos comunicamos. Diz respeito também à compreensão, contida nestas páginas, acerca da diversidade de religiões e de experiências religiosas pelas e com as quais seres humanos experimentam o sagrado. E a pluralidade presente neste livro está contida também nos capítulos que compõem um instigante mosaico de temas de pesquisa que relacionam o fenômeno da comunicação humana e suas linguagens às religiões.

Referir-se às linguagens não é referir-se somente à fala, à articulação do pensamento por meio de uma língua. As linguagens são o que o ser humano pode comunicar, tornar comum — o dito e o não dito. Por isso, as linguagens são um sistema que reúne tudo o que faz sentido para o ser humano: a fala, a língua, os gestos, os sinais e os símbolos, a arte e mesmo o silêncio.

Ao se estudar as linguagens de um agrupamento humano ou mesmo de um indivíduo, toda uma visão de mundo é revelada, por meio das palavras utilizadas oralmente ou de forma escrita, dos gestos, dos costumes, do que é produzido com o pensamento e com as mãos. Esse pressuposto remete diretamente às culturas. Se as linguagens são comunicação de tudo o que faz sentido para o ser humano, ela é um veículo de expressão da cultura.

Cada cultura tem vocabulários e conceitos nos quais residem valores e crenças. Disso emerge o valor da tradição oral e o papel das

linguagens verbal, não verbal ou simbólica como transmissoras de ideias, criação, manutenção e imposição de valores.

As linguagens contêm “uma visão de mundo”, um esquema ou um estereótipo determinado da intuição do mundo das coisas, como diz Adam Schaff: “A linguagem influencia o nosso modo de percepção da realidade. (...) [Ela], que é um reflexo específico da realidade, é também, em certo sentido, a criadora da nossa imagem do mundo”.<sup>1</sup>

Mikhail Bakhtin afirmava que a palavra é “uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros”, na perspectiva de que a palavra é “o território comum do locutor e do interlocutor”.<sup>2</sup> Esse princípio tornou possível afirmar que as linguagens são mediadoras entre o que é social, aquilo que é transmitido coletivamente, e o que é individual, elaborado no próprio pensamento individual.

Por ser uma construção social, toda linguagem carrega consigo um juízo de valor. O que é comunicado é recebido pelo indivíduo é recebido com marcas. Daí ser parte de um processo ideológico pois “tudo o que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo... as palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios” (Mikhail Bakhtin).<sup>3</sup>

Nessa perspectiva, a ideologia pode ser compreendida como a orientação social nos processos de significação das linguagens. Isso não deve ser visto tão somente em uma perspectiva negativa (ideologias são necessárias para a construção mental, as “visões de mundo”, tanto individuais quanto coletivas). A importância das pesquisas na identificação do caráter ideológico das linguagens decorre desse entendimento.

Nesse processo de comunicação, as mídias têm um lugar destacado. Afinal, a construção de visões de mundo e de opiniões das coletividades tem sido também realizada pelos meios de comunicação “pois o mundo passa a ter sentido a partir deles. O mundo que conhecemos, e a partir do qual pensamos, é, portanto, o mundo editado que chega até nós e de cuja edição não participamos” (Maria Aparecida Baccega).<sup>4</sup>

---

1 *Linguagem e conhecimento*. Coimbra: Almedina, 1974. p. 254.

2 *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 4 ed. São Paulo: Hucitec, 1988. p. 113.

3 *Idem*, p. 41.

4 *Comunicação e linguagem: discursos e ciência*. São Paulo: Moderna, 1998. p. 112.

Tudo isso encontra relação forte quando o tema que se coloca são as religiões. Afinal, como afirma o sociólogo Enzo Pace, “religião é comunicação”: é um sistema e um poder de comunicação que instiga reflexões as mais diversas, dadas as multiplicidades de linguagens que permeiam a experiência religiosa<sup>5</sup>.

Por isso oferecemos esta obra, como uma contribuição aos estudos que relacionam comunicação, linguagem e religiões, reunindo pesquisas de estudiosos de diferentes regiões do Brasil e do exterior vinculados ao Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião/Grupos de Estudos Mídia, Religião e Cultura, da INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação).

As pesquisas estão substancializadas neste livro na forma de capítulos, distribuídas em quatro eixos temáticos: cultura, ideologia, mídias e análise do discurso.

O eixo “Linguagens, religiões e cultura” é constituído de quatro textos. O primeiro deles “**Sincronia e diacronia nos processos comunicativos religiosos em contextos interculturais: a Devoção Mariana à Aparecida**”, de **Flávia Gabriela da Costa Rosa, Jorge Miklos e Ronivaldo Moreira de Souza**, discute a respeito dos processos comunicacionais no contexto intercultural das devoções religiosas na América Latina, em particular a devoção mariana à Aparecida presente na religiosidade popular brasileira. O objetivo do capítulo é mapear a história da devoção, seus processos comunicacionais e seus trânsitos interculturais. O enfoque metodológico da reflexão apoia-se no método bibliográfico. O resultado da reflexão aponta que a devoção mariana à Aparecida se manifesta em dois pilares interculturais: apresenta aspectos sincrônicos na medida em que mescla as três mais relevantes matrizes culturais brasileiras (portuguesa, indígena e africana) bem como, apresenta aspectos diacrônicos, pois reedita os cultos arcaicos da Grande Mãe, atualizando esse arquétipo constituinte no imaginário cultural da humanidade.

O texto seguinte, “**A circulação transnacional das técnicas do crer: corpos encarnados, discursos performativos e objetos animados: o caso das igrejas evangélicas brasileiras de**

---

5 Narrar a Deus: a religião como meio de comunicação. *Revista Brasileira de Ciências Sociais* [online], vol.24, n.70, p.09-15, 2009.

**Lisboa**”, é de **Camila Cabral Arêas**. A pesquisadora investiga a dimensão concreta e material da circulação transnacional das “técnicas do crer” a partir do estudo de caso de igrejas evangélicas neopentecostais brasileiras presentes em Lisboa, Portugal, quais sejam: Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD) e Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD). Para isso, realizou pesquisa bibliográfica e etnográfica e teceu uma análise semiótica dos dados. O texto mostra que, dentro da liturgia evangélica iconoclasta, a força das imagens é substituída pela performatividade das palavras (proselitismo, exorcismo), enquanto a força do olhar e o imaginário são substituídos por corpos possuídos e objetos animados.

**Joana T. Puntel e Luís Henrique Marques**, em “**Cultura do encontro e capacidade de escolha: perspectivas sobre as mensagens do Papa Francisco para o *Dia Mundial das Comunicações Sociais*, entre os anos de 2014 a 2018**”, realizam uma leitura crítica a respeito das cinco mensagens de autoria do Papa Francisco divulgadas para o *Dia Mundial das Comunicações Sociais*, entre os anos de 2014 e 2018. Para tanto, os autores se valem de uma metodologia descritiva e analítica e se fundamentam na perspectiva de duas categorias de análise presentes na visão do pontífice acerca da comunicação: a cultura do encontro e a capacidade do ser humano de fazer escolhas ante os apelos midiáticos. Na sua segunda parte do capítulo, Puntel e Marques propõem orientações para reflexão e ação em vista de uma prática comunicacional que, na medida em que correspondam a essas duas categorias propostas pelo Papa, vão ao encontro de uma visão genuinamente cristã da comunicação, tanto em nível de relações pessoais quanto no âmbito dos grandes meios de comunicação social, hoje em particular, das redes sociais.

“**O tarô como linguagem imagética e representação simbólica**”, de **Kelma Amabile Mazziero de Souza**, analisa o papel do tarô divinatório na pós-modernidade, considerando que, enquanto linguagem imagética, esse papel se ressignifica a partir de suas representações simbólicas, conectando o indivíduo às questões próprias que atravessam sua existência na busca por um sentido dessas experiên-

cias. Segundo a autora, a despeito do racionalismo, da iconoclastia ocidental e da desvalorização das imagens ao longo do tempo, o tarô resistiu em sua finalidade divinatória por permitir a conexão entre o simbólico inerente ao humano e o real apresentado no cotidiano.

Fechando o primeiro eixo, **Lindolfo Alexandre de Souza**, em **“Comunicar a esperança: análise das celebrações das exéquias a partir de uma perspectiva comunicacional”**, tece reflexões a respeito dos elementos do processo comunicativo presentes em celebrações do ritual das exéquias realizadas por ministros da Igreja Católica Apostólica Romana. O autor entende que as exéquias católicas, cerimônias realizadas geralmente no cemitério momentos antes do enterro, podem ser consideradas como uma celebração litúrgica. Para isso, ele tece discussões a respeito da morte na sociedade ocidental contemporânea e trata de liturgia e comunicação. Ele conclui que a formação de sacerdotes deve contemplar também questões relativas à comunicação, a fim de as palavras utilizadas nas exéquias sejam significativas e coerentes com o seu receptor.

A seção “Linguagens, religiões e ideologia” está representada por seis textos. O primeiro deles, **“Imaginário do inimigo e pânico moral nas notícias do portal Gospel Mais: os casos da exposição Queermuseu e da performance La Bête”**, de **Carlos Eduardo Bertin**, **Magali do Nascimento Cunha** e **Ricardo Costa Alvarenga**, está ancorado na interface mídia e religião e tem como objetivo estudar a relação entre imaginário social, pânico moral e comunicação evangélica. Para isso, especificamente, busca analisar como o Portal evangélico *Gospel Mais* noticiou a realização e as controvérsias em torno da exposição *Queermuseu — Cartografias da diferença na arte brasileira* e da *performance La Bête*. A metodologia tem caráter qualitativo e se fundamenta nos pressupostos da Análise de Discurso. A análise mostra que os enunciados presentes nas publicações do *Gospel Mais* acerca da temática em questão acompanham as abordagens de grupos políticos conservadores em relação aos casos, expostas nas grandes mídias noticiosas, e reforçam concepções em torno da arte como estimuladora de homossexualidade, de pedofilia, de zoofilia e de desrespeito aos símbolos religiosos, acompanhando o clima social conservador que alimenta a política no Brasil contemporâneo.

Em seguida, **Moisés Sbardelotto**, em **“Excomunicação: novos modos de intolerância intrarreligiosa em tempos de midiatização digital”**, considera que, recentemente, o ambiente digital tem se caracterizado pela disseminação de diversas desinformações e má-informações, como as chamadas *“fake news”*, gerando uma “desordem informacional” em uma “era pós-verdade”. Atos de violência simbólica, discursos de ódio e preconceito étnico, sexual e outros abundam nas plataformas sociodigitais. A religião não fica isenta disso. Assim, em seu capítulo, o autor analisa a intolerância intrarreligiosa em rede, com base em estudos a respeito da midiatização digital da religião. A observação se situa no âmbito do catolicismo romano, a partir do caso da página oficial da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) no *Facebook*. Como conclusão, ele afirma que as interações e os interagentes radicalizam a experimentação social em rede sobre o “religioso”, convertendo a diferença em exclusão.

**“Como Ovelhas no Reino de Deus: sacrifício, dinheiro e marketing como engrenagens de uma igreja-empresa”**, de **Andréa Basílio da Silva Chagas** e **Dolores Cristina Gomes Galindo**, discute a constituição da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) como uma igreja-empresa, analisando as singularidades e as potências dessa que se tornou uma das mais importantes igreja-empresas da contemporaneidade brasileira. A partir de pesquisa de tipo etnográfico, fundamentada nos princípios da Teoria Ator-Rede (TAR), realizadas entre os anos de 2009 e 2013, as autoras verificam as complexas redes comunicacionais e arranjos sociotécnicos que atuam e performam como estruturas mercado-religiosas da IURD. Essas estruturas, as quais são entendidas como atmosferas tecnoestéticas, atuam costurando alianças entre propaganda, *marketing*, sacrifício religioso e políticas partidárias, criando arranjos que permitem que o Reino de Deus se torne um espaço empresarial.

**Adilson Rodrigues da Nóbrega** e **Luís Celestino de França Júnior**, em **“Carisma ou diplomacia: cobertura das imprensas brasileira e italiana sobre atuação do Papa Francisco na reaproximação entre EUA e Cuba”**, estabelecem uma análise compa-

rativa entre as coberturas das imprensas brasileira e italiana a respeito da contribuição do Papa Francisco na retomada das relações diplomáticas entre Estados Unidos e Cuba, anunciada em dezembro de 2014. Em seu texto, os autores respondem ao seguinte questionamento: Por que a imagem pública do Papa, em seu viés carismático e pessoal, sobrepôs-se à sua condição de estadista? No percurso da análise, eles recorrem ao conceito de carisma nas Ciências Sociais (presente em obras de Max Weber e Clifford Geertz); à análise do papel da Santa Sé na diplomacia mundial; aos conceitos de heroicização e acontecimento; e às referências sobre Newsmaking, para analisar diferenças e semelhanças nas coberturas jornalísticas dos dois países.

Em **“A circulação dos discursos de ódio biopolítico e intolerância religiosa nas redes sociais”**, **Aline Roes Dalmolin** analisa os entrecruzamentos entre mídia, biopolítica e religião na circulação dos discursos de ódio e intolerância nas redes sociais. Para isso, a pesquisadora examina um conjunto de casos de acontecimentos midiáticos envolvendo violações dos direitos humanos em nome da fé. Em alguns desses casos, verifica-se que a violência simbólica presente nos discursos de ódio biopolítico nas redes sociais acaba por desencadear violência física, é o caso do “linchamento do Guarujá”, que redundou na morte da dona de casa Fabiane Maria de Jesus, em 2014.

Para encerrar o eixo, **Patrícia Santos Machado**, em **“Nossa Senhora e os Corpos Celestes: a tradição imagética católica no mundo da moda e das celebridades”**, apresenta um ensaio em que ela tece considerações acerca da simbologia católica no universo da moda por meio do estudo da imagem de Nossa Senhora como ícone *fashion* presente em algumas expressões da cultura midiática contemporânea. Para isso, a autora analisa os processos comunicacionais presentes em dois eventos: na festa de lançamento da edição 2018 da exposição do Instituto de Moda do Metropolitan Museum em Nova Iorque (EUA) denominada de *Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination (Corpos Celestes: Moda e Imaginação Católica)*; e na abertura da exposição *Met Gala 2018*, baile organizado pela diretora da Vogue americana.

O terceiro eixo do nosso livro, “Linguagens, discursos, religiões e mídias”, compõe-se de seis textos. Entre eles está **“Consumo de ficção seriada por jovens adventistas: a resignificação do discurso religioso nas práticas do cotidiano”**, de **Allan Macedo de Novaes** e **Lizbeth Kanyat**. O capítulo tece uma discussão a respeito das práticas de consumo de ficção seriada de jovens adventistas, considerando a disparidade entre o discurso religioso e a resignificação dele realizada pelos sujeitos receptores. Segundo os autores, a religião é uma mediação importante nas interações sujeito-ficção seriada do caso estudado justamente pelo fato de ser um grupo cujo consumo cultural está em franco crescimento, acompanhando a expansão do mercado audiovisual, ao passo que o discurso religioso adventista tende a ser proibitivo ou restritivo.

**Daniel Aloisio dos Santos Silva**, em **“Católicos hipermodernos: a transformação de músicas seculares em religiosas no YouTube”**, intenciona analisar a relação dos meios de comunicação com a Igreja Católica. Para isso, estuda dois canais do *YouTube* de músicos católicos, “Projeto Laus Deo” e “sistercristinaVEVO”, que possuem *covers* ou *mashups* de músicas seculares. Segundo o autor, as canções examinadas, ao serem regravadas, perdem o caráter original e ganham um novo sentido de cunho religioso, havendo uma apropriação religiosa de músicas seculares, algo que influencia a espiritualidade dos fiéis que consomem essas “novas canções”.

Em **“A sombra da floresta se fez mito: o Boto e o Malandro da Umbanda na encruzilhada do cinema”**, Douglas Junio Fernandes Assumpção e Hertz Wendel de Camargo tecem uma discussão acerca de mitos brasileiros, especialmente o mito religioso Zé Pelindra (Zé Pilintra, Seu Zé ou simplesmente chamado de Malandro), vinculado a uma religião afro-brasileira, a Umbanda. No texto, os autores tecem relações de sentido entre o Zé Pelindra e o mito amazônico do Boto, verificando semelhanças e diferenças entre os dois mitos brasileiros.

**Brunella Lago Velloso**, em **“Transcomunicação instrumental: usos e atribuições de sentido às tecnologias de comunicação na crença da interação com os mortos”**, analisa o



discurso dos praticantes e o histórico do movimento da Transcomunicação Instrumental (TCI), entendendo-a como mais um dos usos e apropriações possíveis das tecnologias de comunicação. No capítulo, a autora objetiva identificar as diversas práticas de TCI e compreender as atribuições de sentidos e subjetividades que as envolvem. Para isso, ela realizou pesquisa bibliográfica e documental.

**“Jovens *youtubers* evangélicas: construção identitária e subjetividades on-line”**, de **Patrícia Garcia Costa**, tem por escopo analisar o processo de construção identitária e as subjetividades on-line de jovens mulheres *youtubers* evangélicas na rede. Para isso, a autora elege como objeto de estudo duas das mais conhecidas jovens *youtubers*, são elas: Maju Trindade e Priscila Alcântara. O aporte teórico se está fundamentado em Zygmunt Bauman, sociólogo polonês, e o inglês Stuart Hall, também sociólogo, ambos contribuem com o conceito de identidade na perspectiva da pós-modernidade.

O capítulo seguinte é de autoria de **Rodrigo Follis e Flávia Medeiros da Silva** e intitula-se **“Videoclipe e o transe religioso: ressignificações do ser evangélico”**. Nele, os autores consideram que o transe místico é uma das muitas formas discursivas pelas quais se pode ver a experiência religiosa ser demonstrada. Tal articulação corporal (liturgia) é considerada, por si só, como um poderoso discurso sobre a validade de quem faz parte dessa crença religiosa, a qual associa atos como esse ao “recebimento do batismo no Espírito Santo na vida do fiel”. A partir desse contexto, os autores analisam o videoclipe *Batismo no Ônibus*, da cantora gospel Andrea Fontes, observando como o formato videoclipe influencia na construção de um conteúdo religioso, assim como quais negociações são necessárias quando a religião se adentra num ambiente comunicacional.

Em seguida, **Éder Wilton Gustavo Felix Calado e Larissa Sigulo Freire**, em **“A ideologia de mercado e a religião: uma análise discursiva de percepções do cenário evangélico brasileiro”**, ponderam que o discurso religioso, como todos os discursos, transmite uma ideologia. Segundo os autores, o conceito de ideologia é central na Análise de Discurso de orientação francesa, assim, observar a ideologia que é transmitida no discurso da religião consiste em uma busca por parte de muitos analistas, ainda mais pela ideologia

ser a responsável pela constituição dos sujeitos e dos sentidos. No capítulo, eles versam a respeito da presença da ideologia de mercado presente no discurso religioso do protestantismo neopentecostal.

O capítulo “**Estudo do gênero discursivo oral pregação religiosa**”, de **Letícia Jovelina Storto**, fecha esta coletânea de textos. Em seu capítulo, a autora objetiva caracterizar o gênero discursivo oral pregação religiosa midiática. Para tanto, fundamenta-se teoricamente na Análise Dialógica do Discurso (ADD). Como o objeto de pesquisa, foram analisadas cerca de 27 horas de pregações dos seguintes pastores: Edir Macedo (da Igreja Universal do Reino de Deus); Valdemiro Santiago (da Igreja Mundial do Poder de Deus); Silas Malafaia (da Igreja Assembleia de Deus Vitória Verdadeira); e R. R. Soares (da Igreja Internacional da Graça de Deus).

Esperamos que esta obra contribua para uma maior compreensão dos fenômenos aqui abordados, colaborando para o enriquecimento das pesquisas em comunicação, linguagens, religiões e afins.

*As organizadoras*



Parte 1

# Linguagens Religiões e Cultura



# SINCRONIA E DIACRONIA NOS PROCESSOS COMUNICATIVOS RELIGIOSOS EM CONTEXTOS INTERCULTURAIS: A DEVOÇÃO MARIANA À APARECIDA

*Flavia Gabriela da Costa Rosa<sup>1</sup>*

*Jorge Miklos<sup>2</sup>*

*Ronivaldo Moreira de Souza<sup>3</sup>*

O presente estudo tem por tema os processos comunicacionais no contexto intercultural das devoções religiosas na América Latina, em particular a devoção mariana à Aparecida como resultante da religiosidade popular brasileira.

Concordamos com Poel (2013, p. 891) que define religiosidade popular como a religião do povo em contraste com a religião oficial. Tem como característica a forte imbricação entre vida e religião e como principal lugar de manifestação a periferia do mundo em comunidades pobres, socialmente oprimidas e culturalmente marginalizadas. Suas práticas de culto fogem do rigor litúrgico e privilegiam a espontaneidade e a autonomia do fiel. Essa espontaneidade somada à sua natureza pouco clerical permite a manifestação das crenças por meio de linguagem simples, porém, de grande sabedoria; linguagem corporal e simbólica, além do grande apreço pela tradição oral. Outras características são:

respeito para com o santuário; ligada à vida, pouco sentimentalista, sem dualismo; pobreza, analfabetismo, provisoriedade, poucos livros; improvisação jeitosa (enfeites de papel, adaptação de ben-

---

1 Doutorado em Comunicação e Cultura Midiática pela Universidade Paulista - São Paulo, Brasil; Professora do Centro Universitário Fatea, jornalista.gabriela@gmail.com.

2 Mestrado em Ciências da Religião, Doutorado em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Pós-Doutorado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil. Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista - SP, jorgemiklos@gmail.com

3 Mestrado em Ciências da Religião. Doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista. Pós-doutorado (Bolsa PNPd/CAPES) pela Universidade Paulista, ronivaldomds@gmail.com

ditos e histórias ao santo festejado); fé em Deus; comportamento natural diante de imprevistos e emoções; senso comunitário; valorização da festa; comportamento integral. Valores elementares observados (a) Fé na presença de Deus; (b) Vida e Religião são inseparáveis; (c) o celebrante é o povo; (d) mulheres participam plenamente; (e) a festa é de todos; (f) humor irreverência e riso; (g) professa os mistérios da criação, da aliança e da encarnação; (j) possui mitos, ritos e símbolos; (l) o sacerdócio é dos fiéis; (m) valoriza antepassados, almas, santos; (n) acredita na justiça divina. A religiosidade popular é manifestação de vida. É uma cultura religiosa. A religiosidade está no cotidiano. O povo age com liberdade e criatividade, alegria, sinceridade e do seu jeito, com sua vasta simbologia e cultura muito original (POEL, 2013, p. 891).

Rosa (2017) aponta que as devoções marianas são próprias da Igreja Católica. Em diferentes partes do mundo fenômenos religiosos envolvendo o aparecimento, ou os milagres por intermédio da Virgem Maria, mãe de Deus para os católicos, unem os seguidores em devoção particular à região em que esses fenômenos acontecem. Nesse sentido, a devoção mariana à Aparecida, embora organizada pela Igreja Católica institucional, é expressão de uma religiosidade popular e apresenta trânsitos interculturais. Tomamos a devoção mariana à Aparecida como *corpus* para investigar os processos comunicacionais e as interculturalidades presentes nesse fenômeno.

Deste modo, começaremos com um breve mapeamento do histórico da devoção mariana à Aparecida presente na religiosidade popular brasileira, apontando os processos comunicacionais presentes nessa devoção, tais como: mitologia, símbolos e ritos. Em um segundo momento, buscaremos compreender os processos interculturais sincrônicos a partir da mescla cultural entre o Catolicismo luso, as tradições dos povos originários e da cultura afro-brasileira. Por fim, destacaremos os processos culturais diacrônicos presentes na devoção que se apoia na releitura do arquétipo da Grande Mãe, cuja potência se reapresenta na devoção mariana à Aparecida.

Assumimos, portanto, a natureza ensaística deste trabalho como apontamentos que poderão ajudar futuros pesquisadores do campo da religiosidade popular na intersecção entre religião e cultura.

## Principais conceitos da pesquisa

Para fins deste estudo chamamos de processos interculturais sincrônicos aqueles que se manifestam no tempo presente por meio do entrelaçamento de diferentes culturas. No caso específico, a devoção mariana à Aparecida, inscrita na religiosidade popular, é resultado da mescla entre as tradições do catolicismo português, das memórias indígenas e das crenças afro-brasileiras. Essas tradições se enredam e tecem um processo comunicacional intercultural.

Os processos interculturais diacrônicos são aqueles compreendidos à luz dos conceitos de inconsciente coletivo e arquétipo desenvolvido por Carl Gustav Jung (2000), e que se manifestam na cultura contemporânea atualizando seus aspectos originários. Harry Pross (1971), importante teórico da mídia afirmou que **os símbolos vivem mais que os homens**. A partir dessa afirmação consideramos que não há extinção na cultura. Os textos culturais migram, morrem, renascem e se ressignificam em outras formas ao longo do tempo, conservando sua potência original arquetípica. Como postulou Aby Warburg (1995), as imagens culturais, constituídas de uma força psíquica coletiva — arquétipo —, transportam a memória do passado quando renascidas e cristalizadas no contemporâneo. Nesse sentido, os processos interculturais são formados por camadas temporais. Por mais arcaica que seja, nenhuma camada é perdida. Como num palimpsesto, um texto cultural deixa suas marcas: “textos são rastros dos homens; cada um é um começo e uma repetição” (GEBAUER, 2004). Essa é a lei da cumulatividade cultural que emana uma interculturalidade temporal e espacial.

As experiências religiosas revelam nas mais diferentes culturas a necessidade humana de engendrar uma forma específica ao sagrado, a fim de expressá-lo de maneira visível, e trazer o numinoso para a consciência. Como nos lembra Klein (2006), tanto nas manifestações primevas como nas contemporâneas, percebe-se a presença do sagrado por meio dos perfumes, dos incensos, das imagens, dos ritos, dos cantos, das danças.

O suprasensorial torna-se sensorial e disponível para os sentidos por intermédio dos mitos, dos símbolos e dos ritos formando o caldo de cultura religiosa: “São frutos da imaginação simbólica humana que solfejou mistério e sacralidade na duplicação visível do sagrado” (KLEIN, 2006, p. 29).

O historiador das religiões Mircea Eliade, nesta mesma linha, abordou o sagrado como portador de uma potência de expressão, chamando a sua manifestação de *hierofania*: “O homem toma conhecimento do sagrado porque este se manifesta, se mostra como algo absolutamente diferente do profano. A fim de indicarmos o ato da manifestação do sagrado, propusemos o termo hierofania” (ELIADE, 1992, p. 17).

É por meio de processos comunicacionais que o numinoso, o incognoscível, o sagrado, o transcendente se faz perceber, ou seja, manifesta-se e expressa-se em diferentes formatos nas culturas. Nessa ótica, religião e cultura são indissociáveis uma vez que é por intermédio da cultura, seus processos, suas linguagens e seus códigos que a religiosidade encontra suas maneiras de expressão e de diálogos.

### **O papel da narrativa mítica na religião**

As duas definições mais comuns de mito subestimam a importância cultural e social do tema. A primeira define o mito como aquilo que nunca aconteceu, uma fábula. A outra define o mito como histórias extremamente fascinantes, mas, como história, estão presas e ancoradas no passado.

A investigação de um mito não pode ser alçada de seu contexto social e histórico. Não pode ser investigado pelo processo de dissecação, considerando estritamente uma estrutura mórbida e sem vida, que só se transforma em objeto de estudo após a sua morte, perdendo sua existência presente e aniquilando sua projeção futura. Eguizábal (2012, p. 98) define o mito como “um relato alegórico [...] que traduz uma generalidade histórica, sociocultural, física e filosófica”. Percebe-se desta definição que o mito está entretecido nos liames da vida histórica, social, cultural, biológica e filosófica.



O mito cumpre pelo menos quatro funções específicas: 1) **função mística** — fala-nos das maravilhas do universo, da maravilha que somos, e sempre nos deixa perplexos diante do mistério. A função mítica nos dirige ao mistério transcendente através de circunstâncias do cotidiano; 2) **função cosmológica** — explica o universo e o lugar que ocupamos nele, produzindo senso de propósito; 3) **função sociológica** — os mitos funcionam como suporte e validação de determinada ordem social; 4) **função pedagógica** — nos ensina como viver e nos comportar nas mais variadas circunstâncias (CAMPBELL, 1990).

Apropriando-se da música como metáfora, Joseph Campbell defende a ideia de que a mitologia participa das esferas da vida cotidiana de maneira dinâmica e viva, influenciando nossos movimentos e nossa leitura do mundo. Na definição poética do autor, “mitologia é a ‘canção do universo’, a ‘música das esferas’ — música que nós dançamos mesmo quando não somos capazes de reconhecer a melodia” (CAMPBELL, 1990, p. 10).

Para Eliade (1992), a narrativa mítica na religião conta uma história sagrada, oferecendo explicações para a origem de uma realidade. Ela revela os mistérios da criação, já que seus personagens são divinos e heroicos. O autor afirma que o mito “proclama a aparição de uma nova ‘situação’ cósmica ou de um acontecimento primordial. Portanto, é sempre a narração de uma ‘criação’: conta-se como qualquer coisa foi efetuada” (ELIADE 1992, p. 50).

Ao narrar essas histórias divinas e criadoras e atualizá-las no tempo com o objetivo de eternizá-las, o mito estabelece para o homem religioso o modelo exemplar dos deuses que impregna toda a vida profana. O mito passa a estabelecer modelos sagrados para o homem nas práticas mais comuns da vida profana. Lavar a terra, alimentar-se, descansar, viver em família, todas essas ações passam a ser balizadas pelo modelo estabelecido pelos deuses e disseminado por meio da narrativa mítica.

O processo de construção do sagrado na narrativa mítica se dá pelo encadeamento de razões explicativas. Para narrar à existência de algo é preciso descrever **como** essa realidade veio a existir. Para

justificar esse **como** é preciso explicar o **porquê** desta criação. Desta forma, em um mesmo movimento, a narrativa mítica estabelece um propósito existencial para tudo o que existe e revela a irrupção do sagrado nos liames da vida profana.

### **Breve histórico da devoção mariana no Brasil**

Nossa Senhora da Conceição Aparecida, popularmente chamada de Nossa Senhora Aparecida é a padroeira do Brasil católico. Ela é reverenciada numa estátua que fica exposta na Basílica de Nossa Senhora Aparecida, em Aparecida, interior do Estado de São Paulo.

A festa de devoção é celebrada no dia 12 de outubro, também comemorado no Brasil como o dia das crianças. Este dia é feriado para os brasileiros desde 1980, quando a Basílica foi consagrada pelo Papa João Paulo II, em sua primeira visita ao Brasil. A Basílica de Aparecida é a segunda maior do mundo e a segunda igreja mariana que recebe mais visitas com a capacidade de receber 45 mil devotos no seu interior.

Nossa Senhora Aparecida é a versão brasileira de Maria que, para os católicos é a mãe de Deus, uma vez que Jesus Cristo, o filho de Deus, foi concebido pelo poder do Espírito Santo e nasceu da Virgem Maria. Foi no terceiro Concílio da Igreja Católica, realizado em 431, na cidade de Éfeso, que Maria foi declarada *Theotókos* — a mãe de Deus. Rosa (2017, p. 19) explica que:

A virgindade de Maria é um dogma da Igreja Católica. Maria, uma jovem de 15 anos, nascida na cidade de Nazaré, ao meditar em suas orações antes de dormir, teria recebido a visita de um anjo, de nome Gabriel, que lhe fez o anúncio. Segundo a catequese católica, ela tinha a opção de rejeitar o desígnio divino, mas, por obediência, aceitou o pedido do Criador.

O encontro da imagem de Nossa Senhora Aparecida nas águas do rio Paraíba se deu em 1717. Três pescadores, de nomes João Alves, Domingos Garcia e Felipe Pedroso, foram incumbidos de trazer uma farta pesca à comitiva do Conde de Assumar, que pela ocasião passava por terras paulistas. Esta região é cortada pelo rio

Paraíba do Sul, que abastece toda a região e áreas vizinhas. Segundo a devoção, por não ser época de peixes, já cansados de lançar as redes e delas nada retirar, o grupo deparou com uma estátua em duas partes em lances diferentes: em um dos lances veio a cabeça, e no outro, o corpo:

Já estavam desanimados quando, de repente, na altura do porto de Itaguaçu, percebem algo estranho na rede. Era o corpo de uma imagem feita de terracota. Em seguida, redes novamente ao rio, e o que acham desta vez? A cabeça, que se encaixa direitinho no corpo da imagem. Gritam de espanto e sentem um sinal dos céus, pois, a partir daquele momento, a pesca foi abundante. Os piedosos habitantes do lugar logo atribuíram o fato a um milagre da Virgem morena, que passaram a chamar Nossa Senhora da Conceição Aparecida. Felipe Pedroso improvisou um altar em sua casa, no qual colocou a pequena imagem. Naquela mesma tarde reuniu-se toda a vizinhança para a reza do terço, que se tornou tradição na vila, hoje cidade de Aparecida. Os prodígios da Senhora Aparecida começaram a multiplicar-se, e os peregrinos, a chegar em romarias para pedir seus favores. Da capelinha improvisada, logo foi preciso outra maior, e depois outra, e hoje o Santuário Nacional de Nossa Senhora da Conceição Aparecida é a segunda maior igreja do mundo em área construída.<sup>4</sup>

O fenômeno de devoção impressiona. O número de devotos ultrapassa os milhões, sendo o número de romeiros crescente a cada ano. Cada vez mais, milagres são relatados ano após ano. Trata-se de um fenômeno que transborda e que catalisa diferentes campos culturais: o religioso, o arquitetônico, o artístico e o midiático.

Em torno da devoção à Aparecida convergem vários aspectos comunicacionais e midiáticos. Um exemplo é a Rede Aparecida de Comunicação, composta por emissora de TV, rádio e portal de internet. A emissora brasileira veicula conteúdo religioso e de entretenimento, e tem sede em Aparecida, no Estado de São Paulo. Está entre as 14 maiores emissoras de televisão do Brasil em abrangência, e é a 7<sup>a</sup> emissora de TV aberta mais vista em todo o país.<sup>5</sup>

---

4 Informações disponíveis na área da Academia Marial, dentro do site oficial do Santuário de Aparecida. Disponível em: <http://www.a12.com/academia/nossa-senhora-da-conceicao-aparecida>. Acesso em: 23 jan. 2018.

5 Informações disponíveis em: <http://www.a12.com/tv>. Acesso em 12 fev.2018.

Porém, como o comunicacional não se limita ao midiático, salienta-se a estátua de terracota que mede quarenta centímetros de altura e é o centro da devoção. Vários milagres são atribuídos a ela e milhões de peregrinos se dirigem ao santuário anualmente para fazer pedidos e/ou agradecer as graças recebidas.

O santuário é outro aspecto fundamental do processo comunicacional e devocional. O primeiro espaço foi uma capela inaugurada em 1745. Com a ampliação e reconhecimento da devoção foi construída uma igreja conhecida como Basílica Velha, inaugurada em 1888. No século 20, o fenômeno de Aparecida impulsionou a construção de uma nova basílica, para acolher o numeroso fluxo de romeiros vindos de todo o país. Benedito Calixto, o arquiteto responsável pela obra, idealizou o edifício que tem 168m de largura por 173m de comprimento. Suas naves chegam a 40m de altura e a cúpula central alcança 70m de pé direito. O Santuário de Aparecida é a maior basílica do mundo dedicada à devoção mariana.

A devoção à Aparecida suscita rituais que atraem 13 milhões de peregrinos anualmente. Em pequenas filas, os devotos chegam o mais perto possível da Padroeira do Brasil. E, de forma espontânea, cada um tem sua maneira de saudá-la. Vale ajoelhar, chorar, abraçar o parente querido que esteja ao lado, erguer a chave de casa, o documento do carro, a certidão de nascimento do filho, a foto da pessoa amada. Quem está mais perto da Santa estica o braço na tentativa de alcançá-la.

### **Aspectos sincrônicos da devoção**

A devoção mariana à Aparecida releva aspectos comunicacionais e interculturais sincrônicos. A narrativa mítica, o simbolismo da imagem e os rituais apresentam uma mescla de aspectos culturais nos quais se entrelaçam e se sobrepõem o catolicismo português, as tradições indígenas e a cultura africana.

De acordo com Fuller (2003), o conceito de interculturalidade diz respeito à interação entre culturas, que dialogando e respeitando-se mutuamente podem recriar suas culturas, surgindo novas

identidades. A interculturalidade ocorre a partir das convivências e troca de experiências entre diferentes culturas promovendo não apenas um respeito à diversidade cultural, mas, uma mescla entre as culturas e a transformação das mesmas.

Como já foi salientado, o culto mariano é de origem portuguesa e foi trazido para o Brasil pelos padres colonizadores de corpos e de almas.

Aparecida foi incorporada pelos povos latino-americanos em cores locais. No Brasil, a Virgem Maria é conhecida na figura de uma santa negra, com manto azul-escuro e coroa dourada. Na Argentina, Nossa Senhora de *Luján* é representada com traços mestiços. Na Bolívia, Nossa Senhora de Copacabana traz elementos indígenas. Em Cuba, Nossa Senhora de *la Caridad del Cobre* tem as características do povo caribenho: pele morena e cabelos cacheados. Todas apareceram para populações pobres. Nossa Senhora de Guadalupe, venerada no México, apareceu para o índio Juan Diego, em 1531, sem coroa, trono ou ornamento.

No sincretismo afro-brasileiro, Aparecida é representada por Oxum, rainha das águas doces, orixá protetora dos úteros, a “Maria que gere”. É também reverenciada pelos cultos afros como Mãe Yemanjá, Mãe Terra, Mãe Natureza.

Da mesma maneira como ocorre no México, a imagem com contornos cristãos católicos não conseguiu apagar suas raízes pagãs indígenas. Tais traços não se limitam aos contornos e características étnicas da imagem, mas estão presentes na devoção particular à Aparecida no Brasil.

De acordo com Mirella Faur (2006), as concepções da cultura tupi postulavam a existência de uma divindade suprema, um divino poder criador chamado de Tupã que se manifestava através de Guaracy, o Sol e Yacy, a Lua que, juntos, geraram Rudá, o amor, e por extensão, a humanidade. Yacy é a própria Mãe Natureza, seu nome sendo composto de Ya (senhora) e Cy (mãe), a Senhora Mãe, fonte de tudo, manifestada nos atributos da lua, da água, da natureza, das mulheres e das fêmeas. Cy ou Ci representa, portanto, a origem de todas as criaturas, animadas ou não, pois tudo o que existe foi gerado por uma mãe que cuida da sua preservação, do nascimento até a

morte. Sem Cy (mãe), não há — nem perdura — a vida, pois ela é a Mãe Natureza, o princípio gerador e nutridor da vida.

Porém, apesar do zelo dos missionários cristãos para erradicar os vestígios dos cultos nativos da cultura indígena e dos escravos, muitas das tradições indígenas e pagãs sobrevivem na devoção à Aparecida.

Maria, Yemanjá, Yacy incorporaram uma mescla de tradições interculturais sincrônicas à devoção à Aparecida unindo as tradições católicas europeias, indígenas e africanas somando imagens míticas do sagrado feminino que são unificadas no culto à Maria brasileira.

### **Aspectos diacrônicos da devoção**

Para finalizar esta reflexão sugerindo o atributo da interculturalidade diacrônica, apoiamo-nos em Carl Gustav Jung, pensador suíço que ampliou e aprofundou o conceito de inconsciente proposto por Freud. O inconsciente, para Jung, consistia em duas camadas. A primeira camada, que ele chamou de inconsciente pessoal era basicamente idêntica à concepção freudiana de inconsciente. Nessa camada estava o repositório de tudo o que uma pessoa havia vivido, pensado, sentido e conhecido, mas que não estava na consciência, seja por repressão, seja por esquecimento. A segunda camada Jung chamou de inconsciente coletivo, um ambiente que continha os padrões da percepção psíquica comuns a toda a humanidade o que justificaria as similaridades no funcionamento e no imaginário psíquico através dos tempos em culturas diferentes. Importante ressaltar o significado de arquétipo do inconsciente coletivo. Para Jung:

O inconsciente coletivo é uma parte da psique que pode distinguir-se de um inconsciente pessoal pelo fato de que não deve sua existência à experiência pessoal, não sendo, portanto, uma aquisição pessoal. Enquanto o inconsciente pessoal é constituído essencialmente de conteúdos que já foram conscientes e no entanto desapareceram da consciência por terem sido esquecidos ou reprimidos, os conteúdos do inconsciente coletivo nunca estiveram na consciência e, portanto, não foram adquiridos individualmente, mas devem sua existência apenas à hereditariedade. Enquanto o inconsciente pessoal consiste em sua maior parte de complexos, o

conteúdo do inconsciente coletivo é constituído essencialmente de arquétipos (JUNG, 2000, p. 87).

Assim, o termo arquétipo, para Jung, perfazia as formas típicas de apreensão, ou seja, de padrões de percepção e compreensão psíquicas comuns a todos os seres humanos como membros da espécie. O arquétipo é um molde psíquico no qual são despejadas as experiências individuais e coletivas, onde elas tomam forma por meio de símbolos e imagens em si

O conceito de arquétipo, que constitui um correlato indispensável da ideia do inconsciente coletivo, indica a existência de determinadas formas na psique, que estão presentes em todo tempo e em todo lugar. A partir dessas referências torna-se claro que a minha representação do arquétipo — literalmente uma forma preexistente não é exclusivamente um conceito meu, mas também é reconhecido em outros campos da ciência. Minha tese é a seguinte: à diferença da natureza pessoal da psique consciente, existe um segundo sistema psíquico, de caráter coletivo, não-pessoal (JUNG, 2000, p. 87).

Jung cita os arquétipos da Criança Divina, do Velho Sábio e da Grande Mãe. Este último é o que nos interessa mais.

Erich Neumann (2006, p. 173) menciona a importância da análise estrutural de um arquétipo, “de sua constituição interior, de sua dinâmica, do conjunto de seus símbolos — como se manifesta através das imagens e dos mitos da humanidade”.

Neumann cita que a problemática do feminino, que traz importantes reflexões neste contexto, é reconhecida como uma ameaça à humanidade atual, em grande parte pelo que chama de desenvolvimento patriarcal unilateral da mentalidade masculina, que não é mais compensado pelo mundo matriarcal da psique.

A sociedade ocidental precisa, a qualquer custo, chegar a uma síntese que inclua o mundo feminino, igualmente unilateral quando isolado. Somente assim o ser humano individual poderá desenvolver a totalidade psíquica urgentemente necessária para que o homem ocidental possa estar psicologicamente atento para os perigos que ameaçam por dentro e por fora a sua existência (NEUMANN, 2006, p. 18).

Aqui já começamos a vislumbrar o arquétipo da Grande Mãe, pois lembramos o que diz Neumann: “Tudo o que é grande e envolvente e que contém, circunda, envolve, protege, preserva e nutre qualquer coisa pequena pertence ao reino maternal primordial” (2006, p. 31). Por isso a importância de analisar essa expressão simbólica referente à Grande Mãe é fundamental para compreender o espaço que ela ocupa no imaginário da devoção à Aparecida no sentido da interculturalidade diacrônica.

Rosa (2017), apoiando-se nos estudos de Neumann, considera que as manifestações de adoração à Grande Mãe nasceram muito antes do Cristianismo, ou seja, já são encontradas nas tradições neolíticas como atesta a famosa escultura da Vênus de Willendorf, mostrando como vivemos sob intensa influência da força arquetípica do feminino.

Para Rosa (2017, p. 37):

Essas manifestações traziam uma relação com o sagrado feminino muito íntima, de respeito à vida, já que a terra é geradora de vida. É dela que brotam as sementes. Após ser fecundada, a vida se mantém e se manifesta no nascimento e no crescimento das plantas. É por isso também que o ventre feminino, que gera a vida, tem sua relação com a terra. [...] Na verdade, imagino raízes que se espalham, se rendem, se misturam, e vemos um tecido trançado pelos valores culturais, religiosos e míticos que afloram com contornos muito particulares em suas diferentes manifestações, mas que nunca morrem. Ao contrário, mesmo com todo o “legado” construído pelo patriarcado, essa força estará ali, sempre presente, pronta a explodir/eclodir a qualquer momento.

A Igreja Católica procurou fazer uma releitura da figura mítica da Grande Mãe para incorporar uma nova imagem do feminino, porém, alguns aspectos interculturais diacrônicos foram conservados do ponto de vista do arquétipo na devoção à Aparecida: a fertilidade, a fecundidade, a proteção, a bondade, a generosidade, a compreensão. Esses atributos estão presentes em *Tiamat*, *Ishtar*, *Inanna e Ninsuna*, *Asherah*, *Astarté*, *Hera*, *Deméter*, *Gaia*, *Sofia*, *Eva*, ente outras.



## Considerações finais

Nesse sentido, concluímos que a devoção à Aparecida presente no imaginário da religiosidade popular brasileira apresenta elementos comunicativos interculturais sincrônicos na medida em que mescla as três mais importantes matrizes culturais brasileiras (portuguesa, indígena e africana) bem como, apresenta aspectos comunicativos interculturais diacrônicos pois reedita e reatualiza os cultos arcaicos da Grande Mãe, atualizando esse arquétipo constituinte no imaginário cultural da humanidade.

Entendemos que os aspectos abordados nesse texto constituem uma importante chave de leitura e um roteiro investigativo promissor para análise de fenômenos que se manifestam na religiosidade popular. Tendo como ponto de partida a intersecção entre religião e cultura, é possível compreender tais fenômenos em sua complexidade tendo como foco investigativo seus aspectos sincrônicos e diacrônicos, pois, permite ao pesquisador a observação de seus aspectos locais e universais.

## REFERÊNCIAS

- CAMPBELL, Joseph; MOYERS, Bill. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- EGUIZÁBAL, Raúl. Neomitologías: La estratégia del mito. **REDMARKA** (Revista Digital de Marketing Aplicado), ano V, v. 1, n. 9, p. 91-129, 2012.
- ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano**: a essência das religiões. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- FAUR, Mirella. **O Legado da Deusa**. São Paulo: Record, 2006.
- FULLER, Norma (ed.). **Interculturalidade y Política**: desafios y posibilidades. Lima: Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú, 2003.
- GEBAUER, Günther. **IV Centenário da Cidade de São Paulo**: uma cidade entre o passado e o futuro. São Paulo: Annablume, 2004.
- JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2000.

KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens da mídia:** interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina, 2006.

NEUMANN, Erich. **A Grande Mãe:** um estudo fenomenológico da constituição feminina do inconsciente. São Paulo: Cultrix, 2006.

OTTO, Rudolf. **O Sagrado:** os aspectos irracionais na noção de divino e sua relação com o racional. São Leopoldo/Petrópolis: Sinodal/Vozes, 2007.

POEL, Francisco van der. **Dicionário da Religiosidade Popular:** cultura e religião no Brasil. Curitiba: Nossa Cultura, 2013.

PROSS, Harry. **Medienforschung.** Darmstadt: Carl Habel, 1971.

ROSA, Flavia Gabriela da Costa. **Ressonância do Imaginário Cultural nas devoções marianas:** apropriações do sagrado feminino. 2017. 128 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós Graduação em Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2017.

WARBURG, Aby. **Images from the region of the pueblo indians of North America.** Ithaca: Cornell University Press, 1995.



# A CIRCULAÇÃO TRANSNACIONAL DAS TÉCNICAS DO CRER. O CASO DAS IGREJAS EVANGÉLICAS BRASILEIRAS DE LISBOA

*Camila Arêas*

*“Diferentemente do catolicismo e outras religiões bíblicas presentes aqui em Portugal ou no Brasil, o nosso Deus é vivo. Jesus morreu e ressuscitou logo depois. Ele está vivo e é por isso que estamos aqui! Vamos falar com Deus? Vamos bater palma pra Jesus!”*

Proferido por um pastor da Igreja Internacional da Graça de Deus situada Lisboa, o discurso que abre este capítulo toca no cerne das questões que configuram a problemática geral deste estudo: a performatividade da crença neopentecostal, calcada na ideia de um “Jesus vivo”, e a transnacionalização da fé brasileira em contexto lusófono. Este capítulo examina assim o potencial performativo e a circulação transnacional das “técnicas da crença” evangélica, apoiando-se num estudo etnográfico de três igrejas neopentecostais<sup>1</sup> brasileiras presentes em Lisboa, a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), a Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD) e a Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD)<sup>2</sup>.

---

1 O chamado neopentecostalismo se refere a um movimento dissidente do evangelismo clássico do início do século XX que reúne denominações pentecostais e cristãs tradicionais. No Brasil, o neopentecostalismo surge anos 70 e se distingue do evangelismo clássico porque são mais liberais no âmbito dos valores e costumes e sobretudo pela ênfase conferida à dimensão sobrenatural da fé que se manifesta por meio de revelações divinas, curas milagrosas e batalhas/libertações espirituais. No Brasil, as principais igrejas deste movimento são, em ordem de importância, a Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Internacional da Graça de Deus, a Igreja Renascer em Cristo, a Igreja Mundial do Poder de Deus, a Igreja Apostólica Fonte da Vida, o Ministério Nova Jerusalém, a Igreja Nacional do Senhor Jesus Cristo, o Ministério Internacional da Restauração, Sara Nossa Terra, Comunidade Cristã Paz e Vida. Sobre isto ver a obra clássica: MARIANO, Ricardo. Neo-pentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 1999.

2 A escolha destas igrejas para nosso estudo de campo responde não apenas à importância que elas dentro do neopentecostalismo brasileiro mas também e sobretudo devido ao fato

Com base em uma pesquisa pós-doutoral e pautados por uma abordagem semiótica no cruzamento da Comunicação e da Antropologia, analisamos o conjunto das técnicas — corpos, discursos, objetos e mídias — que materializam e atuam (performance) na mediação divina encarnada na figura do Cristo (MEYER, 2012; MORGAN, 2010; STOLOW, 2013). A partir do estudo da dimensão concreta, material e sobretudo performativa das “técnicas do (fazer/querer) crer” (LUCA, 2008), buscamos entender os papéis (mediação, encarnação) que elas desempenham e dos valores (simbólicos, práticos) que elas adquirem dentro de uma prática litúrgica marcada por uma forte dimensão iconoclasta (LATOURE, 2009; MONDZAIN, 2002; MORGAN, 2012; SARRO 2008).

Do Brasil a Portugal, a circulação das “técnicas do crer” evangélicas suscita questões significativas a propósito das formas de reapropriação de imaginários e experiências religiosas que são objeto desta transferência sociocultural transatlântica (MAFRA, 2002; ORO, 1996; SWATOWISKI, 2013; CORTEN, 2007). Quais são as semelhanças e singularidades das técnicas mobilizadas em Portugal em relação à sua matriz brasileira? Como essas técnicas se relacionam com outras práticas religiosas portuguesas, incluindo o catolicismo e os rituais africanos? Como estas técnicas respondem à recusa de imagens figurativas e representações divinas que caracteriza a semiótica iconoclasta neopentecostal (em oposição à católica e religiões africanas)?

---

de termos observado apenas nestas três igrejas um uso significativo das “técnicas do crer” que constituem nosso objeto de estudo. As três denominações estudadas se caracterizam por serem progressistas e apoiaram sobre um corpo doutrinário e uma liturgia tradicionais.

A primeira e mais importante delas, a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) foi fundada em 1977 pelo bispo Edir Macedo e seu cunhado Romildo Soares, em Belford Roxo, na periferia do Rio de Janeiro. Hoje, com sede no Templo de Salomão, em São Paulo, a IURD tem, segundo o IBGE, mais de 6 mil templos, 12 mil pastores e 1,8 milhão de fiéis no país e cerca de 8 milhões de seguidores e 15 mil pastores em 105 países estrangeiros. A IURD chegou em Portugal no ano de 1989 e é hoje considerada a igreja mais popular em nações de língua portuguesa.

A segunda igreja mais importante do movimento que integra nosso campo etnográfico é a Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD) fundada em 1980, na cidade do Rio de Janeiro, pelo dissidente da IURD, o bispo Romildo Soares. Com sede em São Paulo, é uma igreja de forte dimensão transnacional, possuindo mais de 5.000 igrejas no exterior, sobretudo na comunidade lusófona.

Finalmente, a terceira denominação que compõe nosso campo é a Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD) fundada em 1988 pelo missionário Valdemiro Santiago na cidade de São Paulo, onde fica sua sede.

Se as técnicas mencionadas configuram a semiótica do (fazer/querer) crer na figura de Cristo própria aos grupos neopentecostais brasileiros que pregam (proselitismo) conversão dos fiéis dos cultos afro-brasileiros (Candomblé, Umbanda), propomos assim observar como este sistema semiótico é reconfigurado no contexto português para responder às questões culturais e sociais específicas colocadas acima.

Nossa abordagem da análise consiste em: (1) listar as ressonâncias/reapropriações e dissonâncias/deslocamentos de tais técnicas no quadro da transferência cultural Brasil-Portugal para então, (2) examinar as questões socioculturais que determinam as condições de possibilidade da circulação destas técnicas em contexto lusófono. Essa análise semioantropológica nos permitirá compreender a importância das “técnicas do crer” na manifestação e na propagação da crença neopentecostal brasileira.

## Metodologia

Para responder às questões de estudo colocadas acima, nossa metodologia de pesquisa articula uma investigação etnográfica no campo das igrejas estudadas com uma abordagem de análise semiótica dos dispositivos e práticas comunicacionais que constituem as técnicas do (fazer/querer) crer em Jesus.

Na vertente etnográfica, apoiamo-nos em uma imersão (observação participante) realizada nas três igrejas estudadas, entre os meses de outubro e dezembro de 2017. Os resultados apresentados e discutidos no presente artigo são oriundos do material coletado deste campo que inclui: (1) notas extraídas da observação diária e sistemática dos cultos temáticos semanais<sup>3</sup>; (2) 11 entrevistas realizadas com os bispos e os fiéis; (3) o material de comunicação (jornais, brochuras, livros, DVD) disponibilizados aos fiéis; (4) os arquivos

---

3 A organização dos cultos temáticos nas igrejas estudadas segue o seguinte calendário: às segundas-feiras o “congresso para o sucesso” (prosperidade financeira); às terças e sextas-feiras, os chamados “cultos da libertação” e “sessões de descarrego” (exorcismo/cura espiritual); às quartas-feiras e aos domingos, as orações principais de “salvação da alma” e de “busca do Espírito Santo”; e às quintas-feiras a “terapia do amor” (orientações sobre a vida sentimental).

do jornal *Folha de Portugal* dos anos 90 até hoje. Consideramos tal imersão de campo como um método de investigação imprescindível ao estudo da dimensão performativa das “técnicas do crer”, cujas condições e efeitos só podem ser apreendidos no seio da prática litúrgica (CEFAI, 2003; BEAUD; WEBER, 1997; PERETZ, 1998).

No âmbito da análise semiótica, estudamos o conjunto das práticas (corporais, gestuais, discursivas), objetos e produções mediáticas observadas nas igrejas mencionadas e examinadas sob a ótica da performatividade. Para tal, pautamo-nos sobretudo nas teorias semióticas de análise do discurso (AUSTIN, 1970; SEARLE 1972; DUCROT 1984; AMOSSY 2006; KERBRAT-ORECCHIONI 2008) e buscamos tornar inteligíveis as características formais (enunciativas, argumentativas e retóricas) e a dimensão pragmática (condições de felicidade, efeitos performativos) das “técnicas de crença” estudadas. Concebemos esta análise semiótica como inseparável do estudo das dimensões socioculturais que determinam as condições de produção, de circulação e de recepção das técnicas da comunicação religiosa analisadas.

### Quadro teórico

Do ponto de vista teórico, nossa pesquisa se situa no campo de estudo interdisciplinar da **comunicação e religião** (tradição francesa) ou da **mídia e religião** (escola americana), compreendendo tais conceitos de maneira indissociável, sob a ótica de suas etimologias convergentes (“unir”, “atar”, “ligar” “conectar”, “tornar comum”) e de suas dimensões performativas (MORGAN, 2010; MEYER, 2012; HALL, 1997; McDANNEL, 1995). Se a tradição francesa se refere à vasta área de investigação, englobando as diferentes dimensões comunicacionais (linguagem, comunicação visual, comunicação interpessoal e organizacional) do “fato/fenômeno” religioso (DOUYERE *et al.*, 2016), a tradição americana designa uma área mais restrita de investigação, abarcando tudo o que se situa entre (“*in between*”) estes dois atores (religião e mídia) e privilegiando as questões de conexões, transmissões e trocas que se

realizam através de um médium (HIRSCHKIND, 2011; HOOVER; CLARCK, 2002; STOLOW, 2013).

As diversas pesquisas desenvolvidas nestas duas áreas podem ser resumidas em dois objetos de estudo principais: a **mediatização da religião** (representação e visibilidade da religião nas mídias, comercialização de artefatos religiosos) e a **comunicação religiosa** (comunicação de líderes religiosos; prática religiosa associada às tecnologias da comunicação; comunicação religiosa pelo rito; espaço e objetos litúrgicos investidos de sentido) (DOUYERE *et al.*, 2014).

A pesquisa que propomos se inscreve neste segundo campo de investigação da **comunicação religiosa** e considera as diversas formas de intervenção dos atores evangélicos no espaço público — através de discursos, produções midiáticas, práticas rituais e materialidade litúrgica — como tantas técnicas do (fazer) crer em Cristo reveladoras da dimensão performática deste encontro — prático e epistemológico — entre a **comunicação e a religião**. No entanto, na contramão da grande maioria dos estudos da **comunicação religiosa**, não pretendemos estudar o papel da técnica (linguagens, objetos, dispositivos, tecnologias) na comunicação dos atores religiosos, mas, diferentemente, investigar o **papel da comunicação na construção da crença**.

Esta perspectiva semiótica nos aproxima assim da escola americana de estudos de **mídia e religião**. Como postulado, assumimos que a **religião e a crença** são inerentes e necessariamente entrelaçadas aos corpos, objetos e instrumentos que constituem tantas **mediações** ou **mídias** entre os regimes encarnados e os mundos imaginários que constituem a religião na contemporaneidade. A partir daí, trabalhamos com a ideia de uma **religião material**, designando uma área de investigação dedicada ao estudo das diversas formas de mídia (corpos, linguagem escrita, ícones, símbolos, imagens, arquitetura, música, vestuário, relíquias, objetos de veneração, espaços sagrados) e de práticas (comunicação, ritual, liturgia, exorcismo, proselitismo peregrinarem, interpretação de textos, ordenação do espaço-tempo) que constroem a dimensão concreta



e material da crença religiosa (McDANNEL, 1995; MEYER, 2012; MORGAN, 2010; ORSI, 2011).

Se concebemos que a religião é constituída a partir de diversas técnicas e dispositivos que permitem sua materialização, estas técnicas são investidas de características mágicas e transcendentais que convêm ser igualmente estudadas. Tal postura epistemológica — traduzida nas máximas de Bruno Latour (2009) “nós criamos as coisas que nos criam” e Amy Whitehead (MORGAN *et al.*, 2015) “*performance* é tecnologia” — nos encoraja a pensar de forma complexa as diferenças e superposições entre técnica, tecnologia, magia, crença e religião.

Dito isto, retomemos o título deste artigo e concentremo-nos na definição das noções de **técnica** e de **crença**. No que concerne a noção de crença, situamo-nos longe da tradição acadêmica em ciências humanas que, desde o século 19, a situa centro de uma definição substancial/essencial da religião e apreende esta como um sistema imaterial e transcendente de ideias, crenças e símbolos, (DURKHEIM, 1970; ELIADE 1965). Como ilustrado pela articulação de sentido proposta neste título, apreendemos a **crença** como um produto e um efeito (*performance*) das **técnicas** corporais, materiais e mediatizadas que constroem a religião como um fenômeno social, cultural e político historicamente determinado.

Dentro desta perspectiva, a noção de técnica abarca o conjunto de instrumentos (corpos, objetos, dispositivos, espaços-tempo) que condicionam e viabilizam a **performance** religiosa neopentecostal. Na ótica da teoria antropológica do ator-rede (LATOUR, 2009), consideramos que estas técnicas são, ao mesmo tempo, mediadoras e agentes da crença religiosa, numa configuração horizontal, em mosaico ou em rede, onde agentes humanos e não humanos convivem, e se confrontam na significação do mundo e na construção da crença religiosa.

Nosso estudo privilegia a análise da **religião** tal como ela se manifesta através dos sentidos humanos (estética, fenomenologia), é mediada por objetos, instrumentos, dispositivos (materialidade) e gera efeitos performativos (pragmática), como por exemplo a adesão a uma *crença* (MORGAN, 2010; MEYER, 2012; HALL, 1997).

A abordagem semiótica que emerge do encontro destas teorias em comunicação e antropologia permite, desta forma, melhor delimitar nosso objeto de estudo. A pesquisa que está na origem deste artigo investiga do vasto universo semiótico englobando os atores religiosos, os objetos litúrgicos, as práticas ritualísticas e os instrumentos mediáticos como tantos e diversos elementos da **religião material**.

### **Cartografia do campo de estudo**

As bases teórico-metodológicas e os objetivos da pesquisa assim definidas, é importante começarmos a delimitar a cartografia do nosso campo de investigação etnográfica a partir de algumas observações iniciais que permitirão, em seguida, balizar a apresentação e análise dos resultados do estudo em curso. Para facilitar o tratamento do material coletado nesta etnografia, vamos trabalhar aqui com dois tipos de indicadores — gerais e específicos — que nos permitem tornar inteligível a dimensão das técnicas do crer que constituem nosso objeto de estudo.

No que concerne os indicadores gerais referentes à morfologia do campo investigado, vale ressaltar que todos os pastores e bispos presentes nas igrejas estudadas são brasileiros. A única figura de exceção é a IMPD onde um bispo e um pastor são portugueses. Esta particularidade se reflete igualmente na morfologia do público que frequenta tais locais. Observamos que, na IMPD, os fiéis são maioritariamente portugueses e africanos, enquanto a IIGD é frequentada sobretudo por portugueses e brasileiros. A IURD, por sua vez, reúne de maneira equilibrada fiéis destas três origens, segundo uma representatividade dinâmica condicionada à temática do dia.

Um exemplo disso é que na IURD contabilizamos, por um lado, muitos portugueses e brasileiros presentes nas “reuniões” dedicadas à prosperidade e, por outro lado, uma maioria significativa de africanos presentes nos “cultos da libertação” ou “sessões de descarrego” (exorcismo/cura espiritual). Outro elemento importante é que a ausência de fiéis africanos na IIGD também se traduz em termos raciais e socioeconômicos, visto que o público é maioritariamente

branco e as arrecadações econômicas individuais (dízimos, ofertas) são bem superiores que as outras igrejas.

A cartografia socioetnográfica, assim descrita, coloca em evidência a dimensão transnacional que configura as práticas, interações, representações e imaginários veiculados segundo uma geopolítica lusófona. A origem brasileira das três denominações neopentecostais, tal como de seus bispos, pastores e fiéis, é um fator determinante na configuração das relações de força e poder no interior das igrejas estudadas. Encontramos um exemplo paradigmático do universo de significações geopolíticas que a delimitam esta cartografia transnacional no discurso de um pastor da IURD:

Quem aqui é português? (Quase todos levantam). Não gente, quero dizer nascidos em Portugal (Dois terços levantam). Pois vocês outros, brasileiros ou africanos, vocês estão na terra do inimigo. (Reação de incompreensão/choque entre os fiéis) Gente, eu adoro os portugueses, mas vamos combinar que brasileiro e africano sofre preconceito aqui e que por não estarmos em casa, estamos na terra do inimigo. (Ligeiro consentimento por parte do público). Isaac plantou na terra do inimigo, perseverou, creu e daquela terra que não dava nada, colheu 100 vezes mais o que plantou, temos de fazer o mesmo aqui, é nossa missão! Até porque se vocês não fizerem, outros vão fazer.

Se as relações de força e poder explicitadas neste discurso ilustram a dimensão conflitual que caracteriza o campo do neopentecostalismo lusófono de Lisboa, observamos que tais fragmentações e desequilíbrios são compensados ou reajustados segundo uma lógica universalizante. Como ilustra o discurso de um bispo da IMPD, os problemas sociais e humanos experimentados pelos fiéis são regularmente evocados pelos pastores, funcionando assim como vetores de convergência transnacional:

Quem aqui tá com problema no trabalho, na família? Quem aqui acha que tá sendo perseguido, seja no trabalho, na família, na vida amorosa? Quem aqui tá com a sensação de que tá sendo alvo de inveja, maldade, disputa? Quem aqui tá com problema de brigas, violência, desprezo? Quem aqui está sendo desprezado por alguém? Quem não quer dinheiro, carro, casa, emprego? Quem aqui quer ser patrão? Quem aqui quer ter próprio negócio? Ora quem

não quer sonhar? Não são só as crianças que querem voar Sonhe e peça a Deus, que ele realizara. Ele nunca falha.

Neste sentido, podemos afirmar que o discurso universalizante privilegiado nestes espaços de culto funcionam como uma condição de possibilidade para a experiência religiosa coletiva que define o campo da prática neopentecostal em Portugal, para além das disputas simbólicas e materiais que atravessam o campo (intracampo).

No que concerne os indicadores específicos referentes aos três conjuntos de técnicas analisadas — corpo-gesto, discurso, objetos e média —, devemos sublinhar que as três igrejas estudadas mobilizam técnicas semelhantes e que a circulação transnacional delas cria um repertório semiótico convergente, tanto do ponto de vista simbólico, como prático.

O fato de a IIGD e a IMPD terem sido fundadas por dissidentes da IURD esclarece sobre a similaridade de suas práticas e permite entrever uma lógica de concorrência por melhores “posições” (legitimidade, visibilidade) dentro do “campo” (BOURDIEU, 1971) neopentecostal português. Portanto, enquanto indicadores específicos, as técnicas do crer mencionadas funcionam ao mesmo tempo como instrumentos disputa simbólica e artefactos de transnacionalização da fé neopentecostal brasileira em contexto lusófono.

### **O corpo como técnica do crer: entre Brasil e África**

Parte dos indicadores específicos que apontam o carácter transnacional da fé pentecostal, o binómio “corpo-gesto” constituiu o primeiro conjunto de técnicas a ser analisado. A observação etnográfica das práticas corporais e gestuais que configuram a experiência religiosa, individual e coletiva, da crença nas igrejas estudadas nos conduzem a ressaltar quatro fases regulares do ritual neopentecostal:

- (1) Na primeira, dedicada à bênção e à oração, observamos a predominância de uma musicalidade feita de cantos, louvores e uma gestualidade (danças e mãos para o alto) que a acompanha.

(2) Na segunda fase<sup>4</sup>, consagrada à “manifestação/possessão” das entidades espirituais incarnadas nos fiéis, notamos que à medida que os pastores invocam tais figuras, seu tom de voz aumenta e os fiéis também começam a falar com mais força e raiva, num movimento de catarse coletiva. Aqui a gestualidade do público ganha em intensidade e a dimensão corporal do ritual adquire novas formas: corpo curvado pra frente ou pra trás; saltos e contorções; mãos cruzadas atrás das costas, dedos deformados, pulsos num movimento incessante de abrir e fechar.

(3) Na terceira fase, voltada para a “libertação” ou “expulsão” das mesmas “entidades”, constatamos uma significativa participação comunicacional dos fiéis que respondem ou repetem de maneira instantânea e calorosa as consignas dos pastores e bispos. Aqui, a gestualidade adquire uma nova funcionalidade: a limpeza de si ou do outro a partir de um movimento de batidas de pé e de mãos pra cima, estejam estas vazias ou com objetos visando “libertar os possuídos” (cajado, anel, lanterna).

(4) Na quarta e última fase, o ritual se conclui ao som de músicas animadas, coreografias coletivas e uma descontração generalizada do público que se expressa em sorrisos, abraços ou gestos de euforia.

Dentro de uma perspectiva comparatista da prática litúrgica observada no contexto português em relação à matriz neopentecostal brasileira, nossa observação etnográfica releva algumas diferenças-chaves. Se há desequilíbrios e acurvamentos dos corpos, tal como na tradição brasileira, os gestos e movimentos aqui descritos são mais curtos e contidos no eixo, também há menos deslocamento e movimento no espaço, quando comparados à corporalidade observada no contexto brasileiro.

Da mesma forma, notamos que a glossolalia é insignificante ou mesmo ausente da prática neopentecostal observada em Lisboa. Estes elementos de análise evidenciam assim algumas das singularidades corpóreo-gestuais da prática litúrgica neopentecostal portuguesa

---

4 Papel importante dos pastores que são ex-fiéis de religiões de matriz africana, do Rio de Janeiro.

que têm origem na mescla das tradições religiosas brasileiras e africanas encontradas nestas igrejas.

Se afinarmos tal comparação para analisar as particularidades intracampo, podemos destacar, através da descrição esquemática das fases de culto, que a dimensão gestual do ritual neopentecostal é inseparável da camada sonora que guia e dita o movimento e o ritmo dos corpos. Milimetricamente orquestrada para marcar a passagem das quatro fases, as músicas acompanham a dramaticidade do ritual: música calma para louvar e pedir a bênção de Deus e música de suspense/terror para “libertar” os corpos “possuídos”. No entanto, este diálogo corpóreo-sonoro é construído diferentemente no seio das igrejas estudadas.

Na adoração iurdiana, músicas com refrões do tipo “é guerra, é guerra sim, eu vou amarrar na boca do leão, vou esmagar meu inimigo e só saio depois da vitória” guiam corpos e gestos nervosos, tremidos e raivosos. As pessoas interagem pouco entre si, experimentam a crença de maneira mais individual e autocentrada até que, no final do culto, a catarse coletiva da “libertação” opera um certo descentramento que finalmente dá lugar a uma crença vivida como fenômeno de massa.

Diferentemente, na IMPD e IIGD, as músicas e interações entre os fiéis são mais leves. Com refrões do tipo “o meu toque te abençoa”, as pessoas regularmente se tocam, sorriem, falam, dançam e trocam afetos que traduzem relações mais profundas de amizade, reconhecimento e partilha de um comum religioso. Na IMPD, por exemplo, os bispos se emocionam e quase sempre choram durante as orações, provocando reações similares nos fiéis que fazem fila para abraçar os pastores ou apertar forte suas mãos no final das “reuniões”.

A dimensão transnacional do ritual neopentecostal se torna particularmente evidente no caso dos cultos de “libertação” protagonizados pelos pastores que são antigos praticantes das religiões afro-brasileiras, tais como a umbanda (magia branca) e a macumba (magia negra). O trecho abaixo, oriundo de um discurso proferido por um pastor carioca da IURD, ilustra de maneira emblemática a

circulação transnacional da gramática religiosa neopentecostal em contexto lusófono:

Eu estou esfolado, mas não tem problema, o importante é q vocês receberam luz, que todo o demônio foi expulso desta casa. Vocês viram como foi importante? Deixa eu explicar pra vocês: quem aqui veio de Angola, de Guiné, do Cabo verde, de Moçambique, de São Tomé, do Brasil?” ( O publico vai levantando a mão..) “Pois saibam que quando vocês vieram, trouxeram espíritos malignos e é por isso que a vida de vocês não avança. Muita gente aqui recebeu trabalho que os conectou com as trevas e a nossa missão aqui é desfazer isto, é desconectar pra que vocês possam receber a luz e se tornarem anjos de luz.

Constatamos que o conhecimento íntimo das entidades e práticas que configuram a gramática destas tradições religiosas confere aos pastores brasileiros, sobretudo aos cariocas, uma posição dominante no interior das igrejas estudadas, como testemunha esta intervenção de um pastor da IURD:

Como vocês sabem, eu vivia no terreiro, era macumbeiro e não escondo isso de ninguém. Me converti há 17 anos já, meu nome é um nome da linhagem. Vou explicar para vocês o que é uma linhagem, uma falange. Vocês sabem o que é um erê? é um tipo de transmissão da umbanda, quando herdamos espíritos do mal dos nossos parentes. O demônio quando te pega, trabalha pra te afastar dos seus entes e acaba entrando neles também. Pois é, nestas pessoas aqui manifestadas, tem muito disso.

Ao indicar um fiel que “manifesta” e realiza uma girada no eixo, o pastor declara: « Vocês viram isso? Esta girada é quando muda de entidade, quem entrou aí? ». O fiel responde: “mudei de espírito”. E o pastor replica: « ele estava escondido aí, é normal ».

Em seguida, o pastor pega uma fiel que diz receber Lúcifer e ele diz “mentira, Lúcifer não incarna, quem esta aí?”. A fiel responde: “tranca rua!” e o pastor conclui: “vocês viram como espírito mente? eu sei porque Lúcifer não pode incarnar. Eu já fui macumbeiro, sei tudo.”

Com a única exceção da IIGD, onde a “libertação” não é uma prática tão central do ritual neopentecostal, na IURD e na IMPD a familiaridade com as religiões afro-brasileiras é um elemento indispensável na concorrência interna travada entre os pastores em

busca de maior legitimidade e visibilidade em suas igrejas. Vale lembrar que este tipo de reconhecimento simbólico é medido segundo critérios materiais, tais como o número de fiéis e o montante de dinheiro arrecadado no culto.

Entre Brasil e África, a técnica do corpo observada no campo das igrejas neopentecostais de Lisboa demonstra como a matriz africana modifica o movimento e o ritmo dos corpos encarnados, ao mesmo tempo que a matriz brasileira se apresenta como o saber-poder hegemônico no campo das representações e imaginários neopentecostais em contexto lusófono.

### **O discurso como técnica do crer: entre Brasil e Portugal**

Quando passamos à análise da dimensão discursiva da experiência litúrgica neopentecostal, focamos mais especificamente na oratória dos bispos e pastores, cujos discursos são investidos de grande legitimidade e autoridade (BOURDIEU, 2014). A partir da observação etnográfica realizada, buscamos relevar principais regularidades discursivas encontradas e analisar suas funções, finalidades e capacidades performativas. Com isso, buscamos explorar a questão da circulação transnacional da discursividade neopentecostal em contexto lusófono.

Posto que a grande maioria dos bispos e pastores que encontramos no campo é de origem brasileira, constatamos uma nítida recorrência de vocabulário, modalidades discursivas e formas de expressão característicos desta matriz linguística. Expressões idiomáticas tais como “deu mole”, “é nós”, “bombando”, “tá ligado” são repetitivamente invocadas pelos pastores a ponto de se tornarem verdadeiros vícios de linguagem que colocam em evidência a aclimação de linguajar brasileiro, sobretudo carioca, no contexto do neopentecostalismo lusófono.

Da mesma maneira, notamos que a expressão interrogativa “tá ligado?” é sempre mobilizada antes do “amém” ou do “graças a Deus”. Como atesta a frase de um pastor da IURD — “Isto aí! Tá ligado, gente? Então, amém!” —, a expressão tem uma função fâti-



ca, destinada a verificar o canal de comunicação com o interlocutor (DUCROT, 1984). Tendo em conta a posição dominante que ocupam os pastores cariocas no seio das igrejas estudadas, observamos que muitos pastores não-cariocas copiam o linguajar próprio dessa cidade como maneira de reforçar seu reconhecimento simbólico dentro do campo. Também devemos ressaltar que foi na periferia de Belford Roxo, no Rio de Janeiro, que a IURD nasceu, nos anos 70, e que sendo a referência-chave do neopentecostalismo brasileiro, ela determina a “ordem do discurso” (FOUCAULT, 1971) do movimento religioso como um todo.

Na análise desta discursividade religiosa, cabe ainda enfatizar que os mesmos pastores e bispos brasileiros se apropriam de algumas expressões próprias do linguajar português/lisboeta de forma a criar maior proximidade com seu público alvo. Dentro desta tendência, observamos a recorrência de termos tais como “telemóvel”, “miúda”, “fixe”, assim como do uso do pretérito imperfeito (gostava) que caracteriza linguajar português em detrimento do futuro do pretérito (gostaria) que caracteriza o homólogo brasileiro.

Igualmente importantes são os diálogos metalinguísticos que os pastores estabelecem com o público a partir de perguntas do tipo “como é mesmo que dizemos aqui: travesseiro ou almofada?”. Estes exemplos ilustram o processo de exportação e a aclimação do linguajar brasileiro no contexto português e colocam em evidência a dimensão transnacional do campo discursivo estudado.

Entre Brasil e Portugal, o linguajar híbrido que caracteriza o campo discursivo do neopentecostalismo lusófono, quando analisado à luz das teorias linguísticas do campo da pragmática e dos atos de linguagem (AUSTIN, 1970; SEARLE, 1972; KERBRAT-ORECCHIONI, 2008), pode ser apreendido como uma “técnica do fazer/querer crer”. As expressões metalinguísticas do tipo “eu digo”, “eu faço”, “eu ordeno”, “eu venho dizer”, “eu determino”, “eu creio”, que são repetidas em uníssono pelos pastores e bispos das igrejas estudadas, se apresentam como enunciados performativos clássicos que mobilizam verbos na primeira pessoa do singular, na forma afirmativa e na voz ativa, assim como os tempos verbais

presente do indicativo e imperativo (AUSTIN, 1970). Estas intervenções do bispos da IIGD e da IMPD, respectivamente, exemplificam a questão:

Senhor, passe agora pelo corpo de cada uma destas pessoas e inunde-as de bênção. Se há algum, qualquer mal na vida delas, trabalhe sobre este mal, afaste-o. [...] Digam comigo: “eu ordeno, eu exijo” que todo mal saia, saia, saia, queime!!! Eu declaro que a partir de agora que vocês e suas casas estão salvas. Repitam comigo: “eu agora estou curado. Amém”. Peço que Jesus nos toque e nos livre de toda doença, dor, todo mal que esteja atingindo nós ou nossa família. Repitam comigo: “Jesus, eu tomo posse da sua bênção”, “Jesus, eu determino que a partir de hoje a sua luz me livrara das trevas e iluminara meus caminhos”. Que você tenha muita luz, eu te ilumino.

Tais enunciados configuram verdadeiros atos de linguagem na medida em que nos indicam, na materialidade do enunciado (DUCROT, 1984), o ato que tencionam realizar tanto no nível metafísico da crença (salvação, iluminação, bênção), quanto na materialidade do cotidiano dos fiéis (cura, dor, doença). Tal como ilustram estes exemplos, a dimensão performativa dos atos de linguagem coletados durante nosso campo etnográfico, apoia-se em um paradigma argumentativo específico que denominamos a tese da “estaca zero” ou “tábula rasa” (MAFRA 2002). Neste tipo de construção retórica, defende-se a ideia segundo a qual a vida do fiel mudará a partir daquela “reunião” que funciona como o “marco zero” para uma semana próspera e, mesmo, uma vida nova. Curiosamente, a tese da “tábula rasa” constituiu um ritual discursivo que se repete todos as semanas.

As principais premissas que sustentam a estratégia retórica da “estaca zero” são o fato “de o fiel ter vindo ao culto enviado por Deus, dado que sem Deus ele não teria nem conseguido chegar ali”, assim como a ideia segundo a qual “já que ele chegou ali, agora será necessariamente tocado pela bênção de Deus”. Estas premissas apresentam um carácter “dogmático” e “peremptório absoluto” (PERELMAN, 1970) na medida em que refutam toda e qualquer demonstração contraditória visando invalidá-las. Em outras palavras, o fato tangível da

presença do fiel no culto funciona como um sinal inquestionável da validade performativa da estratégia retórica adotada.

Do ponto de vista teórico da teoria pragmática, cabe a ênfase nas chamadas “condições de felicidade”, ou seja, os critérios que precisam ser satisfeitos para que um ato de linguagem seja performativo, tais como autoridade do sujeito do discurso, às circunstâncias da enunciação e à situação de comunicação (AUSTIN, 1970). No caso da discursividade neopentecostal analisada, a crença e a fé funcionam como as principais “condições de felicidade” dos enunciados performativos mobilizados, tal como exemplificam, a seguir, as oratórias dos bispos da IMPD e da IURD:

Que todos saiam daqui curados meu Deus, que o senhor os toque por meio de minhas mãos. [...] Abram os olhos, quem ta curado aqui, levanta a mão! **Quem acredita na fé e no poder de Jesus?. Se você não levantou a mão, não curou, é porque não tem fé. Vocês creem? Então eu vos declaro curados!**

Como técnica do crer, o discurso neopentecostal apresenta então a singularidade de calcar-se na fé, elemento universalizante, como a principal “condição de felicidade” para a concretização de sua dimensão performativa e transnacional. Entre Brasil e Portugal, se o linguajar híbrido analisado atesta uma certa aclimação da discursividade neopentecostal, em contexto lusófono ele não modifica a dominância da matriz brasileira nesta “ordem do discurso”.

### **Os “propósitos” como técnicas do crer: do Brasil a Portugal**

Tendo visto como a crença opera como a principal “condição de felicidade” para a realização performativa da palavra religiosa neopentecostal, pretendemos agora demonstrar como os “propósitos” funcionam com a força motriz da ação.

Sob a forma de cartela, algodão, cruz, pó, laço, anel, chaveiro, garrafa de água, óleo/azeite para unção, os chamados “propósitos” são pequenos objetos que materializam e estruturam as “campanhas” ou correntes” da fé destinadas a realizar um determinado pedido do

fiel (cura, milagre, salvação etc.). Distinta do conjunto de objetos litúrgicos e símbolos religiosos tradicionais (Bíblia, punhados de sal, água santa, gotas de óleo, pão e suco de uva, cálice com fruto de videira, cruz, candelabro judaico), a categoria dos “propósitos” é constituída por objetos-artefatos industriais investidos de um poder performativo que operam como verdadeiros “faitiches”, ou seja, objetos produzidos pelo ser humano e investidos de um caráter transcendental (LATOURE, 2009).

O conjunto dos “propósitos” inclui alguns objetos pessoais (fotografias dos familiares, documentos, exames médicos, chaves de casa) que os fiéis levam ao culto e colocam sobre o altar para receber a bênção/unção dos pastores, assim como os objetos que são distribuídos pelos pastores e destinados à realização de uma determinada “campanha” ou “corrente” pela cura de familiar, pela busca de emprego, pela sorte no amor etc. Durante os três meses de nossa pesquisa etnográfica, coletamos mais de 100 objetos. A título de ilustração, indicamos aqui os “propósitos” de alguns destes “faitiches” (Figuras 1 e 2):

- algodão com unção (Figura 1) para passar na parte do corpo onde se tenha dor e ser levado ao culto na semana seguinte para ser queimado no altar;
- lençinho de rosto (na Figura 1: “tristeza nunca mais”) para se limpar as lágrimas derramadas durante orações em casa e ser igualmente queimado no próximo culto;
- pano de tecido azul com uma passagem bíblica gravada (Figura 1) que deve ser colocado junto à mesa de comer;
- saco plástico (Figura 1) onde deve ser colocada a roupa de familiar a ser ajudado, deixando no altar juntamente com um valor em dinheiro equivalente ao da idade da pessoa;
- o chamado “pó quebra-feitiço” vermelho (Figura 1) que deve ser colocado na comida ou na porta da casa da pessoa compreendida como amaldiçoada por algum tipo de bruxaria;
- travesseiro (Figura 2) dentro do qual deve-se colocar uma folha de papel contendo o nome, a data de nascimento, o salário atual e o desejado;

- chaveiro em forma de caneta e com lanterna na ponta (Figura 2) para “iluminar” a casa e a família;
- cartelas e envelopes (Figura 2), nos quais deve-se indicar, de um lado, os problemas (“maldições”) atuais e, de outro, os desejos e pedidos para um futuro melhor (“salvação”).

**Figuras 1 e 2 - Objetos -“faitiches” utilizados nas “campanhas” ou “correntes” espirituais**

A esquerda, os “propósitos” da IURD e , à direita, da IMPD.



Fonte: Fotos do material coletado pela autora (2019).

Se os pastores e bispos entrevistados pela autora explicam que a maioria dos propósitos têm fundamento bíblico (unção no azeite, água do tanque de Siloé...), notamos que há uma grande parte de criação/invenção e, igualmente, de reapropriação simbólica de alguns artefactos oriundos do Catolicismo popular ou das tradições religiosas afro-brasileiras, como ilustram de maneira emblemática o chamado “pó quebra-feitiço” vermelho ou as gotas de unção com azeite.

Além disso, os pastores indicam que muitos destes propósitos devem ser realizados às escondidas, sobretudo em situações e locais onde as pessoas não partilham da mesma fé neopentecostal. Justamente o carácter secreto ou dissimulado ressoa com os “trabalhos” comumente praticados nas religiões afro-brasileiras. Podemos assim apontar uma dimensão transnacional religiosa que se constituiu aqui sob o signo do sincretismo religioso. Este discurso de um pastor da

IURD é paradigmático no que concerne o dito sincretismo e, sobretudo, no que toca o potencial performativo destes objetos “faitiches”:

Deixa eu falar um negocio pra vocês. Tem muita gente aqui que tá no erro. Sabe por quê? Porque vem, pega propósito e acha que está protegido, mas se você não habita em Deus, não adianta! Não adianta nada levar o cajado pra casa e colocar em cima da mesa com todos os outros propósitos recebidos como se fosse um altar, como na igreja católica cheia de santo, ou como um congá. Vocês sabem o q é isso? O altar na macumba! Os dois são iguais, se equivalem porque é do corpo pra fora, são objetos de idolatria. Não adianta nada! O que conta é o que você carrega no interior, se você não ta com Deus, não vão ser estes objetos que vão te salvar. Tem gente que pega o cajado e não vem, outras que deixam na mesa como objeto de relíquia, idolatria, como as imagens de santos católicos no altar, não pode, não é para isso que serve. É para acompanhar vocês no dia a dia. Vocês entenderam?

Nesta passagem, é curioso notar como o sincretismo religioso materializado nos “propósitos” é negado por este pastor que se esforça em definir o sistema simbólico neopentecostal e seu potencial performativo em oposição àquele que caracteriza o Catolicismo e as religiões afro-brasileiras. Segundo ele, a singularidade dos “propósitos” está precisamente na dimensão iconoclasta e avessa a representações divinas, tais como as imagens de santo ou relíquias presentes no culto católico ou da macumba e experimentadas segundo uma relação contemplativa. A concepção iconoclasta funciona assim, ao mesmo tempo, como um signo de alteridade (identidade religiosa) e uma singularidade performativa, segundo a qual a capacidade de ação dos “propósitos” seria apenas possível segundo uma relação íntima de experimentação e vivificação individual da fé.

Note-se ainda que o sincretismo religioso converge sob a figura totalizante de Jesus, apoiando-se sobre uma ideia segundo a qual “Só há um Deus e ele é o mesmo no mundo inteiro” ou “Deus é o mesmo hoje e sempre” (pastores da IMPD). De maneira similar, um pastor da IURD declara que “muita gente crê em vários deuses, como na Índia ou como no Brasil (“até minha mãe que recebia a Preta Velha”), mas Deus é único e o atingimos invocando o nome de Jesus, o único e verdadeiro Espírito Santo do mundo”. A convergência da fé sob

o signo da figura universalizante de Jesus é endossada por uma fiel que declara em entrevista que “os propósitos/campanhas são iguais em todas as IURDs, o que mostra que o poder de Jesus está por todos lados”.

A quantidade significativa de objetos que coletamos durante nossa pesquisa de campo nos permite afirmar que os “faitiches”, diariamente distribuídos nas igrejas estudadas, são parte de uma produção industrial de larga escala e de caráter internacional. Dois pastores da IURD e um da IMPD confirmaram que a maior parte destes objetos é elaborada no Brasil e exportada pelo mundo afora. De fato, o cajado, o algodão com unção (azeite) ou “sangue de cordeiro”, a água “sagrada” e lanternas são objetos tradicionais do movimento neopentecostal brasileiro. “Estes são usados da mesma maneira no Brasil e na Europa. Mas há outros objetos que são criados pelos pastores de determinada igreja ou centro e só existem nestes locais”, explica um pastor da IURD, em conversa informal.

Alguns exemplos destes “propósitos” específicos são o cofre em forma de pão e o envelope de cartão bancário, inventados pelos pastores da IURD da Freguesia de Alameda (Figura 1). Além disso, cabe frisar que encontramos com frequência os mesmos objetos (cartelas, lanterna, migalhas de pão, algodão, cajado) distribuídos nas três igrejas estudadas — o que demonstra que a transnacionalização das técnicas segue um movimento centrífugo ou convergente entre as igrejas neopentecostais brasileiras de Lisboa (intracampo).

O volume e o ritmo de produção dos objetos-propósitos com potencial performativo gera uma certa confusão cognitiva e organizacional, como ilustra de maneira sintomática este discurso de abertura de um culto no templo da IURD em Lisboa:

Bom dia! Deixa eu falar algumas coisas pra vocês. Vocês têm a cartela do tapete de fogo? Vocês têm de trazer. Ainda faltam 3 semanas na cartela e vocês têm de trazer sempre com o pedido e entregar ao entrar na igreja. Deixem aqui o pedido de hoje e tragam seu envelope do dízimo/oferta junto. Vocês sabem que o dízimo é a materialização da fé e Deus agirá pra realizar o pedido do dia (cartela) se vocês derem prova de fé? Então, venham aqui deixar envelope e pedido. Na próxima sexta-feira vocês também

vão completar toda esta cartela que visa a converter a maldição em bênção. Vocês completam do lado esquerdo os problemas, que o diabo esta causando a vocês ou a seus familiares, e do outro lado, a solução, que só Deus pode fazer. Assim oh: doença-saúde, fome-comida, pobreza-dinheiro, vocês entenderam bem? Então repitam comigo! (As pessoas seguem repetindo...). Estes outros três folhetos que vocês receberam (dia da luz) é pra vocês convidarem três pessoas pro dia da libertação 10 de novembro. Vocês vão buscar três pessoas que precisam de ajuda, amarrar esta fitinha e quando chegarmos aqui vamos cortar a fita e liberar o mal destas pessoas. Este algodão, elemento de cura, vocês têm de botar debaixo da língua todo dia de manha pra ungir contra comida ruim e palavras do mal. Vocês já fizeram nos olhos, ouvidos, nariz e a agora falta o quê? (As pessoas seguem respondendo...). Domingo que vem, vocês têm de beber a água sagrada e deixar um restinho pra lavar o rosto, quando chegarem aqui, vamos receber vocês na porta com o bispos e aproximar nossas cabeças pra abençoa-los. (Então, para concluir, ele entrega um propósito e explica): Vocês tem de trazer esta árvore genealógica completa na próxima sexta-feira com pelo menos 30, 50 euros dentro. Sabem por quê? Porque as vezes tem um mal que nunca fomos buscar na vida, mas que passa de geração pra geração, que é hereditário. Então, precisamos fazer um propósito pra limpar nossa família toda. Vocês vão colocar os nomes de seus parentes aqui, mesmo que já estejam mortos ou não conheçam. Ai tem gente que vai me dizer: “Ah, pastor, eu tô liberta, não preciso”. Precisa, sim, porque você não sabe o que vem carregando e transmitindo para seus filhos e netos. (No final, pastor vê que tem gente deixando no altar o propósito de outro dia e corrige): Gente, este propósito é pra sexta-feira Vocês tem de prestar atenção, ler o que esta escrito e seguir as instruções. Quem depositou aqui o papel errado, pega outro e traz no dia certo.

Se a profusão e a variedade de “propósitos” gera, de fato, certa confusão nos fiéis, percebemos por meio do discurso acima que os “propósitos” estruturam as “campanhas/correntes”, associando-as a temáticas específicas do calendário dos cultos (prosperidade, saúde, amor, família etc.). A realização do pedido dos fiéis depende assim da sua assiduidade nas “reuniões”. Como claramente testemunha esta frase de um pastor da IURD, uma das finalidade dos “propósitos” é manter a fidelidade do público: “Vocês não podem esquecer a cartela, nem vir uma semana sim, outra semana não, vocês estão assumindo um compromisso e têm de cumprir como pedido, se não



vocês não terão a bênção completa e isto vai abrir caminho pro mal entrar”. Em conversas informais, os fiéis contam que só vão à igreja nos dias que correspondem às temáticas que lhes importa. Outros dizem ir todos os dias porque precisam de todos os tipos propósitos.

Como ilustrado pelo discurso do pastor da IURD, outra finalidade dos “propósitos” se refere à arrecadação financeira, pois a cada vez que um objeto é deixado no altar, depois de uma semana de uso pessoal, deve estar acompanhado de uma “oferta” de dinheiro que funciona como uma “prova” da fé em Deus e garantindo a realização do pedido do fiel. A performatividade destes objetos-faitiches está assim condicionada à contribuição financeira em função de uma lógica, segundo a qual, quanto maior é a “oferta”, mais chances o pedido terá de ser realizado.

Ancorada nesta condição econômica, a prática religiosa neopentecostal se inscreve na ótica de um capitalismo neoliberal cuja dimensão essencialmente transnacional é muitas vezes traduzida em termos humanos, como nesta declaração de outro pastor da IURD:

Existem diversos tipos de sacrifício — material, espiritual, sentimental — e vocês estão de acordo comigo que o mais fácil de renunciar, é o material? É mais fácil deixar oferta aqui no altar ou entregar seu carro pra fogueira santa do que perdoar aquele parente/amigo que te magoou, que te fez mal, né? Então, continuem fiéis a Deus, continuem ofertando e fazendo sacrifícios pois Deus continuara vos abençoando.

Curiosamente, nossa observação de campo permite afirmar, dentro de uma perspectiva crítica, que a assiduidade e a oferta de dinheiro não são suficientes para garantir a performatividade dos “propósitos”, quer dizer, a realização dos pedidos dos fiéis. Como testemunha um pastor da IURD: “O resultado não tem data marcada, é preciso ser paciente, tudo depende do grau da sua fé”.

Em consonância com esta lógica de pensamento, uma fiel da IURD declara que “se acreditarmos, tudo dá certo pois os objetos têm poder mágico apenas quando há crença. Se dermos a prova de nossa fé em Deus todo dia, toda semana, tudo se realiza”. Esta declaração nos conduz assim a reforçar a ideia desenvolvida anteriormente,

demonstrando como a crença constituiu a principal “condição de felicidade” da performatividade das técnicas do crer que são objeto do presente estudo.

O estudo dos “propósitos” como técnicas do crer nos permite então compreender que sua performatividade responde a um esquema do tipo: objetos + “oferta” (prova) + crença = recompensa (performatividade). Do Brasil a Portugal, a transnacionalização da fé neopentecostal se concretiza sob a ótica do capitalismo neoliberal e do sincretismo religioso, tal como eles são materializados e mediados pelos “propósitos” dos objetos-“faitiches” analisados.

### **Os médias como técnicas do crer: do Brasil a Portugal**

Outro dia, um senhor ligou pra cá dizendo que não estava conseguindo dormir há dias. Ele tomou um remédio e não adiantou. Resolveu ligar a televisão e então viu um testemunho que mudou sua vida. Ele ligou pra cá e falei que eu ia orar por ele. No dia seguinte, ele me ligou de volta pra dizer que conseguiu o financiamento que precisava para abrir seu negócio e agora tá frequentando a igreja. Então, é por isso que insisto: este é o Poder da TV! E vocês, como missionários, estão contribuindo pra isso! Vocês são muito importantes pra que a evangelização internacional chegue a mais pessoas necessitadas, sobretudo na África, que não podem estar presentes, mas assistem tudo pela televisão. Então, pra quem quiser, o envelope está ali na recepção, é só preencher. E para quem nos assiste de casa também é possível colaborar, basta fazer um depósito em nossa conta bancária cujo número está aparecendo ai na tela de vocês.

Esta passagem de um pastor da IIGD demonstra a importância da televisão como dispositivo evangelizador e artefato performativo da crença neopentecostal. Na IIGD, os cultos são ritmados pelas exibições dos programas “Show da fé” e “Novela da vida real”, veiculando testemunhos de brasileiros vitoriosos, assim como movimentos de câmara dos obreiros que filmam e transmitem os cultos ao vivo pela internet ou tiram fotos para serem postadas na página *Facebook* da igreja. Com frequência, antes de iniciar o culto, o pastor reorganiza a distribuição dos fiéis no público para equilibrar o quadro de filmagem em função do ângulo da câmara e com vistas a facilitar o trabalho de midiatização. Em seguida, quando começa

o culto, o pastor sempre se dirige ao público virtual que assiste o culto de casa, seja pela televisão ou pela internet. A dimensão internacional desta igreja, que está gravada em seu nome, se traduz aqui nos termos de uma promoção da “evangelização internacional” possibilitada, e mesmo condicionada, pelo protagonismo do dispositivo televisivo.

De fato, a análise da rede de comunicação no campo das igrejas estudadas coloca em evidência a centralidade da televisão, e igualmente da internet, no seio do simbólico neopentecostal e da rede de comunicação evangélica. Dentre todas as mídias produzidas ou mobilizadas — jornais, revistas, programas televisivos, emissões radiofônicas, conteúdo web/multimídia, telões, câmaras, microfones —, constatamos que a televisão e a internet constituem os principais meios de produção simbólica (significações, representações) e material (econômico, geográfico) do movimento neopentecostal brasileiro em contexto lusófono.

Do Brasil a Portugal, as produções midiáticas religiosas seguem um percurso unilateral, sendo confeccionadas nos estúdios brasileiros da Record (IURD), da Rede Internacional e Televisão (IIGD) ou da Rede Mundial (IMPD) para serem transmitidas durante os cultos ou consumidas pelos fiéis, segundo um contexto de recepção português que gera reapropriações pragmáticas da produção midiática neopentecostal brasileira.

É pertinente registrar que observamos, por duas vezes durante nosso estudo de campo, as músicas do cantor popular do Brasil Roberto Carlos serem interpretadas pelos fiéis como uma produção própria da IURD. Outro caso sintomático de recepção deslocada se deu durante uma “reunião das mulheres” na IURD, quando se exibiu no telão a palestra de uma pastora brasileira situada no Templo de Salomão, em São Paulo. No momento em que a pastora fez perguntas, os fiéis ali presentes, localizados na antiga sala do Cinema Império transformada em sede da IURD em Lisboa, não sabiam se levantavam o dedo, se respondiam ou se ficavam quietos. Constrangidos e paralisados, muitos fizeram piada da situação e traduziram tal descompasso das instâncias de produção e recepção

sob a forma de gargalhadas. De maneira similar, observamos um pastor da IURD valer-se de tais incompreensões dentro da seguinte situação em que ele afirma: “Na ocasião da cobertura da greve dos caminhheiros e refinarias no Brasil que gerou perda de bilhões de reais vimos muito sobre os prejuízos da greve na Rede Esgoto”. Nesse momento, o pastor vira para a fiel ao lado dele e pergunta: “Você conhece a Rede Esgoto?” Ela diz: “Não”. Então, o pastor responde, dirigindo o olhar para a pesquisadora: “é a TV Globo, não esqueça”.

A análise da rede comunicacional das igrejas estudadas permite compreender que os espaços televisivo e digital funcionam como condições de possibilidade para a constituição de uma comunidade transnacional de fiéis que engloba os países lusófonos dos continentes europeu, africano e latino-americano. Neste sentido, mais do que a televisão, as páginas do *Facebook*, que permitem visualização descontínua dos cultos filmados, se constituem como um ponto de convergência importante para a comunidade das três igrejas investigadas. Como reitera este pastor da IURD:

Quem tem *Facebook* e ainda não está na nossa página? Por lá, vocês podem acompanhar e debater sobre tudo o que acontece aqui, na Europa e no Brasil. O senhor aqui vejo que é fã de *Facebook*, tá bombando lá todo dia, já esta senhora aqui, a convidei há meses no *Facebook* e nunca me aceitou.

Quando este pastor fala da Europa e do Brasil, excluindo a África, ele legitima os primeiros como locais e fontes fidedignas de informação — o que nos permite identificar desequilíbrios e relações de força entre as diversas instâncias de produção e recepção que constituem o campo midiático das igrejas estudadas. O exemplo acima sobre a “Rede Esgoto” reforça esta análise na medida em que ilustra o deslocamento de uma guerra mediática brasileira (Record *vs.* Globo) para o contexto português.

## Conclusão

Os resultados da pesquisa analisados neste artigo nos permitem concluir que os corpos possuídos, os discursos performáticos e os objetos animados da liturgia iconoclasta neopentecostal funcionam como dispositivos de comunicação (mediadores) que permitem tornar visível e tangível o invisível religioso e, desta forma, agir concretamente na manifestação e na propagação da crença neopentecostal brasileira em contexto lusófono.

Do Brasil a Portugal, passando pelas tradições religiosas africanas, a circulação das “técnicas do crer” estudadas segue um movimento e um ritmo calcado nas relações de força, de saber e de poder que estruturam este campo da fé religiosa. As ressonâncias e dissonâncias analisadas no quadro deste deslocamento transnacional demonstra a importância das questões socioculturais e geopolíticas que determinam as (re)significação e (re)apropriação destas técnicas em contexto lusófono.

No que tange a questão semiótica referente à performatividade, observamos que as “técnicas do crer” assim concebidas e analisadas têm uma peculiaridade no caso das igrejas neopentecostais brasileiras: substituem as imagens sagradas e as representações divinas consideradas como artefatos da idolatria. Dentro desta liturgia evangélica iconoclasta, a força das imagens é substituída pela performatividade das palavras (proselitismo, exorcismo), enquanto a força do olhar e do imaginário é substituída pelos corpos possuídos e objetos animados. Uma coreografia que merece ser pensada.

## REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. **L'argumentation dans le discours**. Paris: Armand Colin, 2006.

AUSTIN, John L. **Quand dire c'est faire**. Paris: Seuil, 1970.

BEAUD Stéphane; WEBER Florence. **Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques**. Paris: La Découverte, 1997.

BOURDIEU, Pierre. Genèse et structure du champ religieux. **Revue française de sociologie**, v. 12, n. 3, p. 295-334, 1971.

- BOURDIEU, Pierre. **Langage et pouvoir symbolique**. Paris : Essais, 2014.
- CEFAI, Daniel. **L'Enquête de terrain**. Paris: La Découverte, 2003.
- CORTEN, André; MOLINA, Vanessa. Transnationalisation et pentecôtisme: la force instituante du sens. **Anthropologica**, v. 49, n. 1, p. 67-79, 2007.
- DOUYERE, David (Coord.) Dossier «Le religieux, le sacré, le symbolique et la communication», **Les Cahiers de la Sfsic**, n. 12, p. 107-209, 2016. Disponível em : <http://www.sfsic.org/index.php/publications-sfsic-300107/les-cahiers-de-la-sfsic>. Acesso em: 8 jun. 2019.
- DOUYERE David; DUFOUR Stéphane ; RIONDET Odile (Dir). Religion & Communication, **Médiation & Information**, n. 38, Paris, 2014. Disponível em: <http://www.mei-info.com/consulter/?mei=38>. Acesso em : 8 jun. 2019.
- DUCROT, Oswald. **Le dire et le dit**. Paris: Minuit, 1984.
- DURKHEIM, Emile. “Representações individuais e representações coletivas”. In: DURKHEIM, Emile. **Sociologia e Filosofia**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1970. p. 7-49.
- ELIADE, Mircea. **Le sacré et le profane**. Paris: Gallimard, 1965.
- FOUCAULT, Michel. **L'ordre du discours**. Paris: Gallimard, 1971.
- HALL, David. **Lived Religion in America: Toward a History of Practice**. Princeton: Princeton University Press, 1997.
- HIRSCHKIND, Charles. Media, Mediation, Religion. **Social Anthropology**, v. 1, n. 19, p. 90-102, 2011.
- HOOVER, Stewart; CLARK, Lynn. **Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture**. New York: Columbia University Press, 2002.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. **Les actes de langage dans le discours: Théories et fonctionnement**. Paris : Armand Colin, 2008.
- LATOUR, Bruno. **Sur le culte moderne des dieux faitiches, suivi de Iconoclash**. Paris: La Découverte, 2009.
- LUCA, Nathalie. **Individus et pouvoirs face aux sectes**. Paris: Armand Colin, 2008.
- MAFRA, Clara. **Na posse da palavra**. Religiao, conversao e liberdade pessoal em dois contextos nacionais. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2002.
- MARIANO, Ricardo. **Neo-pentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1999.

- MEYER, Birgit. **Mediation and the Genesis of Presence: Towards a Material Approach to Religion.** Utrecht: Utrecht University Publications, 2012.
- McDANNEL, Colleen. **Material Christianity: Religion and popular culture in America.** New Haven: Yale University Press, 1995.
- MONDZAIN, Marie-José. **L'image peut-elle tuer?** Paris: Bayart, 2002.
- MORGAN, David (Org.). **Religion and Material Culture: The Matter of Belief.** London: Routledge, 2010.
- MORGAN, David. **The Embodied Eye: Religious Visual Culture and the Social Life of Feeling.** California: University of California Press, 2012.
- MORGAN, David; PLATE, Brent ; STOLOW, Jeremy; WHITEHEAD, Amy. **On the Agency of Religious Objects: A Conversation. *Material Religions*, 2015.**
- ORO, Ari Pedro. **Avanço pentecostal e reação católica.** Petrópolis: Vozes, 1996.
- ORSI, Robert. **Belief. Material Religion: The Journal of Art, Objects, and Belief**, 7 (1), 2011.
- PERELMAN, Chaïm ; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Traité de l'Argumentation.** La nouvelle rhétorique. 2 ed. Bruxelles: l'Institut de Sociologie, 1970.
- PERETZ, Henri. **Les méthodes en Sociologie.** Paris : La Découverte, 1998.
- SARRO, Ramon. **The Politics of Religious Change on The Upper Guinea Coast: Iconoclasm Done and Undone.** Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008.
- SEARLE, John R. **Les actes de langage.** Paris: Hermann, 1972.
- STOLOW, Jeremy. **Deus in Machina: Religion, Technology, and the Things in Between.** New York: Fordham University Press, 2013.
- SWATOWISKI, Claudia. **Novos cristãos em Lisboa.** Reconhecendo estigmas, negociando estereótipos. Rio de Janeiro: Garamond, 2013.





# CULTURA DO ENCONTRO E CAPACIDADE DE ESCOLHA: PERSPECTIVAS SOBRE AS MENSAGENS DO PAPA FRANCISCO PARA O DIA MUNDIAL DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, ENTRE OS ANOS DE 2014 A 2018

*Joana T. Puntel*  
*Luís Henrique Marques*

Como um dos frutos concretos do Concílio Vaticano II (1962-1965), publicado no dia 4 de dezembro de 1963, o decreto *Inter mirifica* é um pequeno documento (de apenas 24 parágrafos) que trata de questões relativas à comunicação social, mais especificamente da relação da Igreja Católica Romana com os meios de comunicação, com indicações de normas para o uso desses meios, tendo em vista a formação de uma consciência reta sobre a informação e a construção da opinião pública e sobre os deveres e missão os operadores dessa área. Além do *Inter mirifica*, o Vaticano II — iniciado sob a direção do papa João XXIII e concluído pelo papa Paulo VI, que assumiu o papel de líder universal da Igreja após falecimento do seu antecessor — gerou outros oito decretos, de um total de 16 documentos conciliares, cada um dos quais sobre uma temática diferente.

O decreto *Inter mirifica* é o responsável pela instituição do Dia Mundial das Comunicações cujas mensagens de 2014 a 2018, de autoria do Papa Francisco, são o objeto de estudo deste capítulo. Num sentido mais amplo, o *Inter mirifica* significou um importante passo — ainda que incompleto, porque limitado às condições do contexto cultural daquele período — dentro do grande movimento que a própria Igreja iniciou com o Vaticano II: o de abertura e diálogo com a cultura contemporânea, com o mundo para além do ambiente estritamente eclesial. Nesse sentido, voltar-se aos e sobre os meios de comunicação social e, em particular, aos seus operadores e consumidores, representou uma medida fundamental dentro

desse grande propósito da Igreja Católica de abrir-se ao diálogo com a humanidade que, à época, começava a entrar na chamada pós-modernidade. De fato, os veículos de comunicação têm se revelado um dos principais produtos e produtores de cultura, a ponto de hoje os especialistas se referirem a uma cultura midiática ou, mais recentemente, a uma cultura midiaticizada.

O *Inter mirifica* se tornou basilar para muito do que se tem produzido, desde então, em termos de reflexão e orientação teológico-pastoral por parte da Igreja Católica sobre comunicação. Segundo Noemi Dariva (2003, p. 9), outros temas abordados por esse documento são a iniciativa da comunidade católica nessa área, a formação técnica e apostólica para o uso dos meios de comunicação, a valorização do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (organismo da Santa Sé), a criação de organismos nacionais e de associações internacionais e preparação de uma instrução pastoral pontifícia sobre comunicação (publicada em 23 de maio de 1971 sob o título de *Communio et Progressio*).

É fato, pois, que a partir do Vaticano II, ainda que tardiamente e não raro com resistência por parte de alguns dos seus segmentos, a Igreja compreendeu e assumiu a exigência de refletir sobre o papel dos meios de comunicação na vida da sua comunidade e da sociedade. Nesse sentido, as mensagens do Dia Mundial das Comunicações se configuraram como uma forma de atualizar a reflexão sobre o papel da mídia no cotidiano das pessoas em geral, realizada sempre à luz dos valores do Evangelho e da doutrina católica. É o que tem acontecido, desde 1967, quando nessa data — 24 de janeiro, Festa de São Francisco de Sales, padroeiro dos jornalistas — os papas passaram a publicar as mensagens do Dia Mundial das Comunicações. Na esteira da proposta assumida pela igreja desde o Vaticano II, essas mensagens têm a pretensão de falar à humanidade, portanto, a todas as pessoas, independentemente de nacionalidade, cultura, condição social, opção política ou religiosa.

A universalidade das reflexões dos papas para o Dia Mundial das Comunicações vai, desse modo, muito além de questões, digamos, “domésticas” da própria Igreja Católica, como, aliás, é próprio da

sua missão cujo propósito é doar o patrimônio do Evangelho “a toda criatura”. A esse respeito, a relevância em examinar as mensagens do Papa Francisco para o Dia Mundial das Comunicações Sociais para os anos de 2014 a 2018 está bem além da sua pessoa ou da instituição que representa, mas diz respeito a uma proposta ou visão a respeito de práticas, posturas e ideias num âmbito vital à sociedade humana: o da comunicação e sua relação com a cultura.

É importante considerar ainda que o ato de evangelizar, tendo em vista a construção de Reino de Deus já aqui nesta terra, é a missão fundamental da Igreja. “Ide e pregai o Evangelho a toda a criatura” (BÍBLIA, Marcos, 16, 15). Isso corrobora a vocação da Igreja Católica para tratar o tema da comunicação, uma vez que a evangelização é evidentemente um processo comunicativo, razão pela qual a busca de uma comunicação adequada em termos técnicos, éticos e doutrinários é um imperativo para a comunidade eclesial.

Com efeito, o Papa Francisco reafirma a missão evangelizadora continuamente como um compromisso pessoal do cristão, como o fez na exortação apostólica *Evangelii Gaudium* (24 de novembro de 2013) ao declarar: “a atividade missionária ainda hoje representa o **máximo desafio** para a Igreja” e “a causa missionária **deve ser** [...] **a primeira** de todas as causas” (p. 16), portanto, “a ação missionária é **paradigma de toda a obra da Igreja**” (*EVANGELII GAUDIUM*, n. 15, p. 16). Mais adiante, nesse mesmo documento, afirma o papa:

Cada um dos batizados, independentemente da própria função na Igreja e do grau de instrução da sua fé, é um sujeito ativo de evangelização, e seria inapropriado pensar num esquema de evangelização realizado por agentes qualificados enquanto o resto do povo fiel seria apenas receptor das suas ações (n. 120, p. 101).

Mas Francisco adverte que a missão evangelizadora não deve ser confundida com proselitismo. “A Igreja não cresce por proselitismo, mas por atração” (*EVANGELII GAUDIUM*, n. 14, p. 16). Da mesma forma, ele é um crítico contínuo das relações burocratizadas no seio da comunidade eclesial:

[...] é necessário reconhecer que, se uma parte do nosso povo batizado não sente a sua pertença à Igreja, isso se deve também à existência de estruturas com clima pouco acolhedor em algumas das nossas paróquias e comunidades, ou à atitude burocrática com que se dá resposta aos problemas, simples ou complexos, da vida dos nossos povos. Em muitas partes, predomina o aspecto administrativo sobre o pastoral, bem como uma sacramentalização sem outras formas de evangelização (*EVANGELII GAUDIUM*, n. 63, p. 56).

Esse tipo de argumento corresponde ao conceito de “cultura do encontro” ao qual associamos a exigência de uma autonomia de pensamento por parte do público ante a mensagem massiva da mídia, conforme tratamos a seguir.

### **Metodologia de análise**

De modo não limitarmo-nos à mera descrição de ideias do Papa Francisco nas cinco mensagens do Dia Mundial das Comunicações que são objetos deste estudo, mas estabelecer uma lógica razoável de leitura e avaliação de suas ideias, estabelecemos dois critérios fundamentais para análise desses documentos as quais serão mais bem apresentadas a seguir, no decorrer da própria análise: a cultura do encontro e a capacidade do ser humano de fazer escolhas ante os apelos midiáticos, ambas categorias bastante presentes não só nesses textos, como em outros documentos produzidos por Francisco desde o início do seu pontificado.

Por ora, basta dizer que a cultura do encontro é um elemento vital para a identidade da Igreja Católica e para a qual a sua experiência comunicativa, quer em nível de relações pessoais, quer em nível de relações mediadas pelos meios de comunicação social, deve ter como meta, conforme o Papa Francisco. Da comunicação, entendida aqui como relação entre as pessoas (e não a simples difusão de informações), nasce e se perpetua a Igreja e sua missão redentora. Trata-se de uma cultura segundo a qual, na igreja, as pessoas devem se sentir acolhidas, fraternalmente unidas, tal qual uma família. “A Igreja deve ser o lugar da misericórdia gratuita, onde todos possam sentir-se acolhidos,

amados perdoados e animados a viverem segundo a vida boa do Evangelho” (*EVANGELII GAUDIUM*, n. 115, p. 96).

Porém, na contramão dessa cultura do encontro — entre outros fatores possíveis — o Papa Francisco aponta para certa falta de autonomia de pensamento e postura assumida por muitas pessoas que se submetem à visão da mídia a respeito de toda sorte de temas, o que inclui a religião. Tal postura corresponde, em certa medida, ao fenômeno da midiaticização sobre o qual não trataremos aqui, mas para o qual vale um aceno, ainda que bastante breve.

Em seu amplo estudo sobre a construção das religiosidades no ambiente digital, Moisés Sbardelotto (2017, p. 67) afirma que esse fenômeno se relaciona com processos midiáticos “cada vez mais abrangentes, cada vez mais acelerados, cada vez mais diversificados”, em que “as condições de interação humana, de comunicação social e de organização societal passam a ser condicionadas (mas não necessariamente *determinadas*) por lógicas e dinâmicas midiáticas”. Nesse sentido, a religião tem se mostrado um dos âmbitos de maior incidência do fenômeno da midiaticização.

O condicionamento a uma cultura midiaticizada é também motivo de crítica do Papa Francisco, como acena na Carta Encíclica *Laudato Si'* ao afirmar que dinâmicas dos *mass media* e do mundo digital, “quando se tornam onipresentes, não favorecem o desenvolvimento de uma capacidade de viver com sabedoria, pensar em profundidade, amar com generosidade” (*LAUDATO SÍ*, n. 47, p. 36), o que, em outras palavras, implica a não autonomia plena da pessoa em relação ao pensamento da mídia, mas sua sujeição, em menor ou maior medida, aos condicionamentos que tais meios buscam impor à sua consciência. Não se trata, pois, da simples substituição do encontro presencial pelo uso excessivo de mídias e novas tecnologias, mas de uma deturpação na construção do pensamento e de uma visão de mundo cujos valores preservem a dignidade humana.

Em resposta a esses condicionamentos, Francisco aposta nas relações reais e dialógicas, bem como “encontro generoso entre as pessoas”, o que implica a partilha de conhecimentos, sentimentos e afetos cuja realização não se dá mediante “uma mera acumulação de

dados, que, em uma espécie de poluição mental, acabam por saturar e confundir”, nem é favorecida por uma perspectiva “consumista” das relações humanas, conforme afirma na Carta Encíclica *Laudato Si'* (n. 47, p. 37). Essa perspectiva consumista baseia-se, por sua vez, na qualificação ou desqualificação do outro com quem a pessoa decide interagir ou não, conforme aquilo que esse outro é capaz de lhe oferecer em troca. Já na perspectiva do encontro, o diálogo é visto pelo Papa Francisco como algo que vai além da comunicação de verdades. Para o pontífice, nesse caso, o diálogo é realizado “pelo prazer de falar e pelo bem concreto que se comunica através das palavras entre aqueles que se amam” (*EVANGELII GAUDIUM*, n. 141, p. 117).

Nossa proposta é evidenciar a convergência da leitura crítica que o papa faz da realidade atual do âmbito da comunicação social ao redor do mundo com ensinamentos fundamentais da fé cristã católica e, portanto, genuinamente cristã. Mas, mais do que isso: para além da simples crítica negativa que se faz do uso e recepção das mensagens midiáticas (cuja percepção é, por isso, quase sempre pessimista), a proposta é identificar pistas de orientação para uma ação concreta e construtiva na relação com a mídia e na própria concepção de comunicação. Nesse sentido, vale a pena recorrer novamente à exortação apostólica *Evangelii Gaudium*, na qual o papa defende uma perspectiva positiva na compreensão da realidade da vida:

Outra característica é a linguagem positiva. Não diz tanto o que não se deve fazer, como sobretudo propõe o que podemos fazer melhor. E, se aponta algo negativo, sempre procura mostrar também um valor positivo que atraia, para não ficar na queixa, no lamento, na crítica ou no remorso. Além disso, uma pregação positiva oferece sempre esperança, orienta para o futuro, não nos deixa prisioneiros da negatividade (n. 159, p. 132).

De fato, Francisco tem adotado uma postura frequentemente propositiva à prática comunicacional realizada pelos operadores profissionais desse âmbito, por quem usa dos meios de comunicação na prática pastoral e pelo público em geral que, num processo de comunicação eticamente equilibrado, é visto tanto receptor quanto como produtor de ideias, informações e sentimentos. Nesse

sentido, o pontífice revela a especial marca de sua ação pastoral, na medida em que busca animar os fiéis da Igreja e de toda comunidade cristã a práticas positivas de comunicação. Com efeito, Francisco costuma evidenciar a exigência de o fiel ser protagonista na sua prática pastoral e não mero expectador, menos ainda um simples consumidor, no caso da sua relação com a mídia. As análises a partir das categorias propostas — esperamos — tendem a evidenciar essa postura do papa.

Por fim, vale dizer que — embora a análise dos documentos em questão não nos permita evidenciar o que é frequentemente constatado nas homilias e discursos espontâneos que o Papa Francisco tem proferido desde que assumiu seu pontificado — a sua argumentação, com frequência, se fundamenta na própria experiência pessoal e concreta como chefe da Igreja Católica Romana, assim como a de outros membros da comunidade eclesial, sejam do clero ou do laicato. Para além de um recurso de retórica, a referência a situações concretas é bastante usada por Francisco cuja comunicação, desse modo, costuma ser bem mais eficiente do que o tradicional discurso recheado de academicismos que, em geral, pouco comunica a maior parte dos fiéis. É o que o próprio papa recomenda, por exemplo, àquele que comunica (ou prega) o Evangelho a alguém, pessoal e diretamente:

Umás vezes se exprime de maneira mais direta, outras através de um testemunho pessoal, uma história um gesto ou outra forma que o próprio Espírito Santo possa suscitar numa circunstância concreta. Se parecer prudente e houver condições, é bom que este encontro fraterno e missionário conclua com uma breve oração que se relacione com as preocupações que a pessoa manifestou. Assim ela sentirá mais claramente que foi ouvida e interpretada, que a sua situação foi posta nas mãos de Deus, e reconhecerá que a Palavra de Deus fala realmente à sua própria vida (*EVANGELII GAUDIUM*, n. 128, p. 108).

Levando em conta essa postura propositiva de Francisco, a última parte deste trabalho se concentra em apresentar orientações concretas e positivas de ação pastoral que correspondam a essas duas categorias propostas pelo papa. Tais proposições, pelo próprio significado universal da reflexão de Francisco, conforme

argumentamos anteriormente são, enfim, subsídio para novas reflexões sobre a prática comunicacional no seu sentido mais amplo de sua interferência na vida em sociedade, como no âmbito da experiência mais especificamente religiosa.

### **A Cultura do Encontro**

As temáticas que perpassam as cinco mensagens do Papa Francisco para o Dia Mundial das Comunicações, celebrados anualmente (2014-2018), concentram-se em dois pontos focais, conforme apontamos anteriormente: a cultura do encontro e o apelo-convite para que o ser humano usando a sua capacidade de fazer escolhas, possa discernir, optar, seja “senhor” de suas decisões na opção pelos valores que o dignifiquem como ser humano.

Entendendo e abordando o conceito de **cultura**, no seu aspecto antropológico, que inclui não somente conhecimentos, mas crenças, arte, moral, leis, costumes, enfim o que o ser humano vive com seus hábitos adquiridos, como membro de uma sociedade, Francisco aborda e, praticamente, insiste na cultura do encontro, já característica e presente em todos os seus discursos. No contexto das mensagens para o Dia Mundial das Comunicações, o papa reflete a cultura do encontro no ambiente da cultura midiática, pois, embora reconheça que vivemos em um ambiente globalizado e sempre mais interdependente, é justamente neste contexto que os meios de comunicação “podem ajudar a sentir-nos mais próximos uns dos outros; a fazer-nos perceber um renovado sentido de unidade da família humana”. Afinal, “uma boa comunicação ajuda-nos a estar mais perto e a conhecer-nos melhor entre nós, a ser mais unidos”.

Longe de parecer um paradoxo: sobre a “cultura do encontro” no mundo da comunicação, tão complexo, frequentemente confuso, Francisco ousa afirmar que “precisamos harmonizar as diferenças por meio de formas de diálogo, que nos permitam crescer na compreensão e no respeito. A cultura do encontro requer que estejamos dispostos não só a dar, mas também a receber de outros” (2014, s/p). Diz ainda o papa:



Não basta circular pelas «estradas» digitais, isto é, simplesmente estar conectados: é necessário que a conexão seja acompanhada pelo encontro verdadeiro. Não podemos viver sozinhos, fechados em nós mesmos. Precisamos de amar e ser amados. Precisamos de ternura. Não são as estratégias comunicativas que garantem a beleza, a bondade e a verdade da comunicação. O próprio mundo dos *mass-media* não pode alhear-se da solicitude pela humanidade, chamado como é a exprimir ternura. A rede digital pode ser um lugar rico de humanidade: não uma rede de fios, mas de pessoas humanas (2014, s/p).

Prosseguindo na temática e incentivo para viver uma “cultura do encontro”, Francisco explica que gosta de compreender a comunicação “em termos de proximidade”. O papa mesmo explica como se manifesta a proximidade e faz referência à Parábola do Bom Samaritano, que considera também como uma parábola do comunicador, pois “na realidade, quem comunica faz-se próximo”. Na narrativa bíblica do samaritano

[ele] não só se faz próximo, mas cuida do homem que encontra quase morto ao lado da estrada. Jesus inverte a perspectiva: não se trata de reconhecer o outro como um meu semelhante, mas da minha capacidade para me fazer semelhante ao outro. Por isso, comunicar significa tomar consciência de que somos humanos, filhos de Deus (2014, s/p).

Se estamos verdadeiramente desejosos de escutar os outros, então aprenderemos a ver o mundo com olhos diferentes e a apreciar a experiência humana tal como se manifesta nas várias culturas e tradições.

### **Família: ambiente do encontro**

No desenvolvimento de sua temática “cultura do encontro”, nas considerações sobre a comunicação, o Papa Francisco volta à reflexão para a **família** como “o primeiro lugar onde aprendemos a comunicar”.

O ventre que nos abriga é a primeira «escola» de comunicação, feita de escuta e contacto corporal, onde começamos a familiarizar-nos com o mundo exterior num ambiente protegido e ao som

tranquilizador do pulsar do coração da mãe. Este encontro entre dois seres simultaneamente tão íntimos e ainda tão alheios um ao outro, um encontro cheio de promessas, é a nossa primeira experiência de comunicação. E é uma experiência que nos irmana a todos, pois cada um de nós nasceu de uma mãe (2015, s/p).

Francisco reflete que, mesmo depois que chegamos ao mundo, permanecemos num “ventre que é a família, [...] feito de pessoas diferentes, interrelacionando-se” (2015, s/p). E complementa no seu documento *Evangelii gaudium* (66) que a família é “o espaço onde se aprende a conviver na diferença”.

### **Uma comunicação que favoreça a cultura do encontro**

Uma comunicação construtiva, que promova a cultura do encontro, deveria buscar concretizar, progressivamente, elementos fundamentais da constituição humana, apontados pelo Papa Francisco como essenciais para essa mesma cultura do encontro. Assim que, é por meio do diálogo que se pode harmonizar as diferentes visões sobre fatos e pensamentos, e que, realmente, fazem “crescer na compreensão e no respeito” (2014, s/p). Saber inserir-se no diálogo com homens e mulheres de hoje para compreender os anseios, dúvidas, esperanças, já nos solicitava o documento *Gaudium et Spes*, do Concílio Vaticano II. Este eixo de abertura teve continuidade na evangelização contemporânea, direcionando os seus esforços, naquilo que o documento *Evangelii Nuntiandi* (20) já chamava a atenção: “A ruptura entre o Evangelho e a cultura é sem dúvida o drama da nossa época, como o foi também de outras épocas. Assim, importa envidar todos os esforços no sentido de uma generosa evangelização da cultura, ou mais exatamente das culturas”.

Francisco está convencido de que a comunicação tem grande poder. Entre eles “o de criar pontes e, com o diálogo, favorecer o encontro e a inclusão enriquecendo assim a sociedade”. Pois, dialogar, para Francisco, significa admitir que os outros também têm algo de bom para falar. E adverte: “dialogar não significa renunciar às próprias ideias e tradições, mas à pretensão de que sejam únicas e

absolutas” (2014, s/p). O cuidado com as palavras, porém, é imprescindível, uma vez que elas podem construir pontes entre grupos sociais, povos, tanto fisicamente como no ambiente digital. Para Francisco, é preciso implementar um novo modo de falar, dialogar, que tenham presente a misericórdia e que “nos ajudem a sair dos círculos viciosos de condenações e vinganças que mantêm prisioneiros os indivíduos e as nações, expressando-se através de mensagens de ódio” (2016, s/p). Shakespeare já se expressara eloquentemente: “A misericórdia não é uma obrigação. Desce do céu como o refrigério da chuva sobre a terra. É uma dupla bênção: abençoa quem a dá e quem a recebe” (*O mercador de Veneza*, Acto IV, Cena I).

Como partes integrantes e qualitativas do diálogo, porém, está a acolhida e a escuta, elementos essenciais para um processo de comunicação de qualidade. Diz Francisco que “comunicar significa partilhar, e a partilha exige a escuta e o acolhimento [...] uma pessoa expressa-se plenamente a si mesma não quando é simplesmente tolerada, mas quando sabe que é verdadeiramente acolhida” (2014, s/p). Ouvir já é importante, mas diz respeito à informação. Escutar, entretanto, é bem mais profundo, refere-se ao âmbito da comunicação e, por isso, requer proximidade. E, na simplicidade, mas profundidade, explica que

a escuta permite-nos assumir a atitude justa, saindo da tranquila condição de espectadores, usuários, consumidores. Escutar significa também ser capaz de compartilhar questões e dúvidas, caminhar lado a lado, libertar-se de qualquer presunção de onipotência e colocar, humildemente, as próprias capacidades e dons ao serviço do bem comum.

Escutar nunca é fácil. Às vezes é mais cômodo fingir-se de surdo. Escutar significa prestar atenção, ter desejo de compreender, dar valor, respeitar, guardar a palavra alheia. Na escuta, consoma-se uma espécie de martírio, um sacrifício de nós mesmos em que se renova o gesto sacro realizado por Moisés diante da sarça-ardente: descalçar as sandálias na «terra santa» do encontro com o outro que me fala (cf. *Ex* 3, 5). Saber escutar é uma graça imensa, é um dom que é preciso implorar e depois exercitar-se a praticá-lo (2016, s/p).

## Apelo-convite para fazer escolhas

O ambiente de comunicação pode ajudar-nos a crescer ou, pelo contrário, desorientar-nos, diz o Papa Francisco. “O desejo de conexão digital pode acabar por nos isolar do nosso próximo.” Aspectos problemáticos, como a velocidade da informação, superam a nossa capacidade de reflexão e discernimento, não permitindo, muitas vezes, expressar-se de maneira equilibrada e correta. “A variedade das opiniões expressas pode ser sentida como riqueza, mas é possível também fechar-se numa esfera de informações que correspondem apenas às nossas expectativas e às nossas ideias, ou mesmo a determinados interesses políticos e econômicos” (2014, s/p).

Assim que, diz Francisco, “o desafio que hoje se nos apresenta é aprender de novo a narrar, não nos limitando a produzir e consumir informação”, mesmo que é a isto que “os potentes e preciosos meios de comunicação contemporânea nos impelem”. Dentro do âmbito do ser humano e suas escolhas, é de grande importância compreender que “narrar significa que as nossas vidas estão entrelaçadas numa trama unitária, que as vozes são múltiplas e cada uma é insubstituível” (2015).

O ser humano é o único capaz de fazer escolhas. Educar-se para não somente profissionalizar-se em produzir, por exemplo, boas notícias, mas saber distingui-las e/ou confrontá-las com os valores do Evangelho é algo que constitui o apelo-convite do Papa Francisco. Na mensagem de 2014, Francisco reflete que “a vida do homem não se reduz a uma crônica asséptica de eventos, mas é história, e uma história à espera de ser contada através da escolha dum chave interpretativa capaz de selecionar e reunir os dados mais importantes”. Diz o Papa que tudo vai depender do olhar, “dos ‘óculos’ que decidimos pôr para ver: mudando as lentes, também a realidade aparece diversa”.

Francisco indica que, para os cristãos, “os óculos adequados para decifrar a realidade só podem ser os da boa notícia: partir da Boa Notícia por excelência, ou seja, o Evangelho de Jesus Cristo” (BÍBLIA, Marcos, 1, 1). Surge daí a consideração de que N’Ele, as próprias trevas e a morte tornam-se lugar de comunhão com a Luz e

a Vida. “Nasce, assim, uma esperança acessível a todos, precisamente no lugar onde a vida conhece a amargura do falimento” (2017, s/p). Esperança que precisa fazer parte das mensagens que semeamos nos meios de comunicação.

### **Centralidade do ser humano**

Ao abordar o tema da comunicação, as últimas mensagens do papa Francisco têm desenvolvido uma temática que coloca, até com certa insistência, o ser humano como centralidade. Assim se expressou, no dia 25 de fevereiro/2019, aos participantes da assembleia plenária da Pontifícia Academia para a Vida, que está celebrando 25 anos de fundação e foram recebidos por Francisco no Vaticano.<sup>1</sup> “Justamente quando a humanidade possui capacidades científicas e técnicas para alcançar um bem-estar equitativamente difundido, observamos uma intensificação de conflitos e um aumento das desigualdades”, disse Francisco. E acrescentou:

O desenvolvimento tecnológico nos permitiu resolver problemas até poucos anos insuperáveis. O “poder fazer” pode obscurecer quem faz e para quem se faz. O sistema tecnocrático baseado no critério da eficiência não responde às questões mais profundas que o homem se faz. Se de um lado não é possível dispensar seus recursos, de outro ele impõe a sua lógica a quem o utiliza. A evolução atual da capacidade técnica produz um encanto perigoso: em vez de entregar à vida humana os instrumentos que melhoram a sua cura, corre-se o risco de entregar a vida à lógica de mecanismos que decidem seu valor. Essa inversão está destinada a produzir resultados nefastos: a máquina não se limita a dirigir-se sozinha, mas acaba guiando o homem. A razão humana é assim reduzida a uma racionalidade alienada dos efeitos, que não pode ser considerada digna do homem.<sup>2</sup>

---

1 Antes de tecnologizar o homem, humanizar a técnica, diz Papa na *Academia para a Vida*. Disponível em: <https://www.gaudiumpress.org/content/101560-Antes-de-tecnologizar-o-homem--humanizar-a-tecnica--diz-Papa-na-Academia-para-a-Vida>. Acesso em: 4 mar. 2019

2 Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/586976-papa-hoje-existe-o-risco-de-dar-vida-a-logica-das-maquinas-e-dos-dispositivos>. Acesso em: 26 fev. 2019.

E ainda:

A inteligência artificial, robótica e outras inovações tecnológicas devem ser usadas a fim de contribuir para o serviço da humanidade e para a proteção de nossa Casa comum, e não para o exato oposto, como infelizmente, preveem algumas estimativas. A dignidade inerente de todo ser humano deve estar firmemente colocada no centro de nossa reflexão e ação.<sup>3</sup>

O pontífice enfatizou que “a atual evolução da capacidade técnica produz um encantamento perigoso: ao invés de entregar à vida humana os instrumentos que melhoram o seu cuidado, corre-se o risco de entregar a vida à lógica dos dispositivos que decidem o seu valor”. E acrescentou que “nosso compromisso, intelectual e especialista, será um ponto de honra para nossa participação na aliança ética em favor da vida humana”.<sup>4</sup>

### **Busca da verdade**

O tema para o Dia Mundial das Comunicações de 2018 - “A verdade vos tornará livres” (BÍBLIA, Jo, 8, 32). “*Fake News* e jornalismo de paz”, do Papa Francisco — inicia com um fundamento bíblico-teológico-antropológico sobre a comunicação. Vista a partir do “projeto de Deus, a comunicação humana é uma modalidade essencial para viver a comunhão”. Entretanto, se a pessoa, “orgulhosamente seguir seu egoísmo [...] pode usar de modo distorcido a própria faculdade de comunicar”. E isto provoca uma “alteração da verdade, tanto no plano individual como no coletivo”. O que significa dizer, em síntese, é a “falsidade”. Dado o contexto que vivemos no ambiente, sobretudo, digital, esta mensagem de Francisco é de extrema relevância para a reflexão dos cristãos, porque aborda aquilo que está se movendo assustadoramente, na sociedade hoje, que são as *fake news* e a necessidade de um jornalismo de paz, à luz da verdade, nas palavras de Jesus “A verdade vos tornará livres” (BÍBLIA, João, 8, 32).

---

<sup>3</sup> Antes de tecnologizar o homem, humanizar a técnica, diz Papa na *Academia para a Vida*. Disponível em: <https://www.gaudiumpress.org/content/101560-Antes-de-tecnologizar-o-homem--humanizar-a-tecnica--diz-Papa-na-Academia-para-a-Vida>. Acesso em: 4 mar 2019.

<sup>4</sup> *Ibid.*

As *fake news*, comumente chamadas de “notícias falsas” (se é falsa, não é notícia; é boato) são divulgadas, na maioria das vezes pela internet, de modo extremamente rápido e eficiente. Muito comum receber *Fake News* no *WhatsApp* e nos *feeds* de notícias do *Facebook* e do *Twitter*.

O Papa Francisco explica que as *fake news* fazem parte da “desinformação transmitida *online* ou nos meios de comunicação tradicionais”. Na mensagem, Francisco deixa claro que o ponto central não é apenas “contribuir para o esforço comum de *prevenir* (grifo nosso) a difusão das notícias falsas”, mas tem a ver com o próprio tema da verdade, pois Francisco alude a informações infundadas, baseadas em dados inexistentes ou distorcidos”. Com efeito, hoje, instaurou-se “uma lógica da desinformação” “com objetivos prefixados”, entre os quais, a manipulação, a difamação, a falta de veracidade e, por isso, manipulação de opinião.

Um dos fatores da alta eficácia das *fake news* deve-se “à sua natureza mimética [isto é de imitação], ou seja, à capacidade de se apresentar como plausíveis”. Ou seja, elas imitam (mimetizam) outras notícias reconhecidas socialmente como fidedignas, mas falsificando seus formatos e conteúdos ou produzindo falsidades. São falsas, mas são verossímeis; são capciosas (captam a atenção dos destinatários). Exploram “emoções imediatas”, facilmente suscitam “a ansiedade, o desprezo, a ira, a frustração”.

Entre as dificuldades para desvendar e eliminar pela raiz as *fake news*, está o fato para o qual Francisco aponta: “as pessoas interagem muitas vezes dentro de ambientes digitais homogêneos e impermeáveis a perspectivas e opiniões divergentes”. É uma lógica que explica o êxito da desinformação. Nesses casos, não há “um confronto sadio com outras fontes de informação” que poderiam colocar positivamente temas em discussão, abrindo-se para um diálogo construtivo. Infelizmente, estamos vivendo um comportamento beligerante em que se fomenta “o descrédito do outro, a sua representação como inimigo, chegando-se a uma demonização que pode fomentar conflitos”.

O antídoto mais radical ao vírus da falsidade é deixar-se purificar pela verdade”, diz o pontífice. Nessa mensagem, Francisco deixa claro que “a verdade não é apenas trazer à luz a coisas obscuras [...] a verdade tem a ver com a vida inteira”, isto é, ela se encarna em relações. E continua: “o homem descobre sempre mais a verdade, quando a experimenta em si mesmo como fidelidade e fiabilidade de quem o ama. Só isto liberta o homem: ‘A verdade vos tornará livres’, disse Jesus (BÍBLIA, João, 8, 32)”.

Sempre voltando-se para a centralidade da pessoa, Francisco argumenta que “o melhor antídoto contra as falsidades não são as estratégias, mas as pessoas”. E esclarece:

Libertação da falsidade e busca do relacionamento: eis aqui os dois ingredientes que não podem faltar, para que as nossas palavras e os nossos gestos sejam verdadeiros, autênticos e fiáveis. Para discernir a verdade, é preciso examinar aquilo que favorece a comunhão e promove o bem e aquilo que, ao invés, tende a isolar, dividir e contrapor. Por isso, a verdade não se alcança autenticamente quando é imposta como algo de extrínseco e impessoal; mas brota de relações livres entre as pessoas, na escuta recíproca (2018, s/p).

Ao se referir à responsabilidade pessoal, Francisco enfatiza a importância de quem é particularmente envolvido, por profissão, na comunicação, ou seja, o jornalista a quem chama de “guardião das notícias”. Vai além da profissão, mas é uma “verdadeira e própria missão”. A centralidade deve ser sempre “as pessoas”, o que significa que “informar e formar, é lidar com a vida das pessoas”. Daí “a precisão das fontes” e a promoção de “um jornalismo de paz” (que não quer dizer um “jornalismo ‘bonzinho’), “que negue a existência de problemas graves... mas um jornalismo sem fingimentos, hostil às falsidades, a slogans sensacionalistas, a declarações bombásticas [...] um jornalismo que não se limite a queimar notícias, um jornalismo empenhado a indicar soluções alternativas”.

O papa finaliza seu convite para a busca da verdade incentivando a educar-nos para viver neste mundo da complexidade digital. Pois não basta apenas técnica e tecnologia para nos comunicarmos.



Valores humanísticos, democráticos, e verdadeiros, a capacidade de aceitação, respeito e troca com o diferente são necessários.

São suas palavras conclusivas: “[...] educar para a verdade significa ensinar a discernir, a avaliar e ponderar os desejos e as inclinações que se movem dentro de nós, para não nos encontrarmos despojados do bem ‘mordendo a isca’ em cada tentação”.

### **Orientações à reflexão e à prática**

Conforme proposto na introdução deste trabalho, concluímos este estudo apresentando orientações à reflexão e prática de uma comunicação fundamentada na cultura do encontro e na autonomia do sujeito ante as mensagens midiáticas, assim como o Papa Francisco as expressa nas mensagens para o Dia Mundial das Comunicações aqui analisadas. Nossa intenção vai ao encontro dessa postura propositiva do pontífice que, para além de um líder, é um “pastor” — para usar uma expressão eclesial -, o que significa que se preocupa e se ocupa em orientar o seu “rebanho” de fiéis ao pensamento e ação coerentes com o Evangelho e com a Doutrina da Igreja. Esse é, aliás, exatamente seu papel por cuja aplicação Francisco demonstra atuar intensamente.

Para tanto, ao analisarmos esses documentos, fizemos um inventário de novas categorias cujos significados — a nosso ver — encerram importantes orientações para a consciência e a prática de uma comunicação inspirada nessas duas importantes chaves de leitura que Francisco faz da comunicação como instrumento de construção do Reino de Deus e que, portanto, coincidem com uma perspectiva ética. São elas: diálogo; acolhida e escuta; respeito; perdão; inclusão; narração; palavra e comunhão; crítica e denúncia; valorização do positivo; busca da Verdade e jornalismo de paz. Vamos a elas.

### **Diálogo**

O Papa Francisco defende a prática do diálogo como metodologia indispensável para a construção da cultura do encontro. “Precisamos

harmonizar as diferenças por meio de formas de diálogo, que nos permitam crescer na compreensão e no respeito” (2014, s/p), afirma o pontífice. Além disso, ele salienta o que considera uma postura indispensável àqueles que desejam dialogar: estes devem estar convencidos “de que o outro tem algo de bom para dizer, dar espaço ao seu ponto de vista, às suas propostas” (2014, s/p), ao mesmo tempo em que isso não significa “uma renúncia às próprias ideias e tradições, mas à pretensão de que sejam únicas e absolutas” (2014, s/p).

### **Acolhida e escuta**

Como um pressuposto do próprio diálogo, o papa aponta para o ato de acolher e escutar o semelhante como uma exigência para quem quer “compreender aqueles que são diferentes de nós”. Nesse sentido, ele considera que “uma pessoa expressa-se plenamente a si mesma, não quando é simplesmente tolerada, mas quando sabe que é verdadeiramente acolhida”. Com efeito, o paradigma de comunicação (não só interpessoal, mas também no universo midiático) defendido por Francisco corresponde àquele segundo o qual a comunicação significa partilha e, ao mesmo tempo, escuta, acolhimento. “Escutar é mais que ouvir. Ouvir diz respeito ao âmbito da informação; escutar, ao invés, refere-se ao âmbito da comunicação e requer proximidade” (2016, s/p).

A escuta, nessa perspectiva, implica ir além da simples condição de espectador, usuário ou consumidor. “Significa também ser capaz de compartilhar questões e dúvidas, caminhar lado a lado, libertar-se de qualquer presunção de onipotência e colocar, humildemente, as próprias capacidades e dons ao serviço do bem comum” (2016, s/p), completa o pontífice. Mas Francisco vai além e a fundo na perspectiva cristã da comunicação na medida em que aponta para a cruz como exigência fundamental para uma acolhida real do outro: “Na escuta, consuma-se uma espécie de martírio, um sacrifício de nós mesmos em que se renova o gesto sacro realizado por Moisés diante da sarça-ardente: descalçar as sandálias na ‘terra santa’ do encontro com o outro que me fala ( BÍBLIA, Êxodo, 3, 5)” (2016, s/p).

## **Respeito**

Na mensagem de 2016, escreveu o papa: “O acesso às redes digitais implica uma responsabilidade pelo outro, que não vemos, mas é real, tem a sua dignidade que deve ser respeitada”. Essa perspectiva é genuinamente cristã na medida em que, no processo comunicativo, a pessoa é colocada como seu centro, e não o ato de comunicar em si nem seu conteúdo. Com efeito, qual sentido evangélico de postar mensagens nas redes sociais se esse ato não tem como premissa o respeito à dignidade e o bem do outro? Para o Papa Francisco, a resposta é inequívoca.

## **Perdão**

Mais uma vez, o líder universal da Igreja Católica aponta para direção mais radical e, desse modo, mais profunda da visão cristã a propósito da comunicação: para além do respeito (que, inadvertidamente, pode ser confundido com o distanciamento e até a indiferença para com o semelhante), o papa propõe o perdão como “dinâmica da comunicação” ao afirmar que “uma comunicação que define e se quebra, por meio do arrependimento expresso e acolhido, é possível reatá-la e fazê-la crescer” (2015, s/p). De fato, o perdão pressupõe um algo a mais na relação entre as pessoas, um suplemento de confiança e, por essa razão, sua iniciativa custa e, em alguns casos, custa muito. No entanto, seu poder revolucionário é visto pelo papa como condição para o desenvolvimento do processo comunicativo.

## **Inclusão**

Esse é um argumento bastante presente nos discursos do papa, a exemplo das mensagens para o Dia Mundial das Comunicações, especialmente ao se referir àqueles que se encontram nas “periferias existenciais”. “Como filhos de Deus, somos chamados a nos comunicar com todos, sem exclusão”, diz Francisco na mensagem de 2016. Nessa mesma mensagem, ele enfatiza que “a comunicação tem

o poder de criar pontes, favorecer o encontro e a inclusão, enriquecendo assim a sociedade”. Ainda sob esse aspecto, o papa evidencia que as famílias nas quais há pessoas com deficiência “muito têm para nos ensinar, a propósito de limitações e comunicação” e no que diz respeito a “um estímulo para se abrir, compartilhar, comunicar de modo inclusivo” (2015, s/p). Com efeito, vista como uma grande família cujo único pai é Deus, a humanidade tem o compromisso de incluir a todos, especialmente os vitimados por toda sorte de limitação e consequente preconceito.

### **Narração**

Ao contrário das demais categorias aqui apresentadas nesse inventário final de nosso capítulo, a narração não diz respeito exatamente a um valor evangélico, mas a uma prática sobre a qual o Papa Francisco chama a atenção para seu valor. “Assim o desafio que hoje se nos apresenta é aprender de novo a narrar, não nos limitando a produzir e consumir informação, embora esta seja a direção para qual nos impelem os potentes e precisos meios da comunicação contemporânea”, afirmou na mensagem de 2015.

O papa parece apontar para a necessidade que as pessoas têm de não se limitarem a serem consumidores passivos de informação, mas autores protagonistas de suas próprias narrativas cujo testemunho pode ser reflexo do Evangelho para os demais. “Narrar significa compreender que as nossas vidas estão entrelaçadas numa trama unitária, que as vozes são múltiplas e cada uma é insubstituível” (2015, s/p). A esse propósito, ao se referir às parábolas presentes nos Evangelhos, Francisco afirma que “o recurso a imagens e metáforas para comunicar a força humilde do Reino não é um modo de reduzir a sua importância e urgência, mas a forma misericordiosa que deixa, ao ouvinte, o ‘espaço’ de liberdade para comunicar a beleza paradoxal da vida nova em Cristo, onde as hostilidades e a cruz não anulam, mas realizam a salvação de Deus” (2017, s/p).

## **Palavra e comunhão**

O uso da palavra é evidentemente um dos mais elementares recursos de comunicação disponíveis ao ser humano. Exceto, no entanto, quando ela é usada para dividir as pessoas. E é justamente a principal perspectiva do Papa Francisco a respeito do uso da palavra que, justifica aqui, a sua relação direta com o termo “comunhão”. Diz o papa: “As palavras podem construir pontes entre as pessoas, as famílias, os grupos sociais, os povos” (2016, s/p), razão pela qual “a palavra do cristão visa fazer crescer a comunhão e, mesmo quando deve com firmeza condenar o mal, procura não romper jamais o relacionamento e a comunicação” (2016, s/p). Afirma ainda Francisco em defesa da palavra que cria comunhão: “Só palavras pronunciadas com amor e acompanhadas por mansidão e misericórdia tocam os nossos corações de pecadores” (2016, s/p).

## **Crítica e denúncia**

Mas a palavra que gera comunhão não anula a necessidade de realizar a crítica ou mesmo a denúncia, quando estas são imprescindíveis. O importante é que a crítica ou a denúncia seja feita na medida certa e sobre o alvo correto. “Podemos e devemos julgar as situações de pecado — violência, corrupção, exploração etc. -, mas não podemos julgar as pessoas, porque só Deus pode ler profundamente no coração delas”, ensina o Papa Francisco.

## **Valorizar o positivo**

A pedagogia que o Papa Francisco parece demonstrar — típica de um pastor que se ocupa em ser construtivo e animar seus fiéis, nesse caso, no exercício de uma comunicação fundamentada nos valores do Evangelho — aponta para a iniciativa de, sempre que possível, valorizar o positivo a respeito dos fatos, contextos e temas, exatamente ao contrário do que, muitas vezes, tende a fazer a grande mídia. “Creio que há necessidade de romper o círculo vicioso da

angústia e deter o espiral do medo, resultante do hábito de se fixar a atenção nas ‘notícias más’ (guerras, terrorismo, escândalos e todo o tipo de falimento nas vicissitudes humanas)” (2017, s/p).

Por outro lado, o pontífice argumenta que não se trata de promover a desinformação, ignorar o sofrimento e cair num otimismo ingênuo ou na resignação, que tende à apatia. No entanto, Francisco insiste na necessidade do cristão em decifrar a realidade segundo a perspectiva da “boa notícia”. “Esta boa notícia, que é o próprio Jesus, não se diz boa porque nela não se encontra sofrimento, mas porque o sofrimento é vivido num quadro mais amplo, como parte integrante do seu amor ao Pai e à humanidade” (2017, s/p). O papa fala de um fio condutor segundo o qual é possível compreender a realidade dos fatos à luz da ação de Deus: “o fio, com que se tece esta história sagrada, é a esperança, e aquele que o tece só pode ser o Espírito Consolador” (2017, s/p).

### **Busca da Verdade**

Na mensagem para o Dia Mundial das Comunicações de 2018, o Papa Francisco faz sua reflexão voltada à problemática das *fake news* em contraposição à exigência da Verdade. Combater essas notícias mentirosas é um compromisso para com a Verdade, já que os efeitos das *fake news* podem ser “perigosos”. Ele se dirige especialmente aos jornalistas: “Gostaria, assim, de contribuir para o esforço comum de prevenir a difusão das notícias falsas e para redescobrir o valor da profissão jornalística e a responsabilidade pessoal de cada um na comunicação da verdade”. O papa aponta para uma das razões básicas para o sucesso das notícias falsas: “a sua natureza mimética, ou seja, a capacidade de se apresentar plausíveis”, a qual ele associa ao uso manipulador das redes sociais e das lógicas próprias para o seu funcionamento.

Sob a ótica da cultura do encontro, o papa afirma que a busca da verdade está intimamente relacionada à construção dos relacionamentos. “Para discernir a verdade”, afirma Francisco, “é preciso examinar aquilo que favorece a comunhão e promove o bem e aquilo que, ao invés, tende a isolar, dividir e contrapor”. E continua:

“Por isso, a verdade não se alcança autenticamente quando é imposta como algo de extrínseco e impessoal”. Com efeito, “o melhor antídoto conta as falsidades não são as estratégias, mas as pessoas”, conclui o pontífice.

### **Jornalismo de paz**

Na mesma mensagem para o Dia Mundial das Comunicações de 2018, o Papa Francisco, ao contrapor a difusão das *fake news*, conclama os profissionais de imprensa e a todos que fazem uso da comunicação social a serem jornalistas (entenda-se comunicadores num sentido mais amplo) de paz: “o jornalista, guardião das notícias [...] tem o dever de lembrar que, no centro da notícia, não estão a velocidade em comunicar-se nem o impacto sobre a audiência, mas as pessoas”, o que reforça, mais uma vez, o paradigma da cultura do encontro. Francisco apresenta um breve perfil desse tipo de jornalista para quem o jornalismo é “feito por pessoas e para pessoas, especialmente aquelas — e no mundo, são a maioria — que não têm voz”. Pelas pessoas, o jornalista de paz busca uma compreensão das raízes dos fatos e se empenha em indicar soluções alternativas à violência verbal.

### **Considerações Finais**

Ao concluir este capítulo, queremos apenas ratificar sua proposta inicial: a de produzir uma leitura crítica e cuidadosa das mensagens do Papa Francisco para o Dia Mundial das Comunicações no período de 2014 a 2018. É uma leitura de reconhecimento das posições do pontífice a respeito de temas da comunicação da atualidade, avaliados à luz da perspectiva ética que é própria do Evangelho e da doutrina da Igreja Católica. Para além disso, quisemos apresentar o que chamamos de orientação à reflexão e à prática comunicacional feitas por Francisco segundo essa mesma perspectiva ao apresentar categorias de pensamento claramente reconhecíveis nas mensagens do papa. Acreditamos, pois, que esses objetivos centrais foram cumpridos.

Naturalmente, esse exercício de produção intelectual é apenas uma primeira contribuição para que novas reflexões sejam feitas a respeito do pensamento do líder maior da Igreja Católica, bem como sirvam de parâmetro para avaliar práticas reais e concretas de comunicação produzidas tanto no seio da comunidade eclesial quanto em termos da sociedade como um todo. O confronto do discurso com a prática e, particularmente, o reconhecimento do sucesso ou do fracasso da aplicação desse pensamento do papa para a prática comunicacional é um exercício a ser feito continuamente e que pode servir de luz, inspiração e instrumento de crítica para uma comunicação que seja, de fato, voltada para a pessoa e para a construção de relações fundamentadas na verdade e na paz.

Por fim, a universalidade de mensagem do papa — a despeito do fato de ele representar uma determinada instituição dentro de um segmento religioso mais amplo — justifica, como afirmamos anteriormente, o olhar dos comunicadores em geral (profissionais ou não) sobre essa orientação ética proposta por Francisco. De fato, a discussão ética sobre a prática comunicacional é uma necessidade sempre recorrente, uma vez que o produto desse tipo de atividade tem uma incidência indiscutivelmente importante sobre as pessoas, suas ideias e comportamentos. Atualizar, pois, essa reflexão à luz de valores que — à parte sua dimensão religiosa e/ou espiritual — dizem respeito à existência humana é um imperativo a ser seguido por todas as pessoas, quer sejam comunicadores, quer sejam cidadãos em geral.

## REFERÊNCIAS

ANTES de tecnologizar o homem, humanizar a técnica, diz Papa na Academia para a Vida. Papa Francisco, 2019. Disponível em: <https://www.gaudiumpress.org/content/101560-Antes-de-tecnologizar-o-homem--humanizar-a-tecnica--diz-Papa-na-Academia-para-a-Vida>. Acesso em: 4 mar. 2019.

BÍBLIA. Português. **Nova Bíblia Pastoral**. São Paulo: Editora Paulus, (8ª impressão), 2015.

*COMMUNIO ET PROGRESSIO* 1975. In: DARIVA, Noemi (org.) **Comunicação Social na Igreja**. *Inter Mirifica* 40 anos — 1963-2003. São Paulo: Paulinas, 2003.



CONCÍLIO VATICANO II. **Constituição Pastoral *Gaudium et Spes***. São Paulo: Paulus, 1997. (Coleção Documentos da Igreja).

DECRETO Conciliar *Inter Mirifica*. São Paulo: Paulus, 1997 (Coleção Documentos da Igreja).

DARIVA, Noemi (org.) **Comunicação Social na Igreja**. *Inter Mirifica* 40 anos — 1963-2003. São Paulo: Paulinas, 2003.

FRANCISCO. *Evangelii Gaudium*, doc.198. São Paulo: Paulinas, 2013.

FRANCISCO. **Carta Encíclica *Laudato Sí***, doc. 201. São Paulo: Paulinas, 2015.

FRANCISCO. **Dia Mundial das Comunicações** - 2014 - “Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro”. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20140124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html). Acesso em: 15 dez. 2018.

FRANCISCO. **Dia Mundial das Comunicações** - 2015 - “Comunicar a família: ambiente privilegiado do encontro na gratuidade do amor”. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20140124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html). Acesso em: 15 dez. 2018.

FRANCISCO. **Dia Mundial das Comunicações** - 2016 - “Comunicação e Misericórdia: um encontro fecundo”. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20140124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html). Acesso em: 15 dez. 2018.

FRANCISCO. **Dia Mundial das Comunicações** - 2017 - “Comunicar esperança e confiança, no nosso tempo”. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20140124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html). Acesso em: 15 dez. 2018.

FRANCISCO. **Dia Mundial das Comunicações** - 2018 - “*Fake news* e jornalismo de paz”. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20140124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html). Acesso em: 15 dez. 2018.

PAULO VI. *Evangelii Nuntiandi*. São Paulo: Paulinas, 2006.

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



# O TARÔ COMO LINGUAGEM IMAGÉTICA E REPRESENTAÇÃO SIMBÓLICA

*Kelma Mazziero*

## **Um jogo que se tornou oráculo**

Com o intuito de contextualizar o Tarô na contemporaneidade se faz necessária à desmistificação de suas finalidades, a partir de um breve esclarecimento sobre sua origem, seu papel desde o surgimento e as utilizações que lhe foram atribuídas ao longo dos séculos.

O Tarô é um baralho composto por 78 cartas, divididas em dois grupos, conhecidas como arcanos maiores e arcanos menores (incluindo nos arcanos menores as cartas da corte). O termo arcano deriva do latim *arcanum*, que, traduzido para a língua portuguesa, significa “segredo”. Seu surgimento se deu ao norte da Itália, ainda não unificada no século 14, como um jogo com finalidade lúdica. Os jogos de azar tiveram um desenvolvimento significativo desde os tempos medievais, eram passatempo comum especialmente na Europa, tanto que o poder público preferiu adotar a atitude fiscal à atitude penal em relação ao assunto.

O número de cartas que compõem o tarô, suas denominações e interdependência, bem como a sequência numérica, se formaram ao longo do tempo, mas suas ilustrações feitas por artesãos claramente remetiam aos Trunfos (do italiano *Trionfi*), permitindo não apenas o uso lúdico como também o uso apreciativo. Segundo Naiff (2012, p. 275), as cartas dos triunfos eram semelhantes a registros fotográficos, “eram imagens da sociedade europeia com seus símbolos culturais, classes sociais, vestimentas e ornamentos”.

Desse modo, o aparecimento do Tarô não se deu em berço religioso ou espiritual especificamente para a finalidade oracular, mas sim, nas mesas de jogo da sociedade mais abastada que encomendava o baralho com artesãos, especialistas em confeccionar baralhos de tarô, para jogá-las ou apreciá-las.

## Imagens que contam histórias

A função divinatória nas cartas do Tarô foi cogitada somente quatro séculos após o seu surgimento, quando sua configuração se encontrava mais definida e o baralho propriamente dito já fazia parte do contexto lúdico europeu há bastante tempo. Uma vez que o Tarô não fora criado especificamente para a finalidade oracular e ao longo dos séculos acabou por abarcar essa utilização, é partindo dessa distinção histórica que se torna possível uma análise criteriosa do papel que esse baralho desempenha no cenário contemporâneo.

Como mencionado anteriormente, não se trata de um conjunto de cartas criado estritamente para o uso divinatório, bem como seu manuseio não confere aos intérpretes de suas imagens poderes sobrenaturais. Por consequência, o Tarô não oferece respostas premonitórias decorrentes de um estado alterado de consciência, formato através do qual a maioria dos oráculos ficou conhecida. O uso do Tarô associado à vidência (ou à premonição) pode ser um equívoco interpretativo, a partir do momento em que este baralho contém linguagem simbólica, não uma conexão sobrenatural. “As figuras nos Trunfos do Tarô contam uma história simbólica” (NICHOLS, 2000, p. 23).

Este entendimento permite que se distinga o Tarô da maioria dos oráculos conhecidos até então, uma vez que apresentam linguagens e funções diferenciadas, e é por isso que se faz também fundamental dissociar o ato de prever do ato de analisar, bem como discernir a prática premonitória da prática interpretativa, ainda que algumas percepções possam ser bastante reveladoras.

Outra distinção requer atenção no que se refere ao termo “divinação”, que se perde quando amalgamado à adivinhação, dispersando assim da ação de divinizar (tornar divino) e atrelando-se à prática do adivinhar (especular). A aura mística através da qual o tarô é popularmente conhecido dificulta a compreensão do seu papel simbólico, fomentando a distorção dessa finalidade e atrelando a leitura das cartas a capacidades preditivas, uma vez que a prática oracular popularmente conhecida que se dá através da vidência, conta com

alguém que seria em si o oráculo, não carecendo de qualquer ferramenta para exercer o papel divinatório.

Como exemplo vale citar a prática da psicografia, na qual o intérprete percebe auditivamente as mensagens e as transcreve diretamente para o papel, ou mesmo a figura do vidente que preconiza o futuro utilizando sua capacidade sensorial, não dependendo de qualquer veículo para realizar tal prática.

Por outro lado, o uso de uma ferramenta permite que o oráculo não esteja no especialista mesmo, mas sim, na representação oracular a ser interpretada. Logo, na interpretação das cartas, a imagem se torna a via e quem a interpreta executa tal função racionalmente, fazendo do Tarô um mediador entre quem busca respostas e aquele que interpreta a linguagem contida em suas imagens. Esse deslocamento representativo estabelece uma prática conhecida como leitura oracular — ou divinatória — na qual o especialista traduz a linguagem da ferramenta em questão para aquele que busca sentido e entendimento através dessa possibilidade.

A resposta não está, portanto, no especialista, e sim, no instrumento utilizado a ser decodificado. Trata-se de uma ação interpretativa da simbologia contida nas imagens. “Como as pinturas, os Trunfos são os chamados detentores da projeção, o que quer dizer simplesmente que são os ganchos para apresar a imaginação” (NICHOLS, 2000, p. 26). A imagem é via de expressão, podendo se apresentar como linguagem, oferecendo um espaço para a conexão entre consulente e a representação simbólica disposta nas cartas.

Assim, o Tarô não nasceu como divinação, mas pode cumprir essa função, desde que seja entendido como linguagem imagética que contém representações simbólicas, passível de interpretações e associações, e não classificado como instrumento “mágico” que habilita quem o manipula a fazer profecias.

Apesar da pluralidade que as imagens do Tarô permitem em sua utilização, mencionadas anteriormente, o papel mais conhecido desse baralho na contemporaneidade é justamente o oracular, ou seja, seu principal papel está na possibilidade de representar através

dessas imagens as narrativas pessoais, que se configuram conforme a metodologia utilizada pelo especialista que as interpreta.

Esse uso divinatório lança mão da expressão pictórica que, através de alegorias e símbolos, instiga a percepção simbólica dos elementos ilustrados que compõem essas narrativas pessoais. E, ainda que não tenha sido criado para esse fim e não se encerre nessa atividade, o Tarô ganhou mais atenção ao redor do mundo por conta dessa atuação, uma vez que o contato com o simbólico disponível nas cartas proporciona o acesso à imaginação, conectando o indivíduo à sua singularidade e à possibilidade de elaborar suas próprias questões, independente de nacionalidade, cultura ou localização geográfica. Logo, a popularidade do Tarô está em sua possibilidade simbólica, não apenas em sua ludicidade.

### **A arte divinatória como ponte para o extraordinário**

A demanda por consultas oraculares (a busca por respostas através de um oráculo) faz parte da história da humanidade e está registrada desde os relatos das leituras realizadas em vísceras de animais até a bibliomancia<sup>1</sup>, ainda praticada atualmente. De acordo com Campbell (2004), o interesse pela adivinhação já tinha registro na Dinastia Shang (época feudal chinesa de 1500 a 500 A.C) com inscrições em ossos, interesse descrito pelo autor como uma “sondagem da vontade do céu através de presságios”. A referida sondagem se dava com ossos oraculares, num método de adivinhação “escapular”, descrito a seguir:

Os ossos oraculares eram empregados como um método de adivinhação “escapular”. O método consistia em aquecer as omoplatas de mamíferos ou os cascos de tartaruga com carvão em brasa ou com um atizador de bronze incandescente. A resposta dos deuses era indicada pelo tamanho ou direção das rachaduras produzidas [...] as perguntas foram classificadas e entre as mais importantes estavam: a) a que espíritos se deveriam fazer certos sacrifícios; b)

---

1 “Prática que procura por respostas para questões pessoais, mas que já foi usada para tentar compreender o significado da vida e da realidade, lendo passagens aleatórias em qualquer livro, principalmente na Bíblia, no I Ching e em dicionários”. COUTO, Sérgio Pereira. **Grandes Mistérios da História**. São Paulo: Gutenberg, 2015. p. 07.

instruções de viagens, onde parar e por quanto tempo; c) caça e pesca; d) a colheita; e) condições climáticas; f) doença e recuperação, etc. (CAMPBELL, 2004, p. 315).

Assim, o acesso ao transcendente que utiliza como ponte um oráculo, a partir de uma ferramenta que permita esse acesso, se infiltrou no cotidiano sendo marcado na memória como arte divinatória ou como uma resposta sagrada às questões profanas.

É notória a diferença entre o oráculo propriamente dito e o Tarô usado enquanto finalidade oracular, já que o primeiro é criado para a divinação, o segundo não. A sondagem dos presságios citada por Campbell, em métodos unicamente divinatórios (como a geomancia, a quiromancia, e a própria escapulomancia)<sup>2</sup>, visa obter resposta dos deuses ou desvendar a vontade do céu.

Nesse processo fundamentalmente divinatório há o método, que pode ser o tamanho ou as direções das rachaduras nos ossos na leitura escapular, assim como a posição ou tamanho das linhas da mão na quiromancia, também o posicionamento de pontos e figuras da geomancia; todos utilizados para que se obtenha uma resposta divina (uma força sobrenatural que se manifestaria através do método).

Um sistema oracular conta, portanto, com uma via, aqui denominada ferramenta (terra, ossos, mãos, cartas), que é utilizada num método (posições ou figuras simbolicamente posicionadas) para que o intérprete realize a atividade (ou leitura) e traduza as perguntas trazidas para a consulta. Analisando-se o Tarô nesse recorte, é possível notar que em sua finalidade oracular também há a via/ferramenta (as cartas), o método para a obtenção de esclarecimento (jogos e tiragens para determinados fins) e o especialista que realiza a interpretação. Entretanto, a diferença está

---

2 A mancia, sufixo de radical grego, significa a arte divinatória ligada a um método específico, como por exemplo, a geomancia (arte divinatória com o uso de pedras e/ou terra), quiromancia (arte divinatória que analisa as linhas e sinais das mãos), a escapulomancia (arte divinatória que se utiliza de ossos para interpretação de presságios). Alessandro Palazzo, em seu estudo *News perspectives on Geomancy introductory Remarks*, pesquisa as artes divinatórias especialmente na Idade Média, destacando a geomancia, além da quiromancia, escapulomancia e outras formas de divinação existentes. Disponível em: [https://www.academia.edu/36611967/New\\_Perspectives\\_on\\_Geomancy\\_Introductory\\_Remarks](https://www.academia.edu/36611967/New_Perspectives_on_Geomancy_Introductory_Remarks). Acesso em: 18 jun. 2019.

na ferramenta propriamente dita que, por si só, carrega em suas imagens a possibilidade de acesso direto a simbólico, não carecendo de poderes especiais para tal prática, tampouco requerendo acesso ao mundo espiritual para a obtenção das “respostas”.

Ou seja, no Tarô oracular o entendimento acontece na interpretação simbólica, que se dá a partir da imagem da carta, não acontecendo (nem vindo de) fora do oráculo, mas estando justamente nele. Logo, as respostas estão nas imagens, elas mesmas.

Mesmo assim, ainda que cada sistema oracular tenha sua peculiaridade, carregando origem própria e se distinguindo uns dos outros, a maneira como são usados, sistematizados e solicitados, envolve o mesmo processo, sendo usualmente requisitados pela igual necessidade de obter esclarecimento. Na resposta oracular o indivíduo busca, simultaneamente, a neutralidade da ferramenta para assuntos que lhe são importantes além de buscar o contato com o transcendente, na intenção de elaborar da melhor forma possível a realidade humana (aqui a referência ao transcendente é enquanto fenômeno que permite superar e ir além do conteúdo mundano característico dos dilemas individuais). Dar sentido às experiências da vida é uma maneira de olhar para si e valorizar (reverenciar) a própria existência.

### **O lúdico e o divinatório das imagens**

A linguagem pictórica das cartas permitiu o atravessar dos séculos mantendo a capacidade adaptativa em suas representações. O Tarô, por retratar imageticamente os elementos conhecidos da realidade humana, se tornou objeto passível de investigação e, através de sua sequência simbólica expressa, do começo ao fim, um processo narrativo aberto a diferentes configurações. Isso se dá porque a imagem é parte do ser humano, tanto a imagem passível de observação quanto a imagem que apreende características. Segundo Cunha (2013, p. 54): “Os seres humanos vivem de imagem, vivem de imaginação socialmente construída, o que forma e reforma suas



crenças, sua linguagem, suas organizações, suas leis, suas atitudes frente às demandas da vida e do outro”.

Logo, as imagens que permitem representar a construção humana retratam uma realidade, permitindo assim que se desenvolva o processo de identificação com quem as observa. Partindo dessa reflexão, é possível entender o Tarô como o conjunto de imagens que expressa, simbolicamente, os temas que envolvem a realidade do ser humano numa perspectiva cotidiana dando a ela um sentido existencial. São imagens ilustradas que constroem outras imagens de conteúdo ainda mais valoroso. A imagem de uma carta pode se conectar à imagem que se tenha de um sentimento, pessoa, situação ou questão representando, associando, significando e até contextualizando. É, assim, passível de criar conexão.

Para além das alegorias, os símbolos do Tarô estimulam a reflexão, ampliando a conversão de sua observação em narrativas várias. O cetro, o cajado, o sol, a lua, dentre outros símbolos impressos em suas lâminas, concedem a relação do observador com a própria imaginação criativa. São representações que abrem para a construção de associações e expandem o entendimento daquilo que se avalia. Alguns arcanos, inclusive, simbolizam questões atemporais que envolvem a problemática mundana, que não está apenas figurada no Tarô como também em várias formas de arte, demonstrando a seguir nas imagens.

**Figura 1 - A carta VIII da Justiça, que apresenta a imagem das definições e do equilíbrio**



Fonte: Tarot Claude Burdel, 1751, acervo da autora

**Figura 2 - A carta XIV da Temperança, simbolizando a ponderação, o comedimento e a ação do tempo**



Fonte: Tarot Claude Burdel, 1751, acervo xda autora

Em ambas as cartas apresentadas acima constam símbolos e alegorias que remetem a valores interligados a questões individuais e sociais, transmitidos nas próprias ilustrações. São questões que foram também apresentadas nos Trunfos, retratados das mais diversas maneiras desde o período do Renascimento, refletindo valores relevantes que ultrapassaram a época em que foram produzidos.

Um registro importante que ilustra essa temática, bastante recorrente, do artista italiano *Giotto di Bondone* (durante o Renascimento) mostra a representação das mesmas questões simbolizadas nos afrescos da Justiça e da Temperança, como parte da obra “As virtudes e os Vícios”, expostos na *Capella degli Scrovegni* de Pádua, produzidos na Itália do início do século 14 (vale observar que foi o mesmo século do surgimento do Tarô).

**Figura 3 - Afresco da Justiça, pintada como uma das Virtudes**



Fonte: Wikipédia (Giotto)<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/As\\_Virtudes\\_e\\_os\\_V%C3%ADcios\\_\(Giotto\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/As_Virtudes_e_os_V%C3%ADcios_(Giotto)). Acesso em: 27 mar. 2019

Figura 4 - Afresco da Temperança, pintado como uma das Virtudes



Fonte: Wikipédia (Giotto)<sup>4</sup>

Referências essas, que são também encontradas, mais tarde, na pintura do século 17, como a representação da Temperança na arte de Johannes Vermeer, pintor holandês, em uma de suas obras: “*The girl with the wine glass*” (vitral retratado em mais de uma das obras do artista) a seguir:

---

<sup>4</sup> Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/As\\_Virtudes\\_e\\_os\\_V%C3%ADcios\\_\(Giotto\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/As_Virtudes_e_os_V%C3%ADcios_(Giotto)). Acesso em: 27 mar. 2019

**Figura 5 - Obra de Johannes Vermeer com figura da Temperança presente no vitral da janela, anunciando a necessidade de ponderação e comedimento**



Fonte: Johannes Vermeer.org<sup>5</sup>

Como exposto anteriormente, são alegorias registradas em diferentes épocas, que não perderam sua representação simbólica por expressarem valores importantes, tanto individual quanto coletivamente. Valores norteadores que mantêm relevância, pois vêm sendo debatidos e ressignificados ao longo do tempo, além de inspirarem grandes obras escritas, como o texto com a análise das Virtudes, escrito por São Tomás de Aquino.

São figuras que ilustram os desafios e conquistas imateriais que compõem a vida, seus questionamentos e sentidos, simbolizados no Tarô desde a representação da irreverência na figura do bobo da corte (arcano do Louco) até a representação da completude do ciclo da vida (no arcano do Mundo). Elementos simbólicos que permitem

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.johannesvermeer.org/the-girl-with-the-wine-glass.jsp>. Acesso em: 27 mar. 2019.

a expansão dos limites da realidade cotidiana e abrem para que seja possível encontrar sentido naquilo que se vivencia.

O estranhamento que envolve o ser humano mediante sua finitude o leva a encontrar no símbolo um profundo universo de sentidos. Anaz *et al.* (2014), seguindo a perspectiva de Gilbert Durand, depreende que:

[...] frente à angustiante consciência da morte e do devir, o homem adota atitudes imaginativas que buscam negar e superar esse destino inevitável ou transformar e inverter seus significados para algo reconfortante. Essas atitudes imaginativas resultam na percepção, produção e reprodução de símbolos, imagens, mitos e arquétipos pelo ser humano. Esse conjunto de elementos simbólicos formaria o imaginário, cuja principal função seria levar o homem a um equilíbrio biopsicossocial diante da percepção da temporalidade e, conseqüentemente, da finitude (ANAZ *et al.*, 2014, p. 6).

É nessa possibilidade simbólica do Tarô que se encontra permissão para seu uso oracular, fazendo com que o sentido das imagens tenha superado distintos períodos, podendo ir além da diversão ou da arte. Também, mantendo viva a prática divinatória como forma de significar as dificuldades mediante a vida. Esta ação, inclusive, pode ter aberto o caminho para a sobrevivência do Tarô frente ao surgimento do movimento racionalista, período que autorizou a expansão da iconoclastia no ocidente. Isto foi detectado, por Gilbert Durand (1993), como um elemento que colaborou indiretamente com a inserção das cartas num contexto supersticioso e estereotipando até mesmo seu papel cultural. É notório que, com o fortalecimento do racionalismo, a linguagem imagética tenha sofrido proporcionalmente um enfraquecimento:

Este iconoclasmo radical não se desenvolveu sem graves repercussões na imagem artística pintada ou esculpida. O papel cultural da imagem pintada é minimizado ao extremo num universo em que o poder pragmático do signo triunfa diariamente” (DURAND, 1993, p. 23).

Nessa descrição é possível contextualizar o momento em que o símbolo perdeu parte de sua força para testemunhar o “empurrão”

que a expressão imagética sofreu, ao ser designada como algo disfuncional, passível de erro e, conseqüentemente, menos valiosa. Durand afirma, em seguida: “O artista, como ícone, deixa de ter lugar numa sociedade que eliminou pouco a pouco a função essencial da imagem simbólica” (DURAND, 1993, p. 23).

Não é difícil compreender o lugar do artista e o lugar do “oraculista”, por conseqüência, a partir da marginalidade que ocupou sua obra ou sua função enquanto intérpretes do simbólico. Interessante notar que, historicamente, ocorreu uma reviravolta no papel do simbólico que anteriormente era valorizado, contudo, posteriormente enfrentou perceptível redução em sua significação.

“Na seqüência das vastas e ambiciosas alegorias do Renascimento, vemos também a arte dos séculos XVII e XVIII ser minimizada em puro divertimento, em puro ornamento” (DURAND, 1993, p. 23). Segundo seu entendimento, a arte nesse período já não procurava “evocar”, traduzindo um estímulo ao entretenimento em que o sentido do profundo pode ter sido gradativamente descaracterizado ou esvaziado.

Ainda que haja um olhar supersticioso e incrédulo — até polêmico — para o papel divinatório do Tarô, vale frisar que é justamente a possibilidade simbólica reveladora de suas imagens que o trouxe à contemporaneidade e que ofereceu resistência à incredulidade decorrente da desvalorização pictórica. Não apenas pela resiliência do simbólico, mas especialmente porque através desse simbólico o indivíduo pôde encontrar ilustrações de sua realidade, numa oportunidade de representar a própria existência ou (res)significar seus dilemas cotidianos.

Vale lembrar que essa mesma função (controversa) divinatória sustenta o reconhecimento do Tarô no Brasil, onde se desconhece a prática lúdica e os jogos de azar com essas cartas. Prática lúdica, aliás, que ainda resiste na França atual e se mantém nas competições frequentes realizadas pela *Fédération Française de Tarot*.

Nos países onde o Tarô surgiu há mais tempo é sabida a distinção entre as cartas divinatórias de Tarô e as cartas lúdicas de Tarô, tendo se desenvolvido, aliás, baralhos diversos com o passar do tempo para práticas diferenciadas e que ainda hoje são jogados como diversão:

Na última década do século XIX começam a ser usados termos até então inexistentes: *tarô iniciático, tarô esotérico, tarô cabalístico, tarô egípcio, tarô astrológico, tarô numerológico e tarô adivinhatório*, dando-se referenciais ao que se estava estudando nos trunfos que doravante passam a denominarem-se 78 arcanos — 22 arcanos maiores, 56 arcanos menores [...]. Fato indiscutível, a partir de então: os esotéricos tratam as cartas do tarô como *arcano*; e aqueles que ainda as utilizam de forma lúdica nomeiam-nas de *trunfos* ou *atouts* (NAIFF, 2012, p. 344).

Em contrapartida, nos países onde o Tarô surgiu posteriormente (caso do Brasil, onde as cartas surgiram no século 20) o que o tornou conhecido e difundido, foi especialmente sua possibilidade divinatória.

Encontrar sentido, investigar possibilidades, expandir entendimento através das imagens para acessar no símbolo o transcendente, são algumas das características que mantêm a prática oracular com o Tarô viva e ativa até hoje e que, provavelmente, o levará a tempos vindouros.

Assim, na contemporaneidade o Tarô se apresenta multifacetado, permitindo pluralidade na abordagem, oferecendo distintas utilizações, mas ainda se destacando mais nesse cenário em função do uso oracular. Tanto como jogo em alguns países da Europa, quanto como expressão artística ou arte divinatória no Brasil e nos EUA, onde houver a presença do baralho certamente haverá espaço — para além de sua proposta lúdica e artística — à alternativa da função divinatória. Ainda que se trate de uma compreensão humana, pois a interpretação se dá no indivíduo, é da esfera do transcendente o entendimento e o olhar que apreende as representações simbólicas.

O Tarô, enquanto mediador em seu papel oracular, amplia o sentido das experiências pessoais e multiplica significados que servem como um combustível para a elaboração da vida cotidiana através das escolhas inerentes ao ser humano. O simbolismo presente nas imagens favorece a travessia temporal delas. “A virtude essencial do símbolo é assegurar no seio do mistério pessoal a própria presença da transcendência” (DURAND, 1993, p. 30).



## Indivíduo *versus* destino

Na atual “febre do estilo de vida empreendedor” como garantia de sucesso, a arte divinatória ainda pode ter o seu papel marginal eventualmente reforçado. Isto se dá visto que as frases de efeito (e de ordem), diariamente presentes nas mídias sociais, somadas ao estímulo incessante na busca da perfeição, motivam a ilusão de poder e criam força antagônica à subjetividade, conseqüentemente rejeitando a via reveladora e inspiradora que o símbolo pode propiciar. Haja vista que, em tempos de incentivo ao pensamento binário, as sutilezas do símbolo oferecem provocações bastante interessantes se infiltrando nas fórmulas prontas e relativizando os conceitos que garantem a “infalível” realização pessoal.

No contexto intenso do empreendedorismo a qualquer custo e da customização do sentido espiritual, o grande inimigo do indivíduo é aquilo que ele não controla ou não domina. Nesse sentido, o entendimento do acaso (ou destino) passa a ser ignorado para que o culto à autossuficiência endosse a expectativa de que tudo aquilo que se deseja, deve (e pode) ser conquistado. O conceito de fortuna, enquanto sinônimo do inesperado, se torna obsoleto nesse cenário, facilitando o empobrecimento de uma experiência simbólica já abalada pelo iconoclasmo ocidental destacado por Durand (1993, p. 33) “porque a atitude dogmática implica uma recusa categórica do ícone como abertura espiritual por uma sensibilidade, uma epifania de comunhão individual”. Juntando-se a esse cenário o pensamento empreendedor incansável que não tolera a diversidade e, acima de tudo, ignora o inexplicável.

É nesse quadro distorcido contemporâneo que o Tarô é confrontado, como uma prática supersticiosa vinculada a contextos religiosos ou até como um caminho de enganação que carrega em si um signo de marcação que denuncia como ilegítima (e inválida) a prática da leitura oracular. Ao se ignorar a linguagem imagética e, conseqüentemente, a representação simbólica, o indivíduo categoriza a arte divinatória como possibilidade determinista e, por esse motivo, falaciosa. Contudo, como já disposto anteriormente, o Tarô não

capacita videntes, tampouco define o futuro, requerendo assim esforço interpretativo para não perder seu valor simbólico mediante contestações recorrentes e distorcidas pela ótica supersticiosa.

Deixando de lado o rótulo obscuro do determinismo, incompreendido e capcioso numa ansiosa contemporaneidade, o Tarô se trata muito mais de disponibilizar elementos simbólicos através de suas imagens, do que de estabelecer um sentido fatalista em seus significados. Não há o que acreditar ou desacreditar num baralho, as cartas são especificamente referências pictóricas da realidade do ser humano e, conseqüentemente, expressam questões que envolvem esse mesmo humano, descartando a necessidade da fé ou de qualquer tipo de espiritualidade ritualística a si atreladas.

O que define a funcionalidade do Tarô é que sua linguagem é passível de ser aprendida, apreendida e interpretada, não requerendo um talento especial para acessar segredos divinos ou ouvir aos deuses, apenas demandando um entendimento da complexidade e da subjetividade que compõem seus símbolos. Ainda que se denomine também como arte divinatória, o Tarô é uma ferramenta humana, que permite interpretação igualmente humana e por isso, não exige qualquer vínculo de mistificação para oferecer significações e sentidos.

Cabe aqui somar ao contexto supersticioso em que a arte divinatória se encontra atualmente, a importância das mídias na espetacularização da espiritualidade contemporânea, bem como a própria conduta profissional do “oraculista” que, por vezes, corrobora para que a aparência da arte divinatória se mostre como possibilidade caricata e enfraquecida enquanto prática simbólica:

Assim, a sacralidade abandona seu cunho íntimo e ganha ares de espetáculo, com depoimentos sobre os milagres realizados pelo cartomante/vidente que resolveu problemas com simpatias e feitiços. A sedução pelo feitiço, ou *fetich*e, atrai mais compradores e reforça o cultivo ao consumir — ou destruir — aquilo que se apresenta como sobrenatural. Afasta o extraordinário em troca do poder de adquirir onipotência sobre aquilo que não se explica. Expor a sacralidade é dissociá-la de sua função conectiva, é inviabilizar o *religare*, é apagar seu cunho inexplicável e, por isso mesmo, desvelar aquilo que tem por finalidade manter-se original em essência (SOUZA, 2017, p. 7).

O que merece destaque e atenção no contexto divinatório contemporâneo, por conseguinte, é a importância da representação do símbolo, que é capaz de superar a incredulidade e a superstição, por dialogar diretamente com a singularidade daquele que busca outro tipo de linguagem como via de reflexão.

Imprescindível ressaltar aqui a necessidade do cuidado ao se entender a referência à singularidade como um espaço de ser único no mundo, e não uma ideia de singularidade construída para ser vendida (ou consumida) como mercadoria que aliena propositalmente o indivíduo do coletivo. Ao contrário, é nessa singularidade que o ser humano encontra o direito inalienável à própria identidade, identidade que requer espaço para se compor e se integrar ao mundo, que não se apresenta como um ambiente unificado ou uniformizado onde todos precisem carregar teorias e visões idênticas da realidade que experimentam, tanto cotidiana quanto subjetivamente.

A identidade que acolhe a própria singularidade pode (con)viver num mundo que comporta outras tantas identidades singulares. É a possibilidade de reencontro com a via do sensível que reconfigura a apatia do pensamento polarizado, disponibilizando o símbolo como fonte criativa:

O pensamento doente é um pensamento que perdeu o poder de analogia e no qual os símbolos se desfazem, se *esvaziam* de sentido. O homem pensante e a saúde mental definem-se, portanto, em termos de cultura, e o *homo sapiens* é, afinal, um *animal symbolicum*. As coisas só existem pela figura que o pensamento objetificante lhes dá, são eminentemente símbolos dado que só se aguentam na coerência da percepção, da concepção, do juízo ou do raciocínio, pelo sentido que os impregna (DURAND, 1993, p. 55).

O distanciamento da identificação própria ao simbólico enfraquece a capacidade associativa, rejeita a falibilidade humana e motiva o pensamento binário, citado anteriormente, bastante recorrente (e preocupante) na contemporaneidade. Estar distante da capacidade simbólica é estar distante dos sentidos que transcendem as limitações inerentes ao indivíduo, reforçando polarizações, estereótipos e encarcerando a capacidade imaginativa.

## A caminho da desmistificação

A contemporaneidade tem condições de abarcar um Tarô menos mistificado, no qual o simbólico tenha espaço de valor sem ser deslegitimado. Com isso, permitir a conversão do uso espetacularizado do Tarô para uma possibilidade conectiva, uma vez que a abordagem profética vem sendo rechaçada nos últimos séculos e mantida pela mesma sociedade que cultua o poder humano como o centro de suas realizações.

Tais processos de transformação, que colocam em xeque práticas e conceitos anteriores aos contemporâneos, são característicos à humanidade e provocam questionamentos necessários em certa medida. Nesse sentido, a racionalidade precisou ganhar terreno para capacitar o indivíduo em relação ao próprio pensamento, mas permitiu também o cultivo das radicalizações que culminaram num certo desligamento do simbólico, tornando consequência inevitável o esvaziamento do sentido transcendente. Por essa razão, se faz necessário (e possível) um reequilíbrio entre o valor do pensar e a relevância do simbolizar, sem que sejam funções excludentes ou reciprocamente ameaçadoras. “Mais do que nunca, nós sentimos que uma ciência sem consciência, isto é, sem afirmação mítica de uma Esperança, marcaria o declínio definitivo das nossas civilizações” (DURAND, 1993, p. 109). É significativa e necessária a ação que refuta o apagamento do simbólico e que recusa a perda do sentido transcendente, pois é na falta desse simbólico que o ser humano se defronta com o desequilíbrio da desesperança, na ausência de condições para um encontro com as próprias subjetividades.

Apesar de vivenciar processos de incredulidade e mistificações, o Tarô não apenas ultrapassou tais fases como se amolda à abordagem de época, qualquer que seja ela. Surgido à beira do Renascimento, o mesmo Tarô cumpre função lúdica, artística e divinatória, acolhendo essas transformações e, graças ao seu simbolismo, atravessou mentalidades e se infiltrou nas mais diversas sociedades. Riley (1995, p. 01) define essa potencialidade do tarô ao afirmar que se trata de uma coleção de símbolos que “atravessa

todos os limites culturais, temporais e de espaço”<sup>6</sup>, se mantendo vivo no inconsciente coletivo.

A função oracular que, na modernidade tinha a finalidade de antecipar o futuro, na contemporaneidade se adapta mais uma vez e abre espaço como ferramenta de “autocompreensão”, justamente pela potencialidade simbólica contida na linguagem imagética. Essa distinção temporal pode mudar o foco de interesse pela leitura divinatória, mas não muda o que o Tarô oferece enquanto reflexão ou interpretação oracular. A função da imagem ganhou novas proporções nos últimos séculos, afinal, o valor da racionalidade também alcançou um novo patamar. Uma linha importante foi traçada, segundo Melo, no que se refere à mudança no imaginário, que pode redefinir elementos importantes na contemporaneidade:

No período moderno o imaginário se baseava na razão e no progresso. Um imaginário profético baseado na crença e na moral. Na pós modernidade a imagem não é mais associada a filosofia profética, a projeção assegurada do futuro já não funciona mais. Na pós modernidade as imagens do presente são acentuadas, ocorre a abolição das distâncias objetivas e emerge uma nova relação com o tempo e o espaço, de simultaneidade. As relações entre as pessoas se transformam (MELO, 2015, p. 03).

Assim como a mentalidade caminhou em transformação, as relações humanas também foram transformadas e, com isso, o papel das imagens (sejam elas explícitas ou implícitas) não se manteve exatamente o mesmo. A despeito dessas transformações, o simbólico que apreende tantas significações pode (e deve) sobreviver, ainda que a expressão da imagem seja modificada e ainda que sua finalidade seja, por vezes, contestada. Durand afirma que: “Todo o simbolismo é, pois, uma espécie de gnose, isto é, um processo de mediação por meio de um conhecimento concreto e experimental” (1993, p. 31); desse modo, a função da imagem simbólica não se esgota, justamente por não ser um fim em si, mas um meio.

---

<sup>6</sup> No original: “It is a collection of symbols that crosses all boundaries of culture, time, and space [...]”.

## Conclusão

O Tarô contemporâneo carrega sua ancestralidade lúdica, mantém sua potencialidade artística e reúne ambos os elementos para cumprir papel oracular, abrindo espaço para que a linguagem das imagens apresente um conteúdo simbólico bastante representativo. A leitura divinatória conta com elementos instigantes que resistem há séculos, representados através da escolha aleatória das cartas (o lúdico), da criatividade de suas imagens (disposta em milhares de tipos de baralhos) e principalmente da interpretação dessas imagens que atribuem sentido à leitura (na atividade do “oraculista”), unindo muitas funcionalidades em uma só experiência.

A prática divinatória com as cartas do Tarô é intransferível, apresentando alegorias que atuarão nos registros de quem as observa, “evocando”, tornando a experiência não apenas singular como fenomenológica, por permitir que uma mesma imagem tenha diferentes representações para culturas e singularidades distintas. De acordo com Eliade: “É graças aos símbolos que o homem sai de sua situação particular e se abre para o geral e o universal. Os símbolos despertam a experiência individual e transmutam-na em ato espiritual, em compreensão metafísica do Mundo” (1992, p. 101).

Tirar os véus que envolvem o Tarô, resgatando sua origem, para então poder integrar sua ludicidade, sua arte e sua linguagem imagética é poder alcançar um entendimento consistente do valor da arte divinatória como um meio de elaborar a complexidade que envolve a existência, através da interpretação simbólica, mantendo não apenas viva a prática oracular, mas compreendendo seu valor para a experiência humana. No anseio de compreender melhor a si próprio e também ao outro, bem como a realidade que o cerca, o ser humano encontra no transcendente a sua própria continuidade.

[...] a simbólica confunde-se com o andamento de toda a cultura humana. No irremediável rasgão entre a fugacidade da imagem e a perenidade do sentido que o símbolo constitui, precipita-se a totalidade da cultura humana, como uma mediação perpétua entre a Esperança dos homens e a sua condição temporal (DURAND, 1993, p. 108).

A prática oracular se tornou parte da cultura construída pelas sociedades, contando histórias e revelando as especificidades das experiências, para também contribuir com a compreensão do coletivo e do entorno próprio. De acordo com Cunha (2013, p. 54), “o ser humano é o que é por meio da interação com o outro”, não à toa, a busca por compreender a si e compreender esse outro acompanha o indivíduo há tanto tempo. É a partir dessa relação que a divinação permite, entre o consultante e sua própria narrativa, um novo elã, uma compreensão que o localiza no mundo e, por consequência, o (re)posiciona mediante o outro.

O gesto próprio de poder contar com a comunicação durante a prática oracular é um gesto que representa o desejo de conexão e de relação. “Tornar comum’, comunicar, é tornar possível a vida em comum. O ser humano precisa do outro: é um ser social. Como pensar a imaginação social sem a comunicação, as trocas, os intercâmbios de ideias, sentimentos, sonhos, desejos?”, questiona Cunha (2013, p. 54). Uma questão pertinente que não deve se apagar em tempos nebulosos atuais.

Para além da (in)credulidade, da superstição ou de eventuais releituras dogmáticas, o Tarô enquanto ferramenta oracular é um mediador que habilita a comunicação, o elaborar da realidade, a possibilidade de enxergar sentido nas experiências. O símbolo, por ser fonte de inspiração, permite transcender na linguagem imagética aquilo que é do humano tentar revelar.

## REFERÊNCIAS

ANAZ, Silvio; AGUIAR, Graziella; LEMOS, Lúcia; FREIRE, Norma; Costa, Edwaldo. Noções do Imaginário: perspectivas de Bachelard, Durand, Mafessoli e Corbin. São Paulo: **Nexi**, n. 3, 2014. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/nexi/article/view/16760>. Acesso em: 27 mar. 2019.

AS VIRTUDES E OS VÍCIOS (GIOTTO). In: **WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2019. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=As\\_Virtudes\\_e\\_os\\_V%C3%ADcios\\_\(Giotto\)&oldid=54465455](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=As_Virtudes_e_os_V%C3%ADcios_(Giotto)&oldid=54465455). Acesso em: 27 mar. 2019.

CAMPBELL, Joseph. **As máscaras de Deus**: mitologia oriental. São Paulo: Palas Athena, 2004.

COUTO, Sérgio Pereira. **Grandes Mistérios da História**. São Paulo: Gutenberg, 2015. p. 07.

CUNHA, Magali N. O lugar das mídias no processo de construção imaginária do “inimigo” no caso Marco Feliciano. São Paulo: **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 10, n. 29, 2013. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/607>. Acesso em: 27 mar. 2019.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 1993.

ELIADE, Mircea. **O Sagrado e o profano**: a essência das religiões. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

MELO, Sabrina F. Imaginário e filosofia da imagem. Recife: **Clio**, n. 33, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistaclio/article/view/24706>. Acesso em: 27 mar. 2019.

NAIFF, Nei. **Tarô**: simbologia e ocultismo. Rio de Janeiro: Nova Era, 2012.

NICHOLS, Sallie. **Jung e o Tarô**: uma jornada arquetípica. São Paulo: Cultrix, 2000.

PALAZZO, Alessandro. *News perspectives on Geomancy: introductory Remarks*. Disponível em: [https://www.academia.edu/36611967/New\\_Perspectives\\_on\\_Geomancy\\_Introductory\\_Remarks](https://www.academia.edu/36611967/New_Perspectives_on_Geomancy_Introductory_Remarks). Acesso em: 18 jun. 2019.

RILEY, Jana. **Tarot**: dictionary and compendium. York Beach: Weiser, 1995.

SOUZA, Kelma A M. O tarô e a prática oracular na era da mediação espiritual. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ECLESIAL - ECLESIOCOM, 12, 2017, Campinas. **Anais...** São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento Regional/Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 2017. Disponível em: <http://portal.metodista.br/eclesiocom/2017/arquivos/o-taro-e-a-pratica-oracular-na-era-da-midiatizacao-espiritual>. Acesso em: 27 mar. 2019.

VERMEER, Johannes. *The girl with the wine glass*. Disponível em: <https://www.johannesvermeer.org/the-girl-with-the-wine-glass.jsp>. Acesso em: 27 mar. 2019.





# COMUNICAR A ESPERANÇA: ANÁLISE DAS CELEBRAÇÕES DAS EXÉQUIAS A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL

*Lindolfo Alexandre de Souza*

## **Introdução**

O momento em que os familiares de uma pessoa falecida chegam ao cemitério para acertar os detalhes do sepultamento é marcado, geralmente, por uma situação bastante difícil e exigente. Por um lado vive-se a dor e o sofrimento de ter perdido a pessoa querida; por outro, a necessidade de deixar o coração de lado, ainda que por alguns instantes, e fazer uso da razão para administrar questões como escolhas do tipo de caixão, local e tempo do velório, flores, velas e terços que serão colocados nas mãos do defunto, junto aos outros detalhes financeiros necessários para que o momento da despedida aconteça da melhor forma possível. Nesse contexto, as famílias também são chamadas a tomar uma decisão pela realização, ou não, de alguma celebração de caráter religioso. Nesses momentos, representantes das mais diversas tradições religiosas se colocam disponíveis, pois percebem o velório como uma oportunidade para celebrar o dom da vida da pessoa falecida, para levar uma palavra de conforto e de esperança aos familiares e amigos ou até mesmo, como acontece em muitas situações, como um espaço privilegiado para a tentativa de se fazer proselitismo.

No contexto do Cristianismo de tradição católica romana essa presença se dá por meio da atuação dos agentes da pastoral das exéquias. Além dos padres e dos diáconos, que pelo sacramento da ordem recebem a missão de pastoreio e de serviço aos fiéis, a qual inclui a assistência religiosa às famílias enlutadas e a realização da celebração das exéquias em torno do corpo do defunto, este trabalho é feito também por ministros extraordinários das exéquias,

homens e mulheres leigos — portanto, não-ordenados — que se dedicam voluntariamente a este ministério pastoral.

Desta forma, a preocupação central deste texto é refletir sobre a presença da Igreja Católica junto às famílias enlutadas, especificamente no momento de realização do ritual da celebração das exéquias. Tal preocupação, entretanto, se dá a partir da articulação com o campo da Comunicação, ou seja, assumindo a tarefa de pensar sobre os limites e sobre as possibilidades que a Igreja Católica tem, ao celebrar as exéquias, de comunicar-se com as pessoas que se reúnem em torno da pessoa falecida.

Como informação para uma compreensão mais plena do que se apresenta neste trabalho, se faz importante apontar que as reflexões aqui presentes não são fruto apenas do interesse acadêmico-científico do autor, mas também brotam de sua participação semanal como ministro extraordinário das exéquias no Cemitério Aleias-Flamboyant, na cidade de Campinas (SP), serviço vinculado à Comissão de Pastoral das Exéquias da Arquidiocese de Campinas.

Em toda a arquidiocese, composta de 9 municípios (Campinas, Paulínia, Sumaré, Hortolândia, Indaiatuba, Elias Fausto, Monte Mor, Vinhedo e Valinhos), o trabalho pastoral é realizado em 20 cemitérios, em um universo populacional estimado em 2.313.182 milhões de habitantes, entre os quais a quantidade de católicos romanos gira em torno de 1.656.460, de acordo com números fornecidos pela Coordenação Arquidiocesana de Pastoral. Para se fazer presente nesses locais e oferecer o serviço religioso à população católica, a Arquidiocese de Campinas conta com 176 ministros, sendo 168 leigos e oito diáconos permanentes, que atuam em forma de revezamento em escalas de plantão. Na tradição católica romana os diáconos permanentes são homens aos quais não se coloca a observância do celibato como condição e são ordenados exclusivamente para o diaconato, o primeiro grau do sacramento da ordem. Teologicamente, a ordenação desses diáconos permanentes é a mesma que recebem os diáconos transitórios, celibatários, que vivem o diaconato como uma etapa prévia à recepção do segundo grau do sacramento da ordem, o presbiterado, passando a ser chamados de

sacerdotes ou padres. O terceiro grau deste sacramento, o episcopado, é conferido para alguns poucos escolhidos, os bispos.

A participação de padres nos cemitérios para realizar exéquias também é significativa, porém em menor frequência, geralmente quando se trata do falecimento de um agente de pastoral, de alguma autoridade pública ou de alguém que tenha tido um contato prévio com o sacerdote. Como nem sempre é possível prever a presença do padre, pois muitas vezes o chamado é feito pela própria família, não são raras as situações em que o ministro das exéquias é surpreendido pela chegada do sacerdote. Nesses casos é possível que o ritual seja feito de forma conjunta, presidido pelo padre, tendo o ministro como seu auxiliar, o que pode ser um exemplo de comunhão eclesial, pois o trabalho do ministro extraordinário não deve ser visto como suplência, mas como complemento ao ministério do sacerdote, na medida em que ambos participam da mesma missão.

Os números apresentados acima, embora sejam da realidade da Arquidiocese de Campinas, podem ser tomados como referência para analisar o trabalho da pastoral das exéquias de forma mais ampla em pelo menos um aspecto: a maior parte das pessoas que realiza esse ofício em nome da Igreja Católica é composta de leigos e leigas, geralmente sem uma formação acadêmica no campo da Teologia, que passam por uma preparação teológico-pastoral em suas paróquias ou em nível diocesano, acompanham por um tempo um ministro mais experiente, são investidos nessa missão e começam a atuar nos cemitérios.

### **A morte na sociedade atual**

Ao realizar o ritual de orações o ministro das exéquias não o faz em nome próprio, mas investido e enviado pela Igreja Católica para tal tarefa, ancora-se em um repertório de fundamentos pastorais, bíblicos e teológicos acumulados por uma instituição bimilenar. Entretanto, uma questão importante que se coloca é que este acúmulo cristão-católico sobre a morte nem sempre encontra ressonância na sociedade contemporânea, na qual a experiência de morrer é

pensada a partir de significados diversos. Nesse sentido, a capacidade do ministro de perceber que seu interlocutor não necessariamente comunga da sua compreensão, individual e institucional, a respeito do significado da morte, pode ser um termômetro para se pensar sobre a eficiência do processo comunicativo.

O historiador francês Philippe Ariès (2017) é um autor indispensável para a tentativa de compreensão do que se pensa sobre a morte atualmente. Em sua obra *História da Morte no Ocidente*, ele mostra como o conceito sobre a morte passou por várias etapas ao longo dos últimos cinco séculos, desde a “morte domada”, que era vista com maior naturalidade pelo moribundo, mais familiar e próxima, de tal forma que as pessoas se preparavam para morrer. Após propor outras fases, o autor chega na que mais interessa a este trabalho, que é o conceito da “morte interdita”, ideia bastante presente na sociedade contemporânea, segundo a qual a experiência da morte deve ser escondida e silenciada. Nas palavras do autor, a sociedade contemporânea é marcada por um contexto em que “a morte, tão presente no passado, de tão familiar, vai se apagar e desaparecer. Torna-se vergonhosa e objeto de interdição” (ARIÈS, 2017, p. 82).

Como um exemplo para reforçar a ideia de que a morte é uma espécie de *persona non grata* na sociedade contemporânea, Ariès faz referência ao sociólogo inglês Geoffrey Gorer, que publicou em 1955 um artigo intitulado *The pornography of death*, no qual defende que no século 20 a morte substituiu o sexo como principal interdito e tornou-se o principal tabu. De acordo com ele,

Antigamente, dizia-se às crianças que se nascia dentro de um repolho, mas elas assistiam à grande cena das despedidas, à cabeceira do moribundo. Hoje, são iniciadas desde a mais tenra idade na fisiologia do amor, mas quando não veem mais o avô e se surpreendem, alguém lhes diz que ele repousa num belo jardim por entre as flores (GORER *apud* ARIÈS, 2017, p. 260).

Ao frequentar os cemitérios para officiar as exéquias é possível testemunhar, de forma bastante prática, pelo menos um aspecto que corrobora a ideia de Gorer de se enxergar a morte como tabu: a arquitetura. Enquanto os túmulos dos cemitérios antigos eram

grandes e visíveis, com fotografia das pessoas ali sepultadas, muitos cemitérios construídos recentemente assumem uma estrutura mais parecida com um jardim, todo gramado e repleto de flores, no qual as pessoas sepultadas estão embaixo da terra e com discretas placas de identificação. Sobre este aspecto o escritor Evaristo Eduardo de Miranda, pesquisador da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) nas áreas de Ecologia, Agricultura, Gestão Territorial e Meio Ambiente, e que concilia sua prática profissional com uma importante produção literária no campo da pastoral das exéquias, entre outros assuntos, afirma que

No alto das cidades, alheios aos ruídos e à especulação imobiliária, assentam-se os cemitérios tradicionais como cidadelas na cidade. Mas, longe do alvoreço urbano, novos cemitérios surgiram nas últimas décadas. Eles mais parecem um jardim e não propriamente um cemitério. Neles não é autorizado nenhum edifício funerário ou monumento fúnebre. São bonitas e arborizadas essas áreas verdes. Parecem tudo, menos um cemitério (MIRANDA, 1996, p. 134).

Sob este aspecto, a estrutura arquitetônica reflete uma dimensão antropológica no sentido de se buscar o esquecimento e o esconimento da morte. De fato, a morte passou a ser um tema tabu e não se deve falar sobre ela. Para o antropólogo Mauro Guilherme Pinheiro Koury, vive-se em uma época em que a tendência é negar a morte e o sofrimento. Para ele, encontramos-nos diante uma “nova sensibilidade que começa a tomar forma, mais e mais nítida, na sociedade brasileira urbana” (KOURY, 2003, p. 21), marcada pelo distanciamento em relação ao morto e aos que o perdem. Nesta nova sensibilidade o luto deve ser abreviado e o velório deve ser rápido. Há situações de famílias, inclusive, que optam pelo sepultamento sem a realização do velório.

Nesta mesma obra, Koury aponta que nessa nova sensibilidade a tentativa de esconder a morte não significa, necessariamente, que as pessoas estejam imunes e protegidas em relação à dor do luto, mas, sim, que vivem o sofrimento de uma forma menos pública, mas particularizada, mais privatizada. Para ele,

ser discreto, deste modo, não significa que o indivíduo não esteja envolvido em seu sofrimento, que não viva a perda do ente querido, mas que este sofrimento é pessoal, e diz respeito apenas àquele que sofre. O sofrimento não interessa a ninguém mais do que a este alguém personalizado que o vivencia (KOURY, 2003, p. 23).

É interessante observar que esse sentimento de tentar esconder a morte, esquecer-se dela, para o teólogo Afonso Murad, também está presente em pessoas que vivem a fé religiosa. Para ele, “as percepções, que recebemos desde a infância na família e se difundem no imaginário, influenciam a maneira de encarar o morrer, inclusive para quem tem fé. O medo da morte não é somente psicológico, mas também cultural e social” (MURAD, 2014, p. 258).

Ele explica que o medo da morte não é novo, mas que antigamente, na sociedade rural e pré-industrial, a experiência religiosa ajudava as pessoas a entender a morte como vontade de Deus e desta forma, lentamente, elaboravam sentido para a experiência.

Cultivava-se o medo da morte. Mas havia também o contraponto cultural e social para lidar com esse sentimento. O período de luto era a condição necessária para acolher a perda dos entes queridos. A linguagem religiosa ajudava a entender e a acolher o enigma da morte, como ‘vontade de Deus’. E isso mudou rapidamente em poucas décadas (MURAD, 2014, p. 258).

Esse aspecto torna-se bastante visível na prática pastoral e tem incidência imediata na realização das celebrações das exéquias. Quando se trata de uma família mais próxima da prática religiosa, é menos difícil a tarefa de anunciar a esperança cristã como um elemento de busca de sentido e de significado para a dor e para o sofrimento que as pessoas estão vivenciando. Entretanto, quando se percebe que as pessoas em torno do falecido estão mais distantes da experiência religiosa, tal tarefa se apresenta como um desafio maior. Por isso, recomenda-se que o ministro, nos casos em que não conhece a família enlutada, chegue ao local da celebração com antecedência a fim de conversar com os familiares e, desta forma, perceber melhor o contexto em que está se inserindo. Essa recomendação, certamente, é um elemento importante para a dimensão comunicativa da celebração exequial.

## Liturgia e comunicação

Quando as pessoas se reúnem diante do corpo do morto para a realização do ritual das exéquias, elas não estão participando apenas de um simples momento de oração, mas de uma celebração litúrgica. Para Miranda “a Igreja considera as exéquias uma celebração litúrgica e nisso ela mantém a acepção própria da palavra, do grego *leitourgia*, função pública” (MIRANDA, 1998, p. 42).

Como liturgia entende-se um conjunto de elementos e práticas utilizados pelas instituições religiosas para favorecer que a comunidade possa celebrar e professar os fundamentos da fé. Para o Frei Alberto Beckhäuser (OFM), a liturgia da Igreja Católica, à luz do Concílio Vaticano II,

é compreendida como o exercício do múnus sacerdotal de Jesus Cristo, no qual, mediante sinais sensíveis, é significada e, de modo peculiar a cada sinal, realizada a santificação do homem; e é exercido o culto público integral pelo Corpo Místico de Cristo, Cabeça e membros (BECKHÄUSER, 2003, p. 24).

Importante considerar que as exéquias católicas são, de fato, celebrações litúrgicas, mas não celebrações sacramentais, o que não diminui em nenhum grau sua importância nem a necessidade de que sejam bem preparadas. Sobre essa questão, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), em um trecho do livro *Nossa Páscoa. Subsídios para a celebração da esperança*, afirma que

as exéquias não fazem parte nem dos sacramentos nem dos sacramentais. São celebrações ‘*parassacramentais*’. Elas têm em vista exprimir o caráter pascal da morte cristã. Anunciam à comunidade reunida a vida eterna, ao mesmo tempo que realçam o caráter de provisoriedade da vida aqui na terra (CNBB, 2017, p. 7).

No mesmo subsídio os bispos brasileiros apontam que as celebrações das exéquias, em determinadas situações, são as poucas vezes em que muitos católicos entram em contato com a liturgia da Igreja, motivo pelo qual elas devem ser bem preparadas e marcadas



pela intenção de se estabelecer uma comunicação adequada com as pessoas presentes.

Os ministros devem prepara-las e celebrá-las com muito zelo, pois, por meio delas, os filhos pródigos poderão sentir-se chamados a voltar à casa paterna. Sintonizar com a dor dos presentes, parentes e amigos deve ser o primeiro cuidado a se ter em conta. O segundo não pode deixar de ser a intenção de comunicar-lhes a boa nova de Jesus Cristo, levando-os a reavivar a fé na ressurreição. Tudo deve ser feito com muita benevolência. Nas celebrações das exéquias, mais do que em outras celebrações, os ministros devem ter a consciência de que são 'vigários do amor de Cristo' (CNBB, 2017, p. 8).

Em sintonia com essa preocupação da conferência episcopal em relação à dimensão comunicativa da celebração das exéquias, Beckhäuser, ao referir-se à liturgia católica de forma mais ampla, faz alusão à importância da utilização adequada de símbolos, que são sinais sensíveis e significativos, no ato litúrgico, a fim de se buscar a eficácia da comunicação. “Um conjunto de símbolos forma o rito. O rito é a linguagem ou a comunicação do mistério, a participação no mistério. Quando não se vive o sentido profundo do símbolo, cai-se no ritualismo” (BECKHÄUSER, 2003, p. 25). Sobre este aspecto o que vale para a liturgia da Igreja vale, também, para as celebrações das exéquias, na medida em que o uso adequado de símbolos se coloca como uma oportunidade para que o ministro das exéquias busque uma comunicação mais efetiva com as pessoas presentes: a aspersão da água benta sobre o corpo do falecido; a presença da bíblia em um local visível; algumas palavras sobre os terços que não raras vezes são colocados nas mãos do defunto ou sobre as flores ou sobre as velas que fazem a decoração do local. Essas estratégias, entre outras, quando realizadas adequadamente, podem ajudar os participantes a uma melhor percepção do que se realiza no momento da celebração.

Outra questão importante a ser considerada a respeito das celebrações litúrgicas das exéquias é o espaço em que esses ritos são realizados. Como nem todos os cemitérios possuem uma capela ou uma igreja, e quando existem, nem sempre são adequadas, é

comum que as exéquias sejam celebradas na própria sala de velório, de tal forma que o ambiente não favorece ao que se espera de uma atividade de caráter religioso. Para Miranda, “muitas vezes, o velório é realizado em locais pouco propícios ao recolhimento e à celebração de um rito sagrado: ruídos, conversas, calor, falta de ar” (MIRANDA, 1996, p. 26). Em outra obra este autor complementa a ideia, afirmando que

As pessoas circulam, entram e saem. Comem nos bares e lanchonetes, bebem e falam alto. Não existem mais capelas funerárias. Em muitos casos, as salas onde ficam os defuntos comunicam-se, de forma inadequada, repercutindo uma cacofonia impressionante. O sagrado perde lugar para o profano (MIRANDA, 1998, p. 31).

Desta forma, se as reflexões acima permitem que se veja o ritual das exéquias como uma celebração litúrgica, e se elas apontam a necessidade de que as liturgias sejam pensadas também a partir de sua dimensão comunicacional, para dar sequência à reflexão nos próximos parágrafos serão analisados alguns elementos do processo comunicativo em tais celebrações.

### **O ministro das exéquias como emissor**

Como o emissor é um elemento importante no processo de comunicação, é importante tecer algumas considerações sobre quem assume esse papel nas celebrações das exéquias. Como já mencionado, a presença católica nos cemitérios se dá, majoritariamente, por meio da participação de leigos e leigas. Miranda aponta que “investido pelo bispo, cada ministro leigo dedica, em geral, um dia fixo da semana para estar em determinado cemitério. Ali ele presta atendimento pastoral e litúrgico aos familiares e amigos dos falecidos” (MIRANDA, 1998, p. 13).

Como nem sempre possuem uma formação acadêmica na área da Teologia, cada diocese organiza um processo de formação e capacitação para o exercício deste ministério, em caráter extraordinário. Geralmente este processo se dá antes da investidura do ministro

e depois, de forma continuada e permanente, por meio de reuniões regulares, estudos bíblicos ou retiros, entre outros formatos. A investidura do ministro extraordinário é por tempo determinado, devendo ser renovada ao final deste período.

Para além do processo formal de inserção na ação pastoral, Miranda descreve o que considera um conjunto de características que deveriam estar presentes nas pessoas que atuam neste trabalho pastoral. Para ele, o ministro das exéquias é ou deveria ser

aberto ao Espírito Santo; alguém que chora com os que choram; alguém que transmite a Palavra às pessoas; alguém que vive a Palavra; aquele que acompanha; aquele que anima na esperança; aquele que conforta; aquele que fala em nome da Igreja; aquele que fala às famílias; aquele que não discrimina outras religiões; aquele que não tem medo; aquele que respeita os sentimentos das pessoas; não é aquele que fala bonito, nem difícil; o que anuncia a vida nova; um enviado; um profeta que anuncia a vida; um servidor de Deus e dos irmãos; um vocacionado (que tem dom); uma pessoa cheia de compaixão; uma pessoa confiante; uma pessoa de fé e de muita oração; uma pessoa que sabe escutar (MIRANDA, 1998, p. 28).

Algumas das indicações acima, reunidas a partir de opiniões recolhidas pelo autor no contato com diversas pessoas, inclusive vários ministros das exéquias, podem ajudar a pensar sobre a função de emissor que os agentes de pastoral das exéquias assumem nas celebrações. Destacam-se, nesse sentido, as ideias de que o ministro se torna um bom comunicador — um bom emissor — na medida em que não se restringe ao falar, ao anunciar, ao transmitir, embora tais características estejam presentes. Sob essa perspectiva, a comunicação não deve se restringir ao anúncio da mensagem, mas de forma mais ampla, o bom emissor passa a ser aquele capaz de “chorar com os que choram”, “viver o que se anuncia”, “animar na esperança”, “confortar os que precisam”, “respeitar o sentimento das pessoas”, “servir a Deus e aos irmãos” e “estar cheia de compaixão”.

É importante destacar a indicação de que o ministro das exéquias se torna um bom emissor quando ele “sabe escutar”, já que a falta desta característica — a capacidade de levar em consideração o que o outro tem a dizer — faz da comunicação algo autoritário e sinal de

desrespeito ao interlocutor, o que não é coerente com uma comunicação que se propõe a ser evangelizadora.

Nessa mesma direção pode ser lida a ideia de que o ministro deve ser aquele que “não discrimina outras religiões”, pois o contexto de pluralidade religiosa presente nas famílias se apresenta também nas cerimônias fúnebres, o que leva à Igreja o desafio de zelar por sua identidade cristã e católica e, ao mesmo tempo, ter uma atitude de acolhida e de respeito pelas pessoas que, embora participantes das cerimônias, têm outra identidade religiosa. Outro elemento interessante é a constatação de que o bom emissor não é, necessariamente “aquele que fala bonito, nem difícil”, mas aquele que é capaz de dirigir uma palavra que faça sentido às pessoas que estão marcadas pela experiência do luto.

### **Questões sobre o público receptor**

Após as linhas acima teceram considerações a respeito do ministro das exéquias como emissor, é importante também apontar aspectos relacionados ao outro agente do processo comunicacional: o público receptor, constituído pelos familiares e amigos da pessoa falecida. Nesse sentido, ainda que o emissor tenha uma performance adequada no que diz respeito ao conteúdo e à forma de transmissão da mensagem, a eficiência da mensagem depende, também, da condição em que os interlocutores participam das celebrações.

Um aspecto importante a ser levado em consideração é que muitas vezes a opção pela celebração religiosa é das pessoas mais próximas do falecido, e não dos amigos e parentes distantes que foram ao velório para despedir-se da pessoa morta, dar um abraço nos familiares ou, até mesmo, para cumprir um ato social. Ou seja, para parte do público das exéquias a celebração religiosa nem sempre é o motivo de sua presença, questão que, necessariamente, compromete a intenção da Igreja de estabelecer um diálogo. Se por um lado compromete, por outro, desafia os ministros a fazer uma mensagem capaz de sensibilizar os presentes para a experiência de caráter religioso.

No campo da Comunicação se ensina que a eficiência do processo comunicativo está relacionada, também, ao grau de segmentação do público receptor. Desta forma, quanto maior a identidade do público, mas fácil é para o emissor a tarefa de organizar o conteúdo a ser anunciado. Ao transportar esse conceito para o contexto das celebrações das exéquias aparece, como mais um elemento a ser trabalhado, o fato de que embora por algum motivo tenha sido solicitada a cerimônia católica (a opção religiosa do falecido ou da família, por exemplo), é muito comum que as pessoas participantes tenham outras experiências religiosas. Para Murad, a pluralidade religiosa que se encontra no velório é um reflexo da diversidade religiosa presente na sociedade. Diante dessas situações, de acordo com ele, cabe ao ministro uma atitude de acolhida e de respeito às diferenças. Para ele,

Convém respeitar essas diferenças e não fazer desse momento de dor um espaço de doutrinação e de luta religiosa. Antes de iniciar a oração, informe-se sobre a crença dos familiares mais próximos. Se forem de Igrejas diferentes, busque a linguagem e a abordagem comum ao cristianismo, com leitura bíblica, salmos e cânticos. Evite posicionar-se em questões polêmicas. Lembre-se que sua presença cristã se fará sobretudo pelo gesto de solidariedade, de compaixão, como também pela prece (MURAD, 2014, p. 275).

Outra situação desafiadora ao processo comunicacional, a qual emerge da concepção que as pessoas têm sobre a morte na sociedade contemporânea, é a postura de individualização em relação à morte como um mecanismo para lidar com o luto. Nesse sentido a dor deve ser vivida de forma subjetiva e privada, e não de forma pública. Se para a Igreja Católica a celebração das exéquias é a celebração pública da esperança cristã, Koury aponta algo que vai na direção oposta na sociedade contemporânea, já que “quanto menos lembrar publicamente que alguém faleceu e deixou sofrimento e saudades em outro alguém parece ser melhor ao social” (2003, p. 34). Além disso, complementando a ideia anterior, o autor afirma que

Este caminho apontado de individualismo parece ser a tônica moderna do processo de luto no Brasil urbano. A classe média intelectualizada, principalmente, parece viver com mais intensidade esse

dilema. A indiferença e o fingimento espantam o luto no social, que se vê jogado para a intimidade do sujeito, que passa a vivenciá-los na solidão (KOURY, 2003, p. 34).

Se essa situação de viver o luto de forma individual e não pública pode ser objeto de análise para outros estudos a partir da Psicologia ou da Antropologia, entre outras abordagens, também o é para a preocupação central deste texto, que é sobre a comunicação. Isso porque se as pessoas presentes nas celebrações exequiais estiverem mergulhadas neste processo de rejeição do luto e do sofrimento, certamente, como consequência, criarão resistência também à proposta de uma celebração religiosa em torno do tema da morte.

### **A mensagem comunicada: conteúdo e linguagem**

Assim como emissor e receptor, outro elemento importante do processo comunicacional a ser analisado é a mensagem transmitida, tanto no que diz respeito ao conteúdo quanto à linguagem. Quanto ao primeiro aspecto, a pastoral das exéquias é também chamada pela Igreja Católica, em algumas realidades, como a “pastoral da esperança” ou a “pastoral da consolação”. Consolar os que sofrem e alimentar a esperança em meio a possíveis situações de desespero diante do sofrimento por ter perdido um ente querido parecer ser, portanto, o conteúdo principal das celebrações exequiais. E o fundamento da esperança cristã está na fé na ressurreição de Jesus Cristo. Nesse sentido, o Catecismo da Igreja Católica ensina que

o sentido cristão da morte é revelado à luz do mistério pascal da Morte e Ressurreição de Cristo, em que repousa nossa única esperança. O cristão que morre em Cristo Jesus ‘deixa este corpo para ir morar junto do Senhor (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, 1993, p. 395).

Assim, ao relacionar o sentido da morte à ressurreição do Cristo, a celebração das exéquias deixa de ser a cerimônia da morte e passa a ser a celebração da vida, tanto a vida vivida nesta terra quanto à esperança da vida eterna.

No entanto, se é possível apontar elementos teológicos que caracterizem um discurso católico sobre o que se espera das celebrações exequiais, é necessário considerar que discursos religiosos podem ser pautados pela polissemia, de forma que um mesmo texto pode ter uma multiplicidade de sentidos. No caso das celebrações das exéquias católicas tais possibilidades aumentam, ainda, por dois motivos: o primeiro, a própria pluralidade teológico-pastoral que caracteriza o catolicismo; o segundo, pelo fato de não existir um único modelo litúrgico para essas celebrações, como no caso das celebrações eucarísticas, o que faz com que o formato — e o conteúdo — dependam bastante da formação teológica do ministro, de suas concepções pastorais e da forma como se dá sua inserção eclesial.

Essa situação provoca a Igreja Católica à preocupação permanente com a formação desses ministros, a fim de que a presença católica nos cemitérios esteja sempre em sintonia com o discurso institucional, tarefa colocada em prática por cada diocese, algumas de formas mais articuladas, outra menos.

Além do conteúdo, a linguagem utilizada é outro elemento importante para se pensar nos discursos emitidos pelo celebrante das exéquias. Nem sempre uma linguagem racional, com argumentos lógicos e áridos, é capaz de estabelecer uma ponte de diálogo com as pessoas que estão afetadas pelo luto e muitas vezes, como visto acima, marcadas por uma postura de rejeição e de indiferença em relação à experiência da morte. Nesse sentido, há quem defenda que diante da dificuldade de dialogar com a razão, que se tente falar ao coração por meio de recursos poéticos e literários. Desta forma, Miranda propõe que as exéquias sejam celebradas com poesia. Para ele,

A liturgia da palavra, no ritual das exéquias, dá início à construção de um corpo de palavras para o ser ausente. Esse corpo de palavras vai preencher vazios e ajudar a eliminar, poeticamente, as ilusões. Elas povoam negativamente as mentes e os inconscientes dos participantes do ritual das exéquias. Pelo trabalho do luto, um amplo e misterioso diálogo vai estabelecer-se entre o que será doravante uma perene presença: a ausência do morto em cada um. O ausente vai falar (MIRANDA, 1996, p. 55).

Ao abrir a porta para a poesia abre-se, também, para as preocupações de ordem estética. Se a busca da beleza está relacionada à busca de sentido e de significado à experiência humana, o discurso religioso diante da morte não pode ficar à margem. Ainda que a morte das pessoas queridas aproxime as pessoas do sofrimento e da dor, inevitáveis à trajetória humana, a fé cristã se propõe a lançar sementes de esperança. E como é possível haver esperança mesmo em meio à tristeza, o autor citado no parágrafo anterior afirma que a

tristeza não exclui beleza. A sociedade moderna, com seu desenvolvimento tecnológico e econômico, pretende, ao gerar ‘facilidades’, fazer do homem moderno um homem feliz. Nos dias de hoje, o conceito de felicidade exclui a tristeza. Mas ao tentar evitar a dor e a tristeza, aspectos fundamentais da vida humana, o homem moderno nega uma dimensão essencial do seu ser. A beleza é percebida, em grande parte, justamente na tristeza (MIRANDA, 1996, p. 27).

Por fim, ao anunciar a esperança cristã diante da experiência da morte, é importante que o discurso religioso não assuma uma postura de negação da dor, do sofrimento e do luto, pois isso significaria a negação da dimensão humana. Vale considerar, nesse sentido, o questionamento feito pela teóloga Blanches de Paula: “pelo fato de ser cristã, uma pessoa estaria isenta da angústia da morte? Seria lícito afirmar que os cristãos enfrentam a morte com menos sofrimento, medo e ansiedade o processo de morrer?” (2011, p. 35). A resposta para a pergunta, certamente, é negativa, na medida em que o reconhecimento do luto é condição para vivê-lo e superá-lo. Inclusive quando se pensa a morte a partir da perspectiva da fé.

### **Considerações finais**

A partir do que foi apresentado acima, entende-se que a preocupação com a formação dos agentes de pastoral das exéquias da Igreja Católica, além dos aspectos teológicos, bíblicos e pastorais, também deve contemplar uma formação permanente para a comunicação, em seus variados aspectos, a fim de que as celebrações das exéquias continuem a contribuir — ainda de forma mais plena —



com os objetivos da instituição de se fazer presente no momento do luto e levar às famílias uma palavra que faça sentido.

Nesse sentido, considerar as possibilidades e os limites da comunicação na celebração das exéquias pode ser um caminho por meio do qual a Igreja busque a fidelidade ao desafio lançado pelo apóstolo Pedro, no texto em que ele exorta os discípulos do Ressuscitado a estabelecer um diálogo com todos os que pedirem a “razão da vossa esperança” (BÍBLIA, 1 Pedro, 3,15).

Ao mesmo tempo, entende-se que essas considerações, embora tenham o catolicismo católico romano como pano de fundo, podem contribuir de alguma forma, com as devidas adaptações, aos cristãos não católicos ou de outras tradições religiosas que também atuam nos cemitérios. Além disso, como é comum em trabalhos dessa natureza, os parágrafos escritos não pretendem esgotar o assunto. Pelo contrário, eles pretendem ser uma modesta contribuição às reflexões que envolvem as celebrações católicas das exéquias, a partir do campo da comunicação, com a perspectiva de que algumas ideias presentes neste texto possam ser aprofundadas em pesquisas futuras.

## REFERÊNCIAS

ARIÈS, Philippe. **História da morte no ocidente:** da Idade Média aos nossos tempos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2017.

BECKHÄUSER, Alberto. **Comunicação litúrgica:** presidência, homilia, meios eletrônicos. Petrópolis: Vozes, 2003.

BÍBLIA. Português. **A Bíblia de Jerusalém.** São Paulo: Paulus, 1995.

CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. 6. ed. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Paulinas, Loyola, Ave-Maria, 1993.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS DO BRASIL. **Nossa Páscoa.** Subsídios para a celebração da esperança. São Paulo: Paulus, 2017.

KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. **Sociologia da Emoção:** O Brasil urbano sob a ótica do luto. Petrópolis: Vozes, 2003.

MIRANDA, Evaristo Eduardo de. **Agora e na hora.** Ritos de passagem para a eternidade. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

MIRANDA, Evaristo Eduardo de. **A foice da Lua no Campo das Estrelas.** Ministrarr Exéquias. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

MURAD, Afonso. **A morte:** abordagem interdisciplinar a partir da teologia e da pastoral. Revista Pistis Praxis Teologia Pastoral, Curitiba, v 6, n 1, p. 255-278, jan./abr.2014.

PAULA, Blanches de. **Pedaços de nós.** Luto, aconselhamento pastoral e esperança. São Paulo: ASTE, Editeo, 2011.

Parte 2

# Linguagens Religiões e Ideologia



# IMAGINÁRIO DO INIMIGO E PÂNICO MORAL NAS NOTÍCIAS DO PORTAL GOSPEL MAIS: OS CASOS DA EXPOSIÇÃO *QUEERMUSEU* E DA PERFORMANCE *LA BÊTE*

*Magali do Nascimento Cunha*<sup>1</sup>

*Carlos Eduardo Bertin*<sup>2</sup>

*Ricardo Costa Alvarenga*<sup>3</sup>

## Introdução

Em 2017, o noticiário político e cultural brasileiro foi agitado pelos acontecimentos em torno da exposição *Queermuseu — Cartografias da diferença na arte brasileira* pelo Santander Cultural, na cidade de Porto Alegre, e da performance *La Bête*, no Museu de Arte Moderna (MAM), na cidade de São Paulo, realizadas respectivamente nos meses de setembro e outubro. A reação de grupos políticos e religiosos de caráter conservador à forma e ao conteúdo dos dois eventos foi forte a ponto de provocar o cancelamento do primeiro e muita pressão sobre o segundo, com guerras verbais em mídias sociais e manifestações presenciais nos locais da exposição e da performance.

Tendo sido grupos religiosos, católicos e evangélicos atores importantes deste episódio político e cultural, este estudo, ancorado na interface mídia e religião, dedicou-se à análise de como o portal evangélico *Gospel Mais* (<https://gospelmais.com.br>) noticiou a realização e as controvérsias em torno da exposição *Queermuseu — Cartografias da diferença na arte brasileira* e da performance *La Bête*.

---

1 Doutora em Ciências da Comunicação, pesquisadora em Comunicação e Religião da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (INTERCOM). E-mail: magali.ncunha@gmail.com

2 Mestre em Comunicação Social pelo programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Bolsista Capes. E-mail: dudsbertin@gmail.com

3 Doutorando em Comunicação Social pelo programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Bolsista Capes. E-mail: ricardocalvarenga@gmail.com

A escolha do *Gospel Mais* se justifica por conta do seu significativo alcance com o público cristão. O portal evangélico está no ar desde 2006 com a publicação de notícias, músicas gospel, estudos bíblicos, livros cristãos e vídeos diversos, além de alguns serviços como a possibilidade de *download* de livros evangélicos.

Na descrição do portal, é possível encontrar a afirmação de que esse espaço é, na verdade, uma rede de sites cristãos interdenominacional e independente. O portal tem significativo número de acessos — 3 milhões e 400 mil, em novembro de 2017, quando da realização deste estudo, a média semestral é de 2,68% dos acessos a um site no Brasil<sup>4</sup>. O *Gospel Mais* opera também como uma agência noticiosa, tendo grande compartilhamento de seus conteúdos.

Para construção do *corpus* de análise, com base nos pressupostos da análise de discurso, a partir dos termos de busca “*Queermuseu*” e “*La Bête*”, encontramos no portal sete textos do gênero jornalístico informativo, no período de 11 de setembro a 3 de outubro de 2017, como podemos ver no quadro abaixo:

**Quadro 1 - Matérias sobre *Queermuseu* e *La Bête* no site *Gospel Mais***

DATA DA PUBLICAÇÃO	TÍTULO DAS MATÉRIAS
11/09/2017	Exposição com apologia à pedofilia e desrespeito a símbolos cristãos gera revolta; Jonathan Nemer protestou: “Lixo”
12/09/2017	Santander cancela exposição e pede desculpas por apologia à pedofilia; Responsáveis serão convocados por CPI
13/09/2017	Constrangido, Santander irá devolver verba pública usada na apologia à pedofilia
13/09/2017	Jean Wyllys tem reação histórica contra cancelamento de exposição do Santander e tenta agredir Feliciano
16/09/2017	Santander critica “intolerantes” por repúdio à exposição e igreja anuncia encerramento de conta no banco
02/10/2017	Pastores Cláudio Duarte, Feliciano e Malafaia criticam exposição de artista nu para crianças: “Deixem-nas em paz”
03/10/2017	Postura da imprensa no caso de crianças expostas a homem nu foi “vergonhosa”, critica Silas Malafaia

Fonte: Os autores (2019).

4 De acordo com a análise da plataforma de dados SimilarWeb <https://www.similarweb.com/website/gospelmais.com.br#overview>. Acesso em: 8 maio 2018.

Para a trajetória de estudo das ênfases discursivas das matérias, optamos por uma análise dos títulos. A opção se justifica com a constatação de estudiosos de mídias digitais, com base no número de visitas a páginas relacionado ao percentual de *posts* clicados na íntegra, de que quem está nos espaços digitais praticamente lê apenas o título do que é divulgado<sup>5</sup>. É, portanto, pelos títulos que a maior parte do público da internet assimila conteúdo.

Direcionamos a análise em dois aspectos: 1) Imaginário Social, ao enfocarmos os elementos constitutivos presentes nos títulos das matérias; e 2) Pânico Moral, a partir da construção das concepções e dos julgamentos emitidos. A escolha desses dois aspectos possibilitou-nos uma compreensão mais profunda do discurso do portal sobre os casos que são objeto do estudo.

### **As polêmicas em torno da arte**

A censura e a hostilidade às diversas formas de pensamento, manifestações culturais e artísticas ganham cada vez mais espaço no cenário contemporâneo brasileiro. Isso se dá em um contexto político alimentado por perspectivas conservadoras, mais fortemente constituídas depois das chamadas Manifestações de Junho de 2013, com seu clímax nos eventos que levaram ao *impeachment* da Presidente da República Dilma Rousseff em 2016 (PINTO, 2017). A ênfase conservadora na política abriu caminho para ecos em outras dinâmicas sociais, incluindo as culturais.

Pesquisa eleitoral realizada pelo Instituto Datafolha, em outubro de 2013, já havia indicado que a maioria dos brasileiros se identifica com valores de direita. A análise foi feita com base nas respostas dos entrevistados a perguntas sobre questões sociais, culturais e políticas, como a pena de morte e o papel dos sindicatos na sociedade. Dos entrevistados, 38% foram classificados como de centro-direita, 26%

---

5 Sobre isto ver: LEMOS, Ronaldo. Nas redes sociais, internautas praticamente só leem títulos de postagens. *Folha de S. Paulo*, 23 set. 2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2013/09/1345228-nas-redes-sociais-internautas-praticamente-so-leem-titulos-de-postagens.shtml?loggedpaywall>. Acesso em: 8 maio 2018.

de centro-esquerda, 22% de centro, 11% de direita e 4% de esquerda<sup>6</sup>. A eleição do Congresso Nacional, em 2014, o mais conservador desde a ditadura militar<sup>7</sup>, confirma esses dados.

Em pesquisa realizada em dezembro de 2016<sup>8</sup>, o Ibope mostrou que 54% dos brasileiros atingiram alto grau de conservadorismo em questões sociais como a legalização do aborto, casamento entre pessoas do mesmo sexo, pena de morte, prisão perpétua e redução da maioria penal. O Ibope havia realizado a mesma pesquisa também em 2010 e descobriu que, em seis anos, houve aumento de conservadorismo entre todas as faixas etárias e todos os graus de renda, em ambos os sexos, em todos os níveis educacionais e em todas as religiões. O Ibope levantou ainda que os mais conservadores são os evangélicos, os homens e os menos escolarizados. Os mais liberais, de acordo com a pesquisa, são as pessoas com escolaridade superior e os que não são cristãos.

Com essa emergente onda conservadora no país, surgem situações em que artistas e pensadores são atacados publicamente e censurados por suas obras. Nesse contexto, exposições foram fechadas por pressão social e artistas hostilizados por terem sua arte considerada como degenerada.

A polêmica em torno da arte adquiriu forte repercussão com os protestos nas redes sociais, mobilizados pelo Movimento Brasil Livre (MBL) e outros grupos de forte expressão conservadora, incluindo religiosos, contra os dois casos estudados neste trabalho.

A exposição *Queermuseu — Cartografias da diferença na arte brasileira*, que esteve em cartaz por quase um mês, em setembro de 2017, no Santander Cultural, na cidade de Porto Alegre, no Rio Grande Sul<sup>9</sup>. Esses grupos alegaram que as obras faziam apologia

---

6 Ver: MENDONÇA, Ricardo. Ideologia interfere pouco na decisão de voto, diz Datafolha. *Folha de S. Paulo*, 14 out. 2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/133801-ideologia-interfere-pouco-na-decisao-de-voto-diz-datafolha.shtml>. Acesso em: 8 maio 2018.

7 Ver: DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ASSESSORIA PARLAMENTAR (DIAP). *Radiografia do Novo Congresso*: Legislativa 2015-2019. Brasília: DIAP, 2014 (Estudos Políticos do DIAP).

8 Ver: WELLE, Deutsche. A nova onda conservadora no Brasil. *Carta Capital*, 7 dez. 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/a-nova-onda-conservadora-no-brasil>. Acesso em: 8 maio 2018.

9 Ver: "NÃO entendo que isso seja arte", diz coordenadora do MBL/RS sobre a exposição "Queermuseu". *Zero Hora On Line*, 10 set. 2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com>.



à zoofilia, pedofilia, homossexualidade e desrespeitavam símbolos religiosos. Diante disso, a mostra, que reunia 270 obras de artistas como Adriana Varejão, Cândido Portinari, Fernando Baril, Lygia Clark, entre outros, e abordava as questões em torno de gênero, diversidade sexual e temática LGBT, foi cancelada no dia 11 de setembro pelo Santander.

Outra controvérsia, com o mesmo sentido, foi levantada após a performance *La Bête*, realizada pelo coreógrafo Wagner Schwartz, no Museu de Arte Moderna de Janeiro (MAM), em 26 de setembro de 2017. Na performance, o artista reproduz a obra “Bicho” de Ligia Clark. No ato, o coreógrafo interagia nu com o público. Pelo fato de uma criança, acompanhada da mãe, participar da cena, tocando na perna e na mão do artista, a obra foi acusada de incitar a pedofilia, pelos mesmos grupos conservadores, e o caso ganhou bastante repercussão nas mídias e redes sociais digitais. Respondendo às polêmicas em torno das acusações, o MAM comunicou em sua página no *Facebook* que a sala estava sinalizada sobre o teor da apresentação e que a obra não tinha conteúdo erótico<sup>10</sup>. O caso, levado pelos grupos reacionários ao Ministério Público Federal, com base no Estatuto da Criança e do Adolescente, foi arquivado pelo órgão em fevereiro de 2018.<sup>11</sup>

A repercussão e o tratamento dado, por significativa parcela da população brasileira, à exposição e à performance ressaltou a necessidade de se compreender melhor os hábitos culturais dos brasileiros. No período de 31 de agosto a 8 de setembro de 2013, o Serviço Nacional do Comércio (Sesc) e a Fundação Perseu Abramo realizaram a pesquisa *Públicos de Cultura*, que contou com 2 mil e quatrocentos entrevistas em 139 municípios, de 25 estados brasileiros.

---

br/cultura-e-lazer/artes/noticia/2017/09/nao-entendo-que-isso-seja-arte-diz-coordenadora-do-mbl-rs-sobre-a-exposicao-queermuseu-9893226.html. Acesso em: 8 maio 2018.

10 Ver: COPPE, Júlia. *MAM nega erotismo de performance após vídeo com criança tocando em artista nu gerar controvérsia*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/mam-nega-erotismo-de-performance-apos-video-com-crianca-tocando-em-artista-nu-gerar-controversia-21886755>. Acesso em: 8 maio 2018.

11 PROCURADORIA pede arquivamento de investigação sobre interação de criança com artista nu no MAM. *G1*, 22 fev. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/procuradoria-pede-arquivamento-de-investigacao-sobre-interacao-de-crianca-com-artista-nu-no-mam.ghtml>. Acesso em: 8 maio 2018.

Essa pesquisa nos fornece um panorama geral sobre os hábitos e práticas culturais do brasileiro, apontando que 89% dos brasileiros nunca foram a um concerto de ópera ou música clássica, que 75% dos brasileiros nunca frequentaram espetáculos de dança ou balé no teatro; 71% dos brasileiros nunca participaram de exposições de pintura, escultura e outras artes em museus ou outros locais, 70% dos brasileiros nunca foram a uma exposição de fotografia, 61% dos brasileiros nunca viram uma peça de teatro em qualquer local e 57% dos brasileiros nunca foram a um show de música. Esses números revelam quanto à própria compreensão do brasileiro sobre a arte e suas diversas expressões.

Aproveitando esse cenário de pouca compreensão e inserção no contexto cultural, surgem grupos conservadores que utilizam o discurso da arte como um instrumento de incitação à pedofilia, zoofilia e homossexualidade, influenciando, assim, o imaginário social e criando pânicos morais em torno da arte de suas diversas expressões como algo que deve ser combatido.

Nesse cenário, como argumenta Oliveira (2017), as duas polêmicas citadas neste trabalho revelam não só uma incompreensão da arte, mas uma incompreensão do que somos como sujeitos históricos, pois ao censurarmos a arte, limitamos nossas capacidades cognitivas e de revisão/ revolução da História.

Buscaremos, a seguir, relacionar esse contexto à análise proposta nesta pesquisa sob a orientação das abordagens teóricas sobre o imaginário social e a criação de pânicos morais.

## **Comunicação e Imaginário Social**

Os seres humanos vivem de imagens, daquilo que veem e apreendem do seu cotidiano e do que imaginam da vida, da morte, do mundo e de outros mundos. Essa imaginação é socialmente construída, dá-se nas relações/ interações nas quais cada ser humano está inserido, o que cria e recria crenças, linguagem, organizações, leis, posturas diante das mais diversas situações da vida e diante do outro.

É nesse sentido que Michel Maffesoli (2001, p. 76) entende o imaginário como “o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado-nação, de uma comunidade, etc.”. Ele é um componente que dá sentido à vida coletiva a partir de tudo o que se apreende visualmente e da vida tal como vivida no mundo.

Ao pensarmos o movimento de construção do imaginário sobre a arte e suas expressões entre os brasileiros, precisamos levar em consideração o papel fundamental da comunicação. Por isso a importância de se compreender que as matérias do portal Gospel Mais contribuem para a construção do imaginário social da arte em suas diversas expressões entre o público religioso.

Não se pode conceber a imaginação social sem a comunicação, as interações humanas nas quais estão envolvidas ideias, sentimentos, sonhos, desejos. Não se pode considerar as expressões de comunicação e de representação da vida descartando-se a imaginação social. Nesse contexto, as mídias ocupam lugar de destaque, com discursos se apropriando de imagens socialmente construídas e as representam participando do processo de criação e recriação dessas mesmas e de outras imagens (CUNHA, 2011).

Maffesoli (2003, p. 13) trata do lugar da comunicação nos processos sociais, como o que dá coesão à vida em sociedade, o que nos liga ao outro:

Comunicação é um termo de raro emprego, embora reconheça cada vez mais a sua pertinência. Trata-se da maneira contemporânea, pós-moderna de fazer referência ao simbólico (não no sentido simples do termo, simbólico, mas na acepção freudiana e lacaniana de simbolismo). Não seria errado também falar de comunicação por referência aos novos pensamentos místicos, caso se tome por essencial a ideia de conjunção: a comunicação é o que nos liga ao outro: Para usar o meu vocabulário habitual, a comunicação é o que faz reliance (religação). A comunicação é cimento social.

Neste sentido, a comunicação adquire protagonismo na criação e na consolidação do imaginário social, tendo as mídias papel fundamental na propagação das imagens que representam grupos sociais, o mundo. “A palavra comunicação serve também para encarnar o retorno dessa velha ideia que é o imaginário, ou seja, o fato de que

se vibra com outros, em torno de alguma coisa, seja qual for essa coisa” (MAFFESOLI, 2003, p. 14).

As proposições de Maffesoli incluem a capacidade de sedução dos jornais, que agem em microgrupos, fazendo com que a informação alcance públicos específicos, de modo a legitimar e reforçar posturas, pensamentos e a construir imaginários. “A comunicação, portanto, é forma contemporânea de exprimir essa velha forma arquetípica de comunhão em torno de um totem” (2003, p. 16). Como podemos identificar, neste estudo, o caso do Portal Gospel Mais ilustra isto.

### **Os Pânicos Morais**

O conceito de pânico morais foi criado, na década de 60, por Stanley Cohen, para caracterizar a forma como a mídia, a opinião pública e os agentes de controle social reagem a determinados rompimentos de padrões normativos (MISKOLCI, 2007). Cohen, ainda estudante de doutorado, buscou refletir sobre o processo de sensibilização social no qual um tipo de comportamento e uma categoria de desviantes são identificados de forma que pequenos desvios da norma são julgados e recebem uma forte reação coletiva.

O pânico é ativado através da identificação do “outro” que foge aos padrões estabelecidos ou que representa algum perigo à sociedade. Em uma época não muito distante, o “outro” era o judeu, tendo sua imagem — criada pela propaganda nazista — associada a ratazanas e a tudo de mal que havia no mundo. O regime nazista, pelo mesmo mecanismo, também mobilizou as massas alemãs contra os comunistas, que eram vistos como pedófilos embriagados e agressores de mulheres. Naquele contexto, ambos representavam ameaças à raça ariana e ao povo alemão.

Miskolci se fundamenta em Erich Goode e Nachman Ben-Yehuda para explicar que a reação social a um fenômeno perigoso surge tanto do perigo real quanto do temor que ele ameace posições, ideologias e valores. Para os autores, o pânico moral é visto como um consenso, partilhado por membros da sociedade, que determina

as ameaças aos cidadãos e à ordem moral. Diante de tais ameaças, esses membros da sociedade tendem a concordar que algo “deve ser feito” em relação aos grupos que, segundo eles, causam a desordem.

Conforme explica Miskolci (2007, p. 112), o “algo a ser feito aponta para o fortalecimento do aparato de controle social, ou seja, novas leis ou até mesmo maior e mais intensa hostilidade e condenação pública a determinado estilo de vida”.

Casos recentes no Brasil, como os dois que são objeto desta pesquisa, indicam-nos que esse assunto merece profundas reflexões e deve ser debatido pela sociedade, local onde grupos, antes marginalizados, emergem e ganham voz e visibilidade.

Goode e Ben-Yehuda apontam para três formas de pânico morais: uma baseada em um modelo que explica suas origens nas classes populares, uma que enfatiza o poder das elites em utilizar-se deles e um último modelo centrado em grupos de interesses (MISKOLCI, 2007).

Diante dessas três divisões em torno dos pânico morais, entendemos que o modelo centrado nos grupos de interesses é o mais aceitável. Esse tipo de modelo tem como argumentação que distintos setores da sociedade agem de forma a trazer algum temor social já existente e transformá-lo na questão do momento.

Partindo dessa argumentação e tendo como base os exemplos em torno das questões trabalhadas neste artigo, observamos que distintos grupos sociais se mobilizaram contra as exposições do Santander Cultural e do MAM. Enxergando as manifestações artísticas dessas exposições como afronta e ameaça à família e às crianças, os grupos conservadores, em sua maioria religiosos, defendiam que tais manifestações incentivarão a pedofilia e a homossexualidade.

Partimos da premissa de que a arte deve levar provocações ao espectador e reflexões sobre os temas complexos do cotidiano e da sociedade (DEWEY, 2010). Entendemos também que a época atual é instigada à reflexão pelos diversos movimentos que ganham visibilidade, entre eles o movimento LGBT. Creedy (1975) buscou refletir sobre as artes plásticas nos ambientes sociais. Em livro organizado, com artigos de vários autores, tentou esclarecer a função

e os objetivos do artista em relação à sua própria sociedade e àquelas das futuras gerações.

Nessa coletânea, Barbu (1975, p. 24) reflete sobre a relação do artista com a sociedade em que esse se insere e da maneira pela qual isso é refletido em sua arte, ou seja, qual é o significado social específico de sua arte? O autor argumenta que, para que determinada arte seja interpretada, é necessário um esforço para compreendê-la dentro de um contexto cultural, crenças, concepções e atitudes específicas de uma comunidade (BARBU, 1975, p. 24).

Nesse sentido, compreendemos as obras da exposição *Queer-museu – Cartografias da diferença na arte brasileira* como uma reflexão sobre o contexto social brasileiro em que a temática LGBT, as questões de gênero e a diversidade sexual estão sendo debatidas por grande parte da sociedade. Compreendemos também, a respeito da performance *Le Bete*, que o nu sempre esteve presente nas obras de arte e em museus de todo mundo e que havia sinalização quanto ao conteúdo apresentado no local. Nesse sentido, grupos conservadores e religiosos que alardeiam que as duas expressões de arte representam uma ameaça aos valores tradicionais, sendo instrumentos de apologia à pedofilia, à homossexualidade e à blasfêmia de símbolos religiosos, constroem um imaginário negativado da arte e dos espaços de exposições (centros culturais e museus) por meio de pânico moral.

### **Os títulos do Gospel Mais e seus discursos**

Com base no referencial dos estudos do imaginário e dos pânicos morais, buscamos analisar os títulos das sete matérias publicadas no portal *Gospel Mais* sobre os casos que são objeto deste trabalho, partindo das contribuições de Eliseo Verón (2005), para elucidar os discursos ali presentes.

Véron utilizou o conceito de análise ideológica para explicar o sistema de relações entre um discurso e suas condições sociais de produção. Conforme o estudioso explica, em “nossas sociedades, não há discursos que sejam produzidos fora de condições econômi-

cas, sociais, políticas e institucionais determinadas” (VERÓN, 2005, p. 57), ou seja, todo discurso é produzido dentro de um contexto.

Argumentamos que, em um contexto em que emergem ondas conservadoras em todo o país, os discursos são produzidos por líderes religiosos, instituições e movimentos conservadores e veículos de comunicação, e visam, dessa forma, a produzir sentidos e disseminar sua própria ideologia.

Véron defende que a análise ideológica de produção social de sentido nada mais é do que a busca dos traços que os níveis do funcionamento social não deixam de imprimir nos discursos sociais. Ele explica que texto e discursos não são sinônimos, pois o texto designa-se como um “pacote” de matérias significantes, independentemente do modo de abordar sua análise. Já a “análise discursiva” implica certo número de postulados que fazem com que o texto não seja abordado de maneira qualquer (VÉRON, 2005).

Tendo como base essas contribuições teórico-analíticas, dedicamo-nos ao estudo dos títulos das matérias publicadas pelo site *Gospel Mais* a fim de se verificar como a produção de discursos ideológicos por esse portal alimenta os *pânicos morais* na sociedade.

O primeiro título “Exposição com apologia à pedofilia e desrespeito a símbolos cristãos gera revolta; Jonathan Nemer protestou: “Lixo’ refere-se a uma exposição em que as obras de arte supostamente incentivariam à pedofilia, reafirmando o contexto polêmico em que a *Queermuseu — Cartografias da diferença na arte brasileira* esteve inserida. O portal credencia a abordagem com a afirmação negativa de um popular ator e comediante *youtuber* evangélico do Canal Desconfinados Jonathan Nemer.

No segundo título “Santander cancela exposição e pede desculpas por apologia à pedofilia; Responsáveis serão convocados por CPI”, ao enfatizar que o banco pediu desculpas por apologia à pedofilia, o *Gospel Mais* não apenas reforça o discurso de que exposição incentivava tal prática, como também afirma algo que não consta na nota emitida pelo Santander Cultural: em nenhum momento a nota se referiu à exposição como algo que fazia apologia à pedofilia<sup>12</sup>. No

12 Veja na íntegra da nota na página do Santander Cultural no *Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/SantanderCultural/posts/732513686954201>. Acesso em: 8 maio 2018.

entanto, a segunda parte do título mantém a condenação do portal ao banco ao destacar que os responsáveis seriam convocados à Comissão Parlamentar de Inquérito do Senado Federal sobre Maus-Tratos a Crianças.

No terceiro título “Constrangido, Santander irá devolver verba pública usada na apologia à pedofilia”, a expressão acusatória “apologia à pedofilia” é trazida para referir-se à exposição, e o banco é colocado em posição de derrota, tendo sido os movimentos contrários vitoriosos.

Observamos, no quarto título “Jean Wyllys tem reação histérica contra cancelamento de exposição do Santander e tenta agredir Feliciano”, que as posições públicas do deputado homossexual Jean Wyllys (PSOL-RJ), quanto ao caso, são referidas com o adjetivo “histérica” e o verbo “agredir”. Além de reforçar os estereótipos de que homossexuais são histéricos, o título associa a exposição sobre a temática *queer* a algo que defendido por quem é “doentio” e “fora do normal”. A ideia de agressão reforça o imaginário do inimigo entre os evangélicos relacionado a salvos vs. pecadores, homossexuais vs. heterossexuais, cristãos vs. não cristãos (CUNHA, 2013).

O quinto e último título a respeito da exposição *Queermuseu*, “Santander critica ‘intolerantes’ por repúdio à exposição e igreja anuncia encerramento de conta no banco”, expõe de forma pejorativa a crítica do banco aos que se posicionaram de forma contrária à exposição, com o uso de aspas na palavra “intolerantes”. Destaca, ainda, como conectivo aditivo, o posicionamento de uma igreja que teria encerrado a conta no Santander por conta da polêmica. Nesse caso, o *Gospel Mais* afirma que a atitude do banco de manter posição pró-exposição promoveu reação concreta de uma igreja com a retirada da conta, o que denota mais uma vez o combate ao inimigo, por meio de um exemplo, uma convocação à ação da parte do público do Portal, pessoas de igrejas.

Diante do material selecionado em relação à performance *La Bête*, atentamos para o título “Pastores Cláudio Duarte, Feliciano e Malafaia criticam exposição de artista nu para crianças: ‘Deixem-nas em paz’”. O termo “Deixem-nas em paz” vai ao encontro dos títulos



publicados nas matérias da exposição *Queermuseu – Cartografias da diversidade na arte brasileira*. Uma vez que a performance *La Bête* ocorreu posteriormente, portanto, o título tem o sentido de “basta”, reforçando o discurso de que as exposições praticavam ou incentivavam a pedofilia. E o dito é pronunciado por duas celebridades do universo evangélico midiático, credenciadas pelo *Gospel Mais* como autoridades que chancelam o discurso. Reforça-se, também, o imaginário em torno da guerra entre o bem e o mal, com os pastores se posicionando como protetores das crianças indefesas.

O último título analisado, “Postura da imprensa no caso de crianças expostas a homem nu foi ‘vergonhosa’, critica Silas Malafaia” apresenta outro posicionamento do pastor midiático Silas Malafaia, nesse caso, contra uma possível cumplicidade das grandes mídias noticiosas, que não condenaram a performance *La Bête*. Ao dizer que a postura da imprensa foi “vergonhosa”, o pastor se posiciona como defensor das crianças ameaçadas e contrário à realização da exposição. Mais uma vez o portal *Gospel Mais* credencia Silas Malafaia como a voz dos evangélicos.

**Quadro 2 - Abordagem das matérias sobre *Queermuseu e La Bête* no portal *Gospel Mais***

DATA DA PUBLICAÇÃO	TÍTULO DAS MATÉRIAS	ABORDAGEM
11/09/2017	Exposição com apologia à pedofilia e desrespeito a símbolos cristãos gera revolta; Jonathan Nemer protestou: “Lixo”	Condenação da exposição e construção do imaginário de prática de incentivo à pedofilia e desrespeito a símbolos cristãos.
12/09/2017	Santander cancela exposição e pede desculpas por apologia à pedofilia; Responsáveis serão convocados por CPI	Reforço do imaginário da prática de incentivo à pedofilia. Condenação do banco.
13/09/2017	Constrangido, Santander irá devolver verba pública usada na apologia à pedofilia	Reforço do imaginário da prática do incentivo à pedofilia. Vitória dos movimentos contrários à exposição.
13/09/2017	Jean Wyllys tem reação histórica contra cancelamento de exposição do Santander e tenta agredir Feliciano	Construção do imaginário de inimigo de evangélicos, de embate entre gays e heterossexuais, entre cristãos e não cristãos.

CONTINUA

CONCLUSÃO

16/09/2017	Santander critica “intolerantes” por repúdio à exposição e igreja anuncia encerramento de conta no banco	Construção do imaginário de inimigo de evangélicos e de reação das igrejas - embate entre as instituições.
02/10/2017	Pastores Cláudio Duarte, Feliciano e Malafaia criticam exposição de artista nu para crianças: “Deixem-nas em paz”	Construção do imaginário da prática da pedofilia na apresentação. Reforço do imaginário da guerra entre o bem e o mal, com pastores sendo protetores dos indefesos.
03/10/2017	Postura da imprensa no caso de crianças expostas a homem nu foi “vergonhosa”, critica Silas Malafaia	Construção da imagem da imprensa como inimiga. Reforço do imaginário da guerra entre o bem e o mal, com o pastor atuando como advogado dos indefesos.

Fonte: os autores (2019).

### Notas conclusivas

A análise dos títulos publicados no portal *Gospel Mais*, sobre a exposição *Queermuseu — Cartografias da diferença na arte brasileira* e a performance *La Bête*, entre os meses de setembro e outubro de 2017, possibilitou-nos uma observação significativa tanto da construção do imaginário social, como também da criação de pânico sociais.

Foi possível diagnosticar elementos que configuram o caráter conservador do portal *Gospel Mais* e de suas produções como incentivo à compreensão da arte, das suas diversas expressões e de seus espaços (museus e centros culturais) como potenciais estimuladoras da pedofilia, zoofilia, homossexualidade e do desrespeito aos símbolos religiosos.

Pôde-se perceber que os títulos das matérias produzidas foram construídos com a intenção de proporcionar a construção de um imaginário negativo sobre as expressões artísticas tanto da exposição, quanto da performance, classificadas como inimigos do público cristão, que demandam atitude de embate. Trata-se de uma abordagem discursiva que imprime a ideologia conservadora no tocante ao controle dos corpos, que encontra guarida no pouco acesso às expressões artísticas de boa parte da população brasileira.

Retomamos as noções de Maffesoli, expostas acima, sobre a comunicação “dar coesão” e “fazer vibrar”, sendo os seus processos fundamentais na dinâmica que mantém a existência dos diferentes

grupos sociais. No caso em questão, os religiosos evangélicos e a comunicação do portal *Gospel Mais* buscam dar coesão e fazer vibrar esse público por meio do imaginário do combate a inimigos, da luta arquetípica do bem contra o mal, alimentada pela criação do pânico moral relacionado à ameaça gay à família tradicional. A criação do pânico moral em torno da destruição das famílias e a ameaça às crianças deu importante tom a esses discursos para o alcance, avaliado nos conteúdos da mídia evangélica como vitorioso.

Deste esforço de análise, reconhecemos que essa temática aponta para outras possíveis e mais profundas abordagens. O assunto está no calor dos climas sociais vividos no atual contexto social brasileiro, e a compreensão dos significados presentes na produção e na disseminação dos conteúdos das mídias noticiosas, grandes ou segmentadas, faz-se muito necessária.

## REFERÊNCIAS

BARBU, Zevedei. Perspectivas Sociológicas em Arte e Literatura. In: CREEDY, Jean (Org.). **O contexto social da arte**. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1975. p. 15-30.

COPEL, Júlia. MAM nega erotismo de performance após vídeo com criança tocando em artista nu gerar controvérsia. **O Globo**, 29 set. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/mam-nega-erotismo-de-performance-apos-video-com-crianca-tocando-em-artista-nu-gerar-controversia-21886755>. Acesso em: 8 maio 2018.

CREEDY, Jean (Org.). **O contexto social da arte**. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1975.

CUNHA, Magali do Nascimento. Da imagem à imaginação e ao imaginário: elementos-chave para os estudos em comunicação e cultura. In: BARROS, L. M. (Org.). **Discursos midiáticos: representações e apropriações culturais**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2011. p. 33-50.

CUNHA, Magali do Nascimento. O lugar das mídias no processo de construção imaginária do “inimigo” no caso Marco Feliciano. **Comunicação, Mídia e Consumo**, vol. 10, n. 29, p. 51-74 set./dez. 2013.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ASSESSORIA PARLAMENTAR (DIAP). **Radiografia do Novo Congresso: Legislatura 2015-2019**. Brasília: DIAP, 2014 (Estudos Políticos do DIAP).

DEWEY, John. **Arte como experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

*FACEBOOK* do Santander Cultural. Disponível em: <https://www.facebook.com/SantanderCultural/posts/732513686954201>. Acesso em: 8 maio 2018.

LEMONS, Ronaldo. Nas redes sociais, internautas praticamente só leem títulos de postagens. **Folha de São Paulo**, 23 set. 2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemons/2013/09/1345228-nas-redes-sociais-internautas-praticamente-so-leem-titulos-de-postagens.shtml?loggedpaywall>. Acesso em: 8 maio 2018.

MAFFESOLI, Michel. A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). **Famecos**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, n.20, p. 13-20, 2003.

MENDONÇA, Ricardo. Ideologia interfere pouco na decisão de voto, diz Datafolha. **Folha de São Paulo**, 14 out. 2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/133801-ideologia-interfere-pouco-na-decisao-de-voto-diz-datafolha.shtml>. Acesso em: 8 maio 2018.

MISKOLCI, Richard. Pânicos morais e controle social: reflexões sobre o casamento gay. **Cadernos Pagu**, Campinas, n.29, p. 101-128, jan.-jun. 2007.

“NÃO entendo que isso seja arte”, diz coordenadora do MBL/RS sobre a exposição “Queermuseu”. **Zero Hora On Line**, 10 set. 2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/artes/noticia/2017/09/nao-entendo-que-isso-seja-arte-diz-coordenadora-do-mbl-rs-sobre-a-exposicao-queermuseu-9893226.html>. Acesso em: 8 maio 2018.

OLIVEIRA, Fabrício César de. Quem compreende mal a arte, compreende mal a si mesmo—Freud. **Observatório da imprensa**, Campinas, nov. 2017. Seção Educação: Arte além das mídias. Disponível em: <http://observatoriodaimpresa.com.br/educacao/quem-compreende-mal-arte-compreende-mal-si-mesmo-freud/>. Acesso: 01 dez. 2017.

PINTO, Céli Regina Jardim. A trajetória discursiva das manifestações de rua no Brasil (2013-2015). **Lua Nova**, n. 100, p. 119-153, 2017.

PORTAL Evangélico Gospel Mais. Disponível em: <https://gospelmais.com.br>. Acesso em: 11 abr. 2019.

PROCURADORIA pede arquivamento de investigação sobre interação de criança com artista nu no MAM. **G1**, 22 fev. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/procuradoria-pede-arquivamento-de-investigacao-sobre-interacao-de-crianca-com-artista-nu-no-mam.ghtml>. Acesso em: 8 maio 2018.

PÚBLICOS de cultura. **Sesc - Serviço Nacional do Comércio**, [São Paulo], s.d. Disponível em: <http://www.sesc.com.br/portal/site/publicosdecultura/inicio/>. Acesso em: 08 dez. 2017.

SIMILARWEB. **Acessos no Site GospelMais**. Disponível em: <https://www.similarweb.com/website/gospelmais.com.br#overview>. Acesso em: 8 maio 2018.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2005.

WELLE, Deutsche. A nova onda conservadora no Brasil. **Carta Capital**, 7 dez. 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/a-nova-onda-conservadora-no-brasil>. Acesso em: 8 maio 2018.



# EXCOMUNICAÇÃO: NOVOS MODOS DE INTOLERÂNCIA INTRARRELIGIOSA EM TEMPOS DE MUDIATIZAÇÃO DIGITAL

*Moisés Sbardelotto*

## Introdução

O ambiente digital vem se caracterizando pela difusão de diversas desinformações e má-informações, como as chamadas *fake news*, gerando uma “desordem informacional”, mediante redes de criação, disseminação e consumo de “poluição de informações em escala global” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2018). Atos de violência simbólica, discursos de ódio e preconceito étnico, sexual e outros abundam nas plataformas sociodigitais. O fenômeno da intolerância em rede vem desafiando a reflexão e a ação social em vários âmbitos. A religião não fica isenta disso.

Diversos estudos já analisaram esse fenômeno a partir de vários ângulos. Grande parte de tais análises, de modo geral, se debruça sobre a compreensão da intolerância a partir de reflexões de caráter histórico-filosófico sobre a origem do mal, do ódio e da violência e sua punição; ou de caráter psicológico sobre a personalidade dos sujeitos envolvidos; ou de caráter sociológico sobre o contexto em que tais casos ocorrem e suas motivações; ou ainda de caráter tecnológico sobre as plataformas utilizadas e suas potencialidades. Pouco se avança, contudo, na compreensão das processualidades propriamente comunicacionais em jogo em cada episódio de intolerância em rede.

Neste texto, analisa-se a intolerância intrarreligiosa em rede, especificamente no âmbito do Catolicismo Romano, em um período histórico de midiáticação digital da religião. Primeiramente, busca-se compreender, a partir do conceito de midiáticação, o contexto comunicacional contemporâneo em que modalidades mais complexas de comunicação podem gerar e mediar modalidades mais complexas de religião e religiosidade. Nesse contexto, reflete-se sobre

a manifestação de opiniões agressivas, repressoras ou violentas em rede contra os diferentes e as diferenças no interior do próprio Catolicismo, fenômeno que vem sendo reconhecido e condenado pela própria instituição Igreja Católica e sua hierarquia.

Em seguida, busca-se compreender não apenas o que caracteriza tal fenômeno do ponto de vista psicológico, sociológico, histórico, teológico etc., mas sim o processo propriamente comunicacional que perpassa as expressões de intolerância em rede — aquilo que aqui chamamos de “excomunicação”. Trata-se de uma “força de exclusão” que constitui limites e fronteiras entre os interagentes<sup>1</sup>, suas práticas comunicacionais e seus universos de sentido em um dado processo comunicacional. A comunicação demanda, tentativamente, organização e regulação, para se estabelecerem relações potencialmente equilibradas e complementares entre as partes antagônicas, diversas e diferentes que participam de uma determinada interação, para evitar a dispersão e, conseqüentemente, a incomunicação.

Para compreender tal fenômeno, analisa-se a página oficial da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) no *Facebook*. Faz-se um estudo de caso da postagem dos “Termos de uso da página”, que explicita normas de interação com seus visitantes e seguidores, e entre eles. Exploram-se, aí, ações comunicacionais que buscam silenciar ou excluir outro interagente ou conteúdo, na tensão entre ordem e desordem, abertura e fechamento, similaridade e diversidade. Tal excomunicação se explicita como a comunicação de que uma comunicação alheia deve cessar, ou de que não deveria nem existir, ou de que outra comunicação é necessária.

Como conclusão, afirma-se que não há comunicação sem excomunicação, pois a constituição e organização de processos interacionais em rede envolvem a produção de desvios, escapes, tensões, excessos e, ao mesmo tempo, a necessidade de sua regulação. Para evitar que a excomunicação se converta em incomunicação, propõe-se um esforço de “reconexão”, ou seja, de “conexão de

---

1 Interagente é aquele que age com outro, **que age e faz agir** (interage) no processo midiático (seja ele um indivíduo, um grupo, ou uma instituição), sem distinção prévia e apriorística entre “produtor” ou “receptor”.



conexões”, de articulação complexa de lógicas interacionais diversas e de organização das diferenças, sem excluí-las.

### **A intolerância intrarreligiosa no Catolicismo em tempos de mídia digital**

No âmbito religioso, com o desenvolvimento histórico, modalidades mais complexas de comunicação podem gerar e mediar modalidades mais complexas de religião e religiosidade. Hoje, a partir da complexidade social articulada com o processo de digitalização, as religiões e as igrejas vão sendo impelidas a modificar suas próprias estruturas comunicacionais e sistemas internos e externos de significação do sagrado, mediante apropriação, negociação, reconstrução dos e com os processos midiáticos.

Ocorre hoje um deslocamento das práticas de fé para o ambiente *on-line*, a partir de lógicas midiáticas, complexificando o fenômeno religioso e as processualidades comunicacionais mediante novas temporalidades, novas espacialidades, novas materialidades, novas discursividades e novas ritualidades (SBARDELOTTO, 2012). Nesse deslocamento, a circulação de sentidos religiosos em rede ultrapassa as próprias condições de possibilidade de controle por parte das instituições religiosas, abrindo-se às múltiplas construções de sentido sociais em processos midiáticos.

Em meio aos processos midiáticos digitais,

a religião na sociedade complexa entrou em “flutuação”, ou seja, numa relação de *maior indeterminação* — e, portanto, de *maior liberdade* — em relação às outras esferas sociais, especialmente àquela da produção, e à lógica da racionalização instrumental nelas dominantes. Isto é, a religião, constituindo um recurso de sentido e uma reserva de significados, é capaz de assumir em si mesma as relações sociais existentes, conferindo-lhes formas diferentes e *favorecendo diversas mixagens entre os elementos da tradição e da modernidade*, com resultados não apenas acomodatórios, mas inovadores e até disfuncionais em relação ao sistema social, e *governados por uma lógica específica: a da comunicação simbólica* (MARTELLI, 1995, p. 26, grifos nossos).

Tal comunicação simbólica, na contemporaneidade, se desdobra principalmente no ambiente digital. A religiosidade *on-line*, portanto, é tanto um produto quanto um sinal da mudança produzida pelo fenômeno da midiaticização. Nesse processo, a coexistência de visões diferentes e abertamente heterodoxas em rede expõe a pessoa a um ambiente religioso e doutrinal mais fluido, que tende à experimentação. Isso porque, em redes comunicacionais,

os significados que os diversos componentes atribuem ao que os reúne [como as crenças e práticas religiosas] são discutidos, submetidos a uma *continua negociação*, aceitos e redefinidos, acolhidos com entusiasmo ou com críticas. [...] A participação de mais pessoas em tal processo de *definição e redefinição dos significados* dilata o sentido a ser atribuído a palavras-chave (por exemplo: as palavras “Deus” ou “espírito”) ou a objetos que pretendem incorporar uma mensagem simbólica” (PACE, 2013, p. 22, trad. e grifos nossos).<sup>2</sup>

Desse modo, é relevante observar o que acontece quando a experiência e a comunicação religiosas se manifestam nos ambientes digitais, que concedem um grau de autonomia e liberdade muito maior à construção de sentido em uma escala mais ampla e abrangente, “liberando uma subjetividade que pode pôr em crise o princípio de autoridade sobre o qual se baseia a força comunicativa das religiões históricas” (PACE, 2013, p. 191, trad. nossa).<sup>3</sup>

Interessa-nos observar esse fenômeno em sua caracterização que aqui chamamos de “intrarreligiosa”, isto é, no interior de um mesmo universo religioso, a saber, o do Catolicismo Romano. É nesse âmbito que percebemos a manifestação da intolerância mediante a comunicação de opiniões agressivas, repressoras ou violentas em rede contra os diferentes e as diferenças no interior dessa mesma religião. Como aponta Faggioli (2017, s/p) nos últimos anos, vem emergindo, particularmente no ambiente digital, “um novo tipo de

---

2 “I significati che i diversi componenti attribuiscono a ciò che li accomuna (stili di vita, esperienze, vissuti, emozioni, idee, preferenze alimentari e così via) sono discussi, sottoposti a una continua negoziazione, accettati e ridefiniti, accolti con entusiasmo o con critiche. [...] La partecipazione di più persone a tal processo di definizione e ridefinizione dei significati dilata il senso da attribuire a parole chiave (ad esempio: le parole ‘Dio’ o ‘spirito’) o a oggetti che pretendono di incorporare un messaggio simbolico.”

3 “[...] liberando una soggettività che può mettere in crisi il principio di autorità su cui si basa la forza comunicativa delle religioni storiche.”

censura que usa a violência verbal para intimidar os católicos individuais, assim como as instituições dentro da Igreja”. Os sujeitos de tais práticas formam aquilo que o autor chama de “cibermilícias católicas [...] propagandistas verbalmente violentos das mídias sociais católicas” (FAGGIOLI, 2017, s/p).

Nesta “era da raiva”, como define Faggioli (2017, s/p), a Igreja Católica não está imune a tais processos e também vem buscando entender o fenômeno e encontrar saídas possíveis. Com o avanço do processo de conectivização social e a crescente explicitação de problemáticas comunicacionais antes menos evidentes, a Igreja precisou atentar para os limites da comunicação em rede. Em sua mensagem para o Dia Mundial das Comunicações de 2009, Bento XVI lembrava aos profissionais que “operam no setor da produção e difusão de conteúdos dos novos *media*” o seu dever de “evitar a partilha de palavras e imagens degradantes para o ser humano e, consequentemente, excluir aquilo que alimenta o ódio e a intolerância” (BENTO XVI, 2009, s/p). Outros dois documentos históricos do ex-Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, especificamente — *Igreja e Internet* (2002) e *Ética na Internet* (2002) —, também reconheciam a existência de “sites que instigam ao ódio, destinados a difamar e a atacar os grupos religiosos e étnicos. Alguns deles estão orientados contra a Igreja Católica” (PONTIFÍCIO, 2002, n. 8).

Como se percebe, entretanto, a abordagem eclesial voltava-se a um fenômeno considerado como externo à Igreja, operado apenas por agentes não eclesiais (como os profissionais das mídias) e que investia contra ela, de fora para dentro.

Foi o Papa Francisco — que iniciou seu pontificado em 2013 — quem inovou ao acompanhar os desdobramentos desse processo, analisando-o a partir de outro ponto de vista. Sua inovação foi constatar que não se trata de um fenômeno “extrarreligioso” em relação à Igreja Católica (ou, no máximo, “inter-religioso”), mas sim propriamente “intrarreligioso”, isto é, de ódio instigado e disseminado contra e entre os próprios católicos, dentro do próprio catolicismo.

Francisco fez tal afirmação não apenas *en passant*, mas sim em um documento de grande importância doutrinal institucional como

uma exortação apostólica, a *Gaudete et exsultate*, de 2018. Nela, o pontífice reconhece textualmente:

Pode acontecer também que os cristãos façam parte de redes de violência verbal através da internet e vários fóruns ou espaços de intercâmbio digital. Mesmo nas mídias católicas, é possível ultrapassar os limites, tolerando-se a difamação e a calúnia e parecendo excluir qualquer ética e respeito pela fama alheia. Gera-se, assim, um dualismo perigoso, porque, nestas redes, dizem-se coisas que não seriam toleráveis na vida pública e procura-se compensar as próprias insatisfações descarregando furiosamente os desejos de vingança (FRANCISCO, 2018a, n. 115).

Trata-se de um reconhecimento crítico de grande relevância e, ao mesmo tempo, sem precedentes, ao explicitar que tais “redes de violência verbal” na internet envolvem os próprios católicos e as próprias mídias católicas. No documento, Francisco situa tal problemática na tensão entre as limitações da pessoa individual — “nossas inclinações agressivas e egocêntricas” (FRANCISCO, 2018a, n. 114) — e as da sociedade — a “violência que invade a vida social” (FRANCISCO, 2018a, n. 116).

De certo modo, esse documento é a expressão mais direta e contundente da constatação por parte da Igreja Católica de que a ação social em geral sobre os processos de comunicação opera desvios e ressignificações que vão muito além (ou ficam muito aquém) daquilo que a própria instituição religiosa considera e defende como uma “boa comunicação”, gerando afetações e desdobramentos para a sua própria existência nas inter-relações sociais. Antes disso, em outros documentos, Francisco ofereceu elementos que já apontavam para esse “lado obscuro” da comunicação digital, que às vezes se apresenta como verdadeira “rede feita para capturar” (FRANCISCO, 2019a).

Em sua Encíclica *Laudato si'*, Francisco (2015, n. 47) afirmava que a “comunicação mediada pela internet” permite “selecionar ou eliminar a nosso arbítrio as relações” interpessoais e sociais. E, embora os “meios atuais permitem-nos comunicar e partilhar conhecimentos e afetos”, às vezes, também vai crescendo “uma profunda e melancólica insatisfação nas relações interpessoais ou um nocivo isolamento”.

Já na mensagem enviada por ocasião do 52º Dia Mundial das Comunicações Sociais, em 2018, Francisco refletiu sobre o tema das chamadas “*fake news*”, lendo o fenômeno a partir da (não) relação com o “outro”: “O drama da desinformação é o descrédito do outro, a sua representação como inimigo, chegando-se a uma demonização que pode fomentar conflitos [...] cujo único resultado é o risco de se dilatar a arrogância e o ódio” (FRANCISCO, 2018b, s/p).

Na exortação apostólica *Christus vivit*, dirigida especialmente aos jovens, Francisco (2019) dedica uma seção inteira de um capítulo para falar sobre o “ambiente digital”. Reconhecendo que “a internet e as redes sociais geraram uma nova maneira de comunicar e criar vínculos” (FRANCISCO, 2019b, n. 87), o pontífice também assume que esse fenômeno possui “limites e deficiências” (FRANCISCO, 2019b, n. 88).

De fato, ‘o ambiente digital é também um território de solidão, manipulação, exploração e violência, até ao caso extremo da *dark web*. Os meios de comunicação digitais podem expor ao risco de dependência, isolamento e perda progressiva de contato com a realidade concreta, dificultando o desenvolvimento de relações interpessoais autênticas. Difundem-se novas formas de violência através das redes sociais, como o *cyberbullying* [...]. O funcionamento de muitas plataformas acaba frequentemente por favorecer o encontro entre pessoas com as mesmas ideias, dificultando o confronto entre as diferenças. Estes circuitos fechados facilitam a divulgação de informações e notícias falsas, fomentando preconceitos e ódio. [...] A reputação das pessoas é comprometida através de processos sumários on-line. O fenômeno diz respeito também à Igreja e seus pastores’. [...] ‘as relações on-line podem tornar-se desumanas. Os espaços digitais não nos deixam ver a vulnerabilidade do outro e dificultam a reflexão pessoal. [...]’” (FRANCISCO, 2019b, n. 88-90).

A partir dessas reflexões eclesiais, percebe-se que tais desvios e tensões vão sendo reconhecidos como parte dos próprios processos comunicacionais, embora sendo interpretados como prejudiciais para a constituição de “relações interpessoais autênticas”. Por outro lado, a Igreja Católica assume que o “confronto com as diferenças” é algo positivo para toda comunicação — ao contrário do “encontro [apenas] entre pessoas com as mesmas ideias”, por ser empobrecedor

e obstaculizante —, desde que se evitem situações “extremas”, como o preconceito, a violência e o ódio, o “descrédito do outro”. Como aponta Francisco, tudo isso envolve escolhas e eliminações de relações “a nosso arbítrio”, isto é, como veremos no caso aqui analisado, de gestos operados mediante ações comunicacionais dos interagentes. É a isso que chamamos de excomunicação.

### **Excomunicação: entre a intolerância e a incomunicação**

Em outro contexto, afirmamos que, em meio à pretensa homogeneidade do Catolicismo brasileiro, destaca-se em rede o seu pluralismo na metamorfose comunicacional de práticas e crenças, graças também às processualidades da midiatização, mediante um processo que chamamos de “heresia comunicacional” (SBARDELOTTO, 2017). Trata-se de desviar, desestabilizar, desafiar, contestar, subverter, transgredir expectativas sociocomunicacionais convencionais ou supostamente “canônicas” em um dado contexto interacional.

Na ambiência das redes comunicacionais, cada interagente pode não apenas perceber e experimentar o Catolicismo, mas também expressá-lo publicamente, com grande abrangência e velocidade, de modo mais autônomo. Em rede, o acesso facilitado a uma enorme multiplicidade de construções sociais de sentido sobre o Catolicismo, e também a diversas possibilidades de construção de sentido por parte do indivíduo, exige *escolhas* (em grego, *hairesis*). Mediante diversas ações, os interagentes encontram formas de reconstruir os sentidos em circulação por meio da experimentação religiosa, gerando tensões e desdobramentos. Nesse contexto, todo gesto de “curtir”, comentar, compartilhar ou retuitar, potencialmente, é uma forma de introduzir a divergência, a dimensão polêmica, o debate crítico, a turbulência. Nesse sentido, a heresia comunicacional pode ser percebida como “realidade positiva e dinâmica para o desenvolvimento das interações, não como ‘ruído’, mas como ‘princípio criativo’ e ‘força gerativa’” (SBARDELOTTO, 2017, p. 308).

Tais heresias comunicacionais, em suas diferenças e diversidades, se expressam de modo mais evidente naquilo que aqui chamamos de

“excomunicação” — e, ao mesmo tempo, é essa mesma ação também, em outro sentido, que impede que tal divergência e turbulência não implodam o próprio processo interacional, desembocando na incomunicação total. Esse conceito é trabalhado por Galloway, Thacker & Wark (2014), que apontam para modos de mediação que recusam à pretensa “bidirecionalidade” de todo processo comunicacional, isto é,

situações mediativas em que a heresia, o exílio ou o banimento levam a melhor, e não a repetição, a comunhão ou a integração. Há certos tipos de mensagens que afirmam que *não haverá mais mensagens*. Por quê? As razões podem variar, do paradoxal lirismo do inefável (“não posso descrever em palavras”), à recusa ao engajamento (“eu prefiro que não”), ao caráter contencioso da apatia (“não vale a pena dizer certas coisas”), ao enigma do silêncio (e sua impossibilidade) (GALLOWAY; THACKER; WARK, 2014, p. 10, trad. nossa).<sup>4</sup>

Portanto, sintetizam os autores, “para toda comunicação há uma correlativa excomunicação [*excommunication*]” (GALLOWAY; THACKER; WARK, 2014, p. 10, trad. nossa)<sup>5</sup>: um discurso pela mudança, pela superação, pelo fim de outro discurso, que passa, então, a se instituir como novo discurso. Trata-se da comunicação de que uma comunicação deve cessar, ou não deveria nem existir, ou de que outra comunicação é necessária; em suma, uma “mensagem pelo fim das mensagens” (GALLOWAY; THACKER; WARK, 2014, p. 12) até então existentes, “uma mensagem que proclama: ‘não haverá mais mensagens’” (GALLOWAY; THACKER; WARK, 2014, p. 15)<sup>6</sup>. A excomunicação, em certo sentido, está relacionada com um gesto de “excomunhão” simbólica (do latim, *excommunicatio*): “Para que haja

---

4 “[...] mediative situations in which heresy, exile, or banishment carry the day, not repetition, communion, or integration. There are certain kinds of messages that state *there will be no more messages*. Why? The reason may vary, from the paradoxical lyricism of the ineffable (‘it can’t be put into words’), to the refusal to engage (‘I prefer not to’), to the contentiousness of apathy (‘some things aren’t worth saying’), to the enigma of silence (and its impossibility).”

5 “[...] for every communication there is a correlative *excommunication*.”

6 “[...] a message for the ending of messages [...] a message that proclaims: ‘*there will be no more messages*’”

conexões, é preciso haver desconexões — excomunicação. Algo ou alguém é excluído” (WARK, 2014, p. 161, trad. nossa).<sup>7</sup>

Interessa-nos aqui, como afirmam os autores, “não tanto a blasfêmia, mas sim a heresia, não é tanto a má comunicação, mas sim a excomunicação” (GALLOWAY; THACKER; WARK, 2014, p. 21, trad. nossa)<sup>8</sup>. Isto é, trata-se de um deslocamento da observação do fenômeno, de uma quase inversão da análise: não apenas buscar entender o que há de mau na “má comunicação” do ponto de vista psicológico, sociológico, histórico, teológico etc. (o ódio, a violência, o caráter “*hater*” dos sujeitos e práticas envolvidos), mas sim como se dá a “comunicação do ‘mal’”, o processo propriamente comunicacional que perpassa as expressões de intolerância em rede.

Com isso, partimos do pressuposto de que a assim chamada “má comunicação”, como tal, também é uma modalidade de comunicação, e é isso que importa como ponto de partida para uma análise comunicacional — todo juízo de valor vem em segundo lugar. Assim, entendemos que uma “má comunicação” não é meramente um processo destruidor da “verdadeira comunicação”, mas explicita uma tensão existente em todo processo comunicacional, inclusive nos meandros de uma assim considerada “boa comunicação”. O objetivo, aqui, portanto, não é de fazer uma “excomunicação da excomunicação”, mas sim entender que, em toda comunicação (“boa” ou “má”), existe uma tensão entre diferentes e diferenças (a começar pelo “eu” e pelo “tu” de quem se comunica) que, precisamente, retroalimenta o próprio processo comunicacional. É o que Morin (2008) explicita a partir do pensamento sistêmico-complexo:

Toda inter-relação organizacional supõe a existência e o jogo de atrações, de afinidades, possibilidades de ligações ou de comunicações entre elementos ou indivíduos. Mas a manutenção das diferenças supõe igualmente a existência das forças de exclusão, de repulsão, de dissociação, sem as quais tudo se confundiria e nenhum sistema seria concebível (MORIN, 2008, p. 151).

---

7 “[...] for there to be connections there have to be disconnections — excommunication. Something or someone is excluded.”

8 “[...] not so much a blasphemy but a heresy, not so much miscommunication but excommunication.”



A excomunicação, nesse sentido, atuaria, em meio a conexões em rede, como uma “força de exclusão” e de “excomunhão”, que constitui limites e fronteiras como modo de regular as inter-relações entre os interagentes, suas práticas comunicacionais e seus universos de sentido. A excomunicação tem relação direta com a desordem em um dado processo comunicacional, seja no sentido de fomentá-la, seja no sentido de contê-la. Por isso, é preciso entender que “ela é potencialmente destruidora, mas, ao mesmo tempo, ela é tolerada até um certo grau, *necessária até um certo grau*” (MORIN, 2008, p. 267, grifo nosso), justamente para que tal processo não degenere, em seu extremo, no bloqueio total à interação, no puro isolamento, gerando incomunicação.

“Todo sistema cuja organização é ativa é, na verdade, um sistema no qual *os antagonismos são ativos*. As regulações supõem um mínimo de antagonismos em alerta” (MORIN, 2008, p. 153, grifo nosso). Em uma organização sistêmica, como no caso de um processo interacional, é preciso haver “uma margem de flutuações” (MORIN, 2008, p. 153), ou seja, que “as forças de atração, as afinidades, as ligações, as comunicações, etc., predominem sobre as forças de repulsão, exclusão, dissociação” (MORIN, 2008, p. 151). Se estas últimas “não estivessem inibidas aquém de um certo limite, desenvolveriam-se [sic] de maneira desintegradora” (MORIN, 2008, p. 153) sobre o processo interacional.

A comunicação, portanto, é marcada por uma forte tensão entre antagonismos e diferenças, em que, se não houver processos de regulação e rearranjo, “a grande diversidade corre o risco de explodir a organização e se transformar em dispersão” (MORIN, 2008, p. 148). A excomunicação explicita justamente que a comunicação demanda, tentativamente, organização e regulação, para se estabelecerem relações potencialmente equilibradas e complementares entre as partes antagonicas, diversas e diferentes que participam de uma determinada interação, para evitar a dispersão e, conseqüentemente, a incomunicação.

Contudo, tal organização e regulação não se dão mediante um equilíbrio de forças “natural” e automático: é preciso operar um esforço

de “fechamento” em relação ao ambiente interacional ou simbólico das redes. “É quando há verdadeiramente abertura organizacional que há fechamento organizacional” (MORIN, 2008, p. 169), e é esse processo de fechamento que garante que os interagentes — sejam eles indivíduos, grupos, instituições, páginas etc. — assegurem sua autonomia e preservem a sua complexidade — e, conseqüentemente, deem continuidade às interações, em um processo comunicacional de circulação ativa, criativa, generativa e transformadora, e não de mero “círculo vicioso”. É o que veremos em nosso estudo de caso.

### O caso dos “Termos de uso” da página da CNBB no *Facebook*

Realizaremos aqui um estudo de caso de uma postagem realizada pela página oficial da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) no *Facebook*, em resposta à intolerância intrarreligiosa percebida nesse ambiente, que gerou grande repercussão. Com isso, pretendemos fazer uma “exploração intensa” (BECKER, 1999) dessa postagem, especificamente mediante a análise e a descrição das ações comunicacionais que possibilitaram a manifestação dessa intolerância em rede, no esforço de ver a especificidade daquilo que os diversos interagentes **fazem efetivamente** no ambiente digital em suas interações.

Isto é, não nos interessa tanto investigar os “porquês” de tal intolerância, mas sim o seu “como”, ou seja, o processo comunicacional que possibilita sua manifestação em rede. Mediante inferências a partir de indícios, sinais, pistas e marcas dos processos, buscamos “gerar proposições de crescente abstração ‘a partir de realidades concretas’ [...] no ‘desentranhamento’ de questões comunicacionais diretamente relacionadas ao fenômeno ‘em sociedade’” (BRAGA, 2008, p. 77).

No *Facebook*, a CNBB tem uma presença oficial na página “CNBB — Conferência dos Bispos”<sup>9</sup>, com mais de 254.000 seguidores até o período de conclusão deste capítulo, maio de 2019. A página explica que a CNBB “é a instituição permanente que congrega os Bispos da

---

9 Disponível em: <https://www.facebook.com/cnbbnacional>. Acesso em: 30 abr. 2019.

Igreja católica no País” (sic). Trata-se, portanto, do mais elevado órgão oficial da Igreja Católica no Brasil. Em sua página no *Facebook*, são publicadas diversas informações referentes à Igreja no país e também à atuação da Conferência em geral, de seus Regionais específicos, de suas Comissões ou ainda de bispos individuais.

No dia 16 de janeiro de 2019, a conta da CNBB no *Facebook* publicou os “Termos de uso da página”<sup>10</sup>, explicitando suas normas para a interação com os visitantes e seguidores, e entre eles. Durante vários meses até o período de conclusão deste capítulo, maio de 2019, essa postagem — publicada na modalidade “Nota”, de acordo com os padrões do *Facebook*, que apresenta uma interface diferenciada e características gráficas mais elaboradas do que as postagens comuns — permaneceu “fixada” no topo da página, isto é, toda vez que alguma pessoa acessasse a conta da CNBB no *Facebook*, essa publicação aparecia logo no início da “Linha do Tempo”, como primeiro tópico, mesmo tendo sido publicada meses antes. Isso demonstra a relevância que a página quis dar a tal conteúdo. A nota inicia assim:

Irmãos e irmãs, sejam bem-vindos à página da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil - CNBB

Este é um espaço voltado para divulgação das ações, iniciativas, reflexões e novidades da Igreja no Brasil a partir da atuação do episcopado, que se organiza institucionalmente na Conferência Episcopal, de acordo com as normas do Código de Direito Canônico da Igreja Católica Apostólica Romana.

Se você tem interesse em saber mais sobre a CNBB, acesse a página “Quem somos” em nosso portal.

Como nos ensina o papa Francisco, “uma boa comunicação ajuda-nos a estar mais perto e a conhecer-nos melhor entre nós, a ser mais unidos. Os muros que nos dividem só podem ser superados, se estivermos prontos a ouvir e a aprender uns dos outros. Precisamos de harmonizar as diferenças por meio de formas de diálogo, que nos permitam crescer na compreensão e no respeito”.

E queremos estabelecer uma boa comunicação, abertos ao diálogo sadio e respeitoso [...].

Depois de uma acolhida aos vários interagentes que circulam pela página, reconhecidos como “irmãos e irmãs”, a nota ressalta o desejo

---

10 Disponível em: <https://bit.ly/2ZynTCY>. Acesso em: 30 abr. 2019.

da CNBB de “estabelecer uma boa comunicação”, marcada pelo “diálogo sadio e respeitoso” com seus seguidores, baseando-se, particularmente, nos ensinamentos do Papa Francisco. Dentro desse espírito, em seguida, a nota entra propriamente em sua preocupação central:

[...] Os comentários são bem-vindos, mas é importante que nossos visitantes estejam atentos a algumas regras de uso deste espaço. O descumprimento das indicações aqui relacionadas pode incorrer em exclusão do comentário até bloqueio do usuário. [...]

A página afirma que acolhe os comentários de seus seguidores e visitantes na plataforma, desde que atentem a algumas “regras de uso”, que, em seguida, na nota, serão desdobradas em alguns pontos centrais. É explícita sanções para as pessoas que “descumprirem” tais indicações. Tais penalidades vão da “exclusão do comentário” até o “bloqueio do usuário”.

Temos aí alguns indícios de uma ação comunicacional por parte da página em relação aos seus seguidores que nos remete à ideia de excomunicação, ao lhes comunicar que a comunicação na página envolve limites demarcados por regras estabelecidas por seus administradores. Tais “fronteiras”, que impedem e excluem certas modalidades comunicacionais, a partir das delimitações que serão indicadas pela nota, demarcam o ambiente interacional da página e suas possibilidades, em uma tentativa de manutenção de sua organização interna, baseada em princípios como a “boa comunicação” e o “diálogo sadio e respeitoso”. Opera-se, portanto, um “fechamento” por parte da página de acordo com os limites previstos por ela mesma, que assim “encerra o sistema [página] em si mesmo, desenhando a sua forma no espaço [Facebook]” (MORIN, 2008, p. 170). Esse fechamento faz parte do próprio processo de organização da página como ambiente interacional, em sua autonomia e unidade complexa.

Para além das motivações em jogo por parte dos administradores, tal processo de excomunicação revela-se no ato de excluir um comentário, que envolve um gesto de avaliação e julgamento negativos sobre uma determinada expressão ou opinião em relação à manutenção da economia comunicacional desse ambiente e, nesse

sentido, de interdito, de “censura”, especificamente. Por sua vez, ao bloquear um interagente, a página rompe toda possibilidade interação com essa pessoa. O *Facebook* esclarece: “Se você bloquear alguém com quem tem amizade, também desfará a amizade”<sup>11</sup>. Tal bloqueio silencia por completo uma voz alheia, exclui e proíbe o acesso de tal interagente ao ambiente comunicacional da página, desfazendo a conexão e rompendo o vínculo até então existente. Essas operações, do ponto de vista dos administradores da página, garantem a própria organização desse espaço na tensão complexa das interações. Para manter uma certa estabilidade nas interações — evitando os extremos do “vale-tudo” e da “proibição total” — a página precisa agir comunicacionalmente para que “as forças que lhe são antagônicas sejam ao mesmo tempo mantidas, neutralizadas e superadas” (MORIN, 2008, p. 151).

Desde 2013, a página da CNBB banuiu 271 perfis ou outras páginas. Após a publicação dos “Termos de uso”, foram 30 banimentos.<sup>12</sup> A maior ação realizada, segundo a própria CNBB, é a ocultação de comentários.<sup>13</sup> Poderíamos falar, nesses casos, de uma *excomunicação efetiva* — diferentemente de outras modalidades que veremos em seguida —, pois produz um resultado imediato e factual: a ausência do interagente excluído e o fim de sua participação indesejada no ambiente da página. Essa modalidade de excomunicação é efetivada pela página em relação a seus seguidores em um nível que poderíamos chamar de *vertical*, “de cima para baixo”. Principalmente no caso do bloqueio de um usuário por parte dos administradores, tal interagente será excluído das interações com a página e com os demais seguidores dela, ficando impossibilitado de qualquer interação e, ao mesmo tempo, de qualquer reação perante o “poder” e a “autoridade” da decisão tomada pela página nesse ambiente por ela controlado.

---

11 Disponível em: <https://bit.ly/2vnq0Ag>. Acesso em: 30 abr. 2019.

12 Informação coletada em entrevista com Luiz Lopes Jr., jornalista da Assessoria de Imprensa da CNBB, por e-mail, 26 abr. 2019.

13 Ainda segundo Luiz Lopes Jr., a equipe da Assessoria de Imprensa da CNBB não conta com alguém dedicado exclusivamente à gestão das redes sociais digitais, e, portanto, não faz o monitoramento diário do *Facebook*. Os jornalistas e o produtor audiovisual se revezam na produção e no compartilhamento de conteúdos e na moderação eventual dos espaços de comentários.

Entretanto, os “Termos” esclarecem que tais medidas extremas se devem a motivações “anteriores”. Trata-se de uma retroação da página sobre uma ação prévia dos próprios seguidores. A nota afirma: “Não queremos que você deixe de acompanhar a CNBB. Por isso, fique atento para não postar comentários com os seguintes tipos de conteúdo”, e informa seis temáticas que podem levar à exclusão de comentários e bloqueio de interagentes (conteúdo “abusivo ou impróprio”, “desrespeitoso”, “mentiroso”, “publicitário”, “restrito pela propriedade intelectual” e “outros que forem considerados pela equipe da Assessoria Imprensa da CNBB”)<sup>14</sup>.

Como a página da CNBB leva a entender, tais “Termos” só se tornaram necessários porque, em determinados momentos, na interação com os seguidores da página, não foi possível “estabelecer uma boa comunicação”, pois não houve uma reciprocidade por parte dos seguidores em relação à busca de um “diálogo sadio e respeitoso”. Desse modo, alguns comentários ultrapassaram um limite aceitável para esse fim por parte da CNBB — por meio da publicação de conteúdos considerados impróprios nos comentários —, não sendo mais vistos como “bem-vindos”. Foi nessa tensão entre os administradores da página e os “irmãos e irmãs” seguidores, mediante seus comentários desviantes em relação ao esperado por tais administradores, que emergiu a necessidade de estabelecer esses termos e regras, com suas consequentes penalidades. Estabelece-se, portanto, um protocolo interacional, entendido como uma lógica de negociação entre os interagentes (página e seguidores, e entre seguidores) para regular os processos midiáticos em jogo. “Isto é, os interagentes vão estabelecendo certos ‘acordos’, estratégias de

---

14 A listagem sobre os tipos de conteúdo, na íntegra, informa o seguinte: “Abusivo ou impróprio, com imagens pornográficas, de violência ou outro tipo de mídia agressiva; Desrespeitoso, com palavras de baixo calão, xingamentos, injúrias, que revelem algum tipo de preconceito ou discriminação, ou ainda que invada a privacidade de quem quer que seja; Mentiroso, como notícias falsas, acusações infundadas aos bispos ou a qualquer pessoa, que deturpem a missão confiada pela Igreja às Conferências Episcopais ou que caluniem qualquer instituição ou pessoa; Publicitário, como propagandas, links de sites não relacionados à proposta da página, autopromoção e outros tipos de spam; Restrito pela propriedade intelectual, que sejam protegidos por direitos autorais e de propriedade de terceiros; E outros que forem considerados pela equipe da Assessoria Imprensa da CNBB”.

contato, padrões de relações, modos de interagir que organizam as conexões” (SBARDELOTTO, 2017, p. 92).

Luiz Lopes Jr., jornalista da Assessoria de Imprensa da CNBB, explica com mais detalhes o porquê da criação dos “Termos”:

A Assessoria de Imprensa elaborou os Termos de Uso da Página como resposta a uma antiga inquietação da equipe de que houvessem critérios mais nítidos para a *moderação nos comentários de nossas redes sociais*. Após várias colaborações e formações recebidas de profissionais que se dispuseram a apontar práticas eficazes de atuação nas redes sociais, buscamos implementar esta medida para *diminuir os ataques e buscar mais harmonia no espaço aberto nesta mídia* (grifo nosso).<sup>15</sup>

Na resposta do jornalista, percebe-se que a CNBB, por meio de sua página no *Facebook*, estava recebendo verdadeiros “ataques”, que geraram “inquietação” na equipe e demandaram a busca de “colaborações e formações recebidas de profissionais”. Isso levou a implementar “práticas eficazes de atuação nas redes sociais”, mediante “critérios mais nítidos” (ou seja, a explicitação de protocolos que vigoravam de modo implícito), a “moderação” e a busca de “harmonia” nas interações. A publicação dos “Termos” explicita que tais protocolos “emergem como um padrão de interconectividade flexível, que possibilita o estabelecimento de redes comunicacionais; sem esse padrão, tais redes não se estabeleceriam” (SBARDELOTTO, 2017, p. 278), pois, no extremo, se romperiam e se desfariam na desordem e caos totais, em incomunicação.

Até meados de maio de 2019, a postagem dos “Termos” havia recebido mais de 320 “reações” por parte dos interagentes, sendo que a maioria se enquadrava nas opções “Curti” (+260) e “Amei” (+30), indicando uma grande receptividade positiva por parte dos seguidores da página em relação ao teor dos “Termos” (menos de duas dezenas reagiram com a opção “Haha”, que pode indicar tanto alegria quanto ironia e deboche; pouco mais de 10 com a opção “Grr”, que indica raiva e discordância; e menos de 10 com a opção

---

15 Informação coletada em entrevista com Luiz Lopes Jr., jornalista da Assessoria de Imprensa da CNBB, por e-mail, 26 abr. 2019.

“Uau”, que indica surpresa e admiração). A postagem também recebeu mais de 490 comentários como resposta positiva ou crítica.

Entre os comentários que manifestavam seu apoio e agradeciam pela publicação dos “Termos”, destacam-se aqueles que aplaudem e reforçam a necessidade de tais medidas, explicitando aquilo que já viam ocorrer negativamente nesse ambiente interacional a partir de sua experiência pessoal como seguidores da página. O interagente S.R.L. (por motivos de privacidade, indicamos apenas as iniciais dos nomes dos interagentes citados) aponta para “coisas absurdas e desrespeitosas que são postadas aqui”, reconhecendo que “o que estávamos vendo eram postagens completamente fora de contexto”. Já A.C.P. afirmou: “Respeitar e ouvir os bispos está no Evangelho [...] Dá para pedir e reivindicar sem ofender [...] Vamos prestar mais atenção se com as nossas redes sociais não estamos como o povo em volta de Jesus que só MURMURAVA E CALUNIAVA [sic]”. A.G.Jr., por sua vez, sinaliza para — e, ao mesmo tempo excomunica — outro tipo de postura de alguns seguidores da página: “Padres e Bispo que desejam a morte de pessoas *não podem ser aceitas*” (grifo nosso).<sup>16</sup>

A partir dessas opiniões, é possível ter uma ideia geral do teor dos comentários em geral que circulam na página da CNBB. Esses comentários revelam que o que se costuma ver na interação entre os seguidores da página, de acordo com o relato dessas pessoas, é o desrespeito, a não escuta, a ofensa, o murmúrio e a calúnia contra as lideranças eclesiais ou até mesmo por parte delas — em suma, expressões de intolerância intrarreligiosa. Trata-se de conteúdos e de modalidades de interação que ultrapassam, segundo a página e uma parte de seus próprios seguidores, o limite da “boa comunicação” e do “diálogo sadio e respeitoso”.

Segundo S.R.L., inclusive, “essa atitude demorou demais”, referindo-se à publicação dos “Termos”, ou seja, já era urgente que se tomassem tais medidas de excomunicação em relação a certas

---

<sup>16</sup> A referência é a comentários que defendiam um sacerdote que, em um vídeo, mandou um recado às pessoas que não gostavam de suas postagens pessoais, mostrando um pedaço de papel escrito “Morra”. Outros comentários repercutiam a notícia de um bispo que, durante uma missa, criticou o cantor e compositor Caetano Veloso e afirmou que “gostaria de dar veneno de rato para ele”.



peças. A.C.P. contribui fundamentando a decisão da página no texto bíblico, ao afirmar: “João Evangelista, bispo de Éfeso já disse que isso [respeitar e ouvir os bispos] distingue quem é Cristão e quem não é” (sic). Ou seja, segundo a interagente, também na página é preciso distinguir entre seguidores cristãos e não cristãos, e esse critério pode ajudar a embasar as excomunicações que possam vir a ser praticadas pelos administradores. Por sua vez, A.G.Jr. afirma: “CNBB CORAGEM, MANTENHA-SE FIRME NO SEU PAPEL PROFÉTICO. A denúncia das injustiças sempre exigirá o martírio, mas não haveremos de nos calar” (sic). Tal comentário revela que as possíveis excomunicações a serem operadas pela página segundo seus “Termos” são entendidas como uma resposta extrema (vista inclusive como “martírio”) a excomunicações anteriores praticadas por aqueles que pretenderam “nos calar”, como afirma o interagente.

Outras pessoas, contudo, questionam o teor dos “Termos”, como J.B., que elogia a CNBB (“vocês são demais” [sic]), mas oferece “uma dica: não cale aqueles que discordem”. Esse comentário recebeu três reações positivas (2 “Curti” e 1 “Amei”). O interagente entrevê nas excomunicações previstas pela página o possível resultado de um silenciamento total dos diferentes e das diferenças, o que significa, para essa pessoa, um fechamento prejudicial. Ao contrário, segundo ele, “essa é uma página de diálogo, e tem muita gente que acredita em *fake news*. Ao invés de bloquear, respondam, debatam, mandem links com mais frequência” (sic). Para essa pessoa, o bloqueio da página a certos seguidores (“calar aqueles que discordam”) é contraprodutivo para a construção de diálogo. Em um ambiente informacionalmente caótico (“muita gente que acredita em *fake news*”), é preciso, em vez disso, de respostas, debate, links úteis frequentes. Aqui, deparamo-nos com a tensão entre o fechamento e a abertura da página a conteúdos antagônicos e de desordem em relação a seus padrões interacionais. Esse seguidor aposta em um reforço do processo de auto-organização do ambiente da página mediante a interação (“debate”) e a retroalimentação de conteúdos contrapostos (“respostas, links”).

Embora ponderável, tal consideração se choca com a realidade de certas modalidades interacionais presentes no campo de comentários que, ultrapassando um determinado limite, afastam-se de um nível mínimo de “diálogo sadio e respeitoso” defendido pela página, alimentando “redes de violência verbal” em rede, como as denunciadas pelo Papa Francisco. Trata-se de casos de **excomunicação horizontal**, isto é, entre os próprios interagentes; ou de casos de **excomunicação vertical**, “de baixo para cima”, em que os interagentes buscam silenciar a própria página ou apelam à mediação de seus administradores para a exclusão de determinados sujeitos. Contudo, não se trata de uma excomunicação efetiva, como víamos anteriormente, mas sim de uma **excomunicação latente**, pois não surte efeitos imediatos e factuais como o banimento de interagentes e a exclusão de comentários. Mesmo assim, tais resultados permanecem como potencialidades que, independentemente de sua possível efetivação, afetam e tensionam o desenrolar dos processos comunicacionais nesses ambientes. Vejamos alguns casos.

Um interagente operou uma excomunicação que explícita — de modo que poderia ser considerado pela página como “desrespeitoso” e até “abusivo”, de acordo com seus “Termos” — sua discordância total com a CNBB como instituição, a partir da publicação de tais normas.

**D.L.G.** — Sai fora CNBB líder da Igreja na terra não é essa convenção de Bispos Diabólicos, a Igreja na Terra esta sob a tutela do Papa Francisco. Quanto a vocês da CNBB calem a boquinha e parem de financiar o MST, parem de difundir a TL e façam algo de útil. Se não o Papa vai se cansar de vocês inúteis e ele vai cobrar o aluguel, vocês comem, dormem e moram as nossas custas. Vocês são políticos de batina, vermes. [23/04/2019 – 14:52]

Fortemente contrariado com a instituição (“bispos diabólicos”, “vocês comem, dormem e moram as nossas custas”, “políticos de batina”, “vermes” [sic]), D.L.G. excomunica a Conferência ao afirmar: “Sai fora CNBB” (sic); e ainda: “Quanto a vocês da CNBB calem a boquinha” (sic). Em sua latência, tal excomunicação não gera nenhum desdobramento factual e efetivo nem em relação à página (como sua exclusão ou bloqueio), nem em relação aos

demais interagentes, que não comentaram tal declaração nem manifestaram qualquer “reação” segundo os protocolos do *Facebook*. Em certo sentido, podemos dizer que esse “silêncio”, por sua vez, também pode ser um modo de excomunicar esse comentário: **não merece qualquer comentário**.

Por outro lado, a partir de casos como esse, pode-se levantar a hipótese — já que não é possível obter marcas a partir do próprio *Facebook* — de possíveis gestos de **autoexcomunicação** por parte de interagentes descontentes com a página da CNBB, que possam vir a comunicar sua “descurtida” na página, ou que deixem de segui-la ou ainda que a bloqueiem, o que também impedirá qualquer tipo de interação, incluindo “curtidas”, comentários, respostas, mensagens etc.<sup>17</sup>

Em outro comentário, a própria página oferece uma resposta a um interagente, realizando um desdobramento a respeito de seus “Termos”:

**A.M.** — Com todo respeito, aqui só pode ficar quem diz amém a tudo que a CNBB julga ser bom e quer nos enfiar goela abaixo? Nem todos os Bispos da CNBB são nefastos e jocosos, muitos são sérios, mas, a cúpula é complicada, em nome do “ver, julgar e agir” deturpam o Sagrado Magistério, isso para um católico é inadmissível, respeito os Bispos e Cardeais que compõem esta egrégia conferência, mas, não peçam nosso silêncio as vilezas que esta conferência comete para com o catolicismo brasileiro. [16/01/2019 – 19:32]

**CNBB - Conferência dos Bispos** — A.M., não é uma medida para silenciar, mas como se pode conferir nas regras, é para garantir o bom diálogo uma comunicação para uma verdadeira cultura do encontro, como nos recomenda o papa Francisco. Desrespeito, mentiras e violência não serão tolerados. Mas a página continua aberta aos comentários. [17/01/2019 – 09:18]

Em seu comentário, A.M. questiona os administradores da página, perguntando se só será aceito nesse ambiente interacional “quem diz amém a tudo que a CNBB julga ser bom e quer nos enfiar goela abaixo”. Essa opinião recebeu muitas reações positivas (27 “Curti” e 11 “Amei”). O interagente interpreta a publicação dos “Termos” não

---

17 Cf. “Central de Ajuda” do Facebook. Disponível em: <https://bit.ly/2Lfh8t>. Acesso em: 30 abr. 2019.

apenas como uma submissão (“dizer amém”) à CNBB, mas também como uma violência simbólica sobre seus seguidores (“enfiar goela abaixo”). Por isso, A.M. denuncia, critica e rejeita a excomunicação anunciada pela página (“nosso silêncio”). Ou seja, ele “excomunica a excomunicação” por parte da página da CNBB, pois tal atitude não corresponde às expectativas de seu universo sociossimbólico. É ele quem opera, agora, um fechamento em relação à página, como forma de impedir que a desordem percebida por ele nesse ambiente (“deturpação o Sagrado Magistério”, “vilezas que esta conferência comete para com o catolicismo brasileiro”) desorganize e solape sua concepção de catolicismo.

Diante dessa manifestação, a página opta por reagir, esclarecendo que não se trata de uma “medida para silenciar”, mas sim para garantir o “bom diálogo”. O comentário da página também ajuda a compreender o movimento entre abertura e fechamento em relação àquilo que circula no ambiente interacional. Os administradores escrevem que a página “continua aberta aos comentários”, entretanto não “tolerará” — ou, em outros termos, se fechará para — manifestações de “desrespeito, mentiras e violências”: **há comunicações que serão excomunicadas.**

Em outros casos, os interagentes excomunicam-se mutuamente, como ocorreu nos seguintes diálogos:

**R.A.B.** — Cobrar uma explicação da cnbb sobre a destinação de verba para associações abortistas, como na campanha da fraternidade do ano passado, ainda sem resposta, é abusivo? [16/01/2019 – 16:52]

**M.I.S.F.** — R., se vc não comunga com a missão da CNBB, o que direito tens de visitar esta pagina? [16/01/2019 – 20:08]

[...]

**F.A.C.** — M.I.S.F. a comunistinha vai censurar a página [24/02/2019 – 21:48]

[...]

**I.N.** — R.A.B. mais um maluco. [08/04/2019 – 01:01]

**W.G.** — Olhos vidrados em Roma e não na cúpula da CNBB. [16/01/2019 – 17:04]

**M.I.S.F.** — Então, cai fora. [16/01/2019 – 20:09]

**W.G.** — M.I.S.F. não caio fora não. Tradição, Palavra de Deus e Magistério amo muito tudo isso. [16/01/2019 – 20:13]

R.C.M. — Então, o que vc está fazendo aqui? Não perca seu precioso tempo aqui... [17/01/2019 – 18:53]

No primeiro diálogo, o interagente R.A.B. utiliza um dos critérios apontado nos “Termos” (“conteúdo abusivo”) para questionar, de modo irônico, se seu comentário será excluído pelos administradores da página, ao cobrar publicamente a explicação da CNBB sobre uma questão financeira da instituição. Diante desse comentário, que recebeu 35 reações majoritariamente positivas (das quais 30 “Curti”), a interagente M.I.S.F responde, pondo em xeque a comunhão de R.A.B. com a “missão da CNBB” (sua resposta recebeu 6 reações mistas: 2 “Curti”, 2 “Amei” e 2 “Grr”). Desse modo, a interagente opera uma excomunicação, considerando o primeiro interagente como alguém que não mereceria nem ter acesso a esse ambiente interacional (“direito de visitar esta página”), negando-lhe também o direito de manifestar sua opinião.

Por sua vez, outro interagente, F.A.C., dirigindo-se a M.I.S.F., agride-a, chamando-a de “comunistinha”, ironizando sua tentativa de “censurar a página”. Ao fazer isso, F.A.C. reconhece, assim, a ação de excomunicação de M.I.S.F. em relação não apenas a R.A.B., mas à própria página como um todo, questionando, de modo irônico, a autoridade de M.I.S.F. para interagir de modo censorador nesse ambiente. Por fim, I.N. retoma o diálogo, agora para agredir o primeiro comentador (R.A.B.), chamando-o de “maluco” e dando a entender que, entre os que circulam no ambiente da página, haveria outros (“mais um”). Com esse gesto, I.N. também opera uma excomunicação, expressando, de modo preconceituoso, a incapacidade de R.A.B. de participar de tais interações e até de se manifestar.

No segundo diálogo, W.G. manifesta sua adesão apenas a Roma (sede da Igreja Católica) e não à cúpula da CNBB, recebendo 20 reações majoritariamente positivas (das quais 15 “Curti”). Em resposta, M.I.S.F., que também participou do primeiro diálogo, responde excomunicando o interagente (“cai fora”) por estar questionando a autoridade da instituição. W.G., por sua vez, rejeita tal ação, reafirmando sua catolicidade, recebendo também principalmente reações

positivas (4 “Amei” e 3 “Curti”). Outro interagente, R.C.M. reforça aquela excomunicação, questionando o que W.G. “está fazendo aqui”, mostrando-lhe o seu não pertencimento a esse ambiente interacional e convidando o interagente a não “perder tempo” nessas interações.

Nesses casos, tais excomunicações não surtem um efeito imediato sobre a página ou sobre os demais interagentes (que não são efetivamente excluídos ou bloqueados), mas afetam o desenrolar das próprias interações, gerando tensões que, na falta de uma regulação<sup>18</sup>, desencadeiam uma sequência de excomunicações, chegando a extremos de agressividade. Para tais interagentes, a página ou a própria instituição CNBB estariam promovendo, por meio de seu processo comunicacional, desvios e rupturas no Catolicismo como tal: por isso, excomunicam tais ações. Ou, por sua vez, excomunicam outros interagentes, quando consideram suas ações comunicacionais como prejudiciais para a organização da própria página e de sua catolicidade ou para a própria auto-organização pessoal, seja em nível religioso ou não.

Outro tipo de excomunicação latente é aquela que poderíamos chamar de **mediada**, quando os interagentes solicitam, via comentário, que a página ou a própria CNBB realizem gestos de excomunicação contra outrem. Esse foi o caso de G.R., que iniciou o seguinte diálogo:

**G.R.** — Peço a CNBB q tome providências no sentido de afastar todos àqueles q adotam a doutrina e ensinamentos de Leonardo Boff [...]. Afaste os discípulos de Judas da Igreja Católica [...]. [02/03/2019 – 15:05]  
[...]

**N.C.** — G.R. Primeiro conheça quem é Leonardo Boff. O que ele representa. Ele é a favor da humanização e não violência. Dos pobres e trabalhadores. Melhor se informar e não repetir senso comum de direita [02/04/2019 – 21:15]

**I.N.** — G.R. talkei. Pediu agora vai tomar seu gardenal. [08/04/2019 – 00:58]  
[...]

---

18 Como se percebe pela presença pública de tais comentários em rede, os administradores da página não consideraram tais expressões como suficientemente “abusivas ou impróprias” e “desrespeitosas” a ponto de deverem ser deletadas. Ou não atentaram para tais interações, por não fazerem o monitoramento dos posts e comentários na página da CNBB diariamente, como explicou Luiz Lopes Jr.

R.N. — N.C. Aperte em cima da mensagem dele e denuncia. Eu acabei de fazer isto. [08/04/2019 – 11:06]

G.R. escreve em seu comentário um pedido para que a própria instituição CNBB “afaste todos aqueles que adotam a doutrina e ensinamentos” de Leonardo Boff, teólogo brasileiro, e também “afaste os discípulos de Judas da Igreja Católica”. Com isso, ele realiza uma excomunicação latente mediada, solicitando via *Facebook* a mediação da instituição para a efetivação de seu gesto. I.N., em resposta, apela à agressão como modo de excomunicar o primeiro interagente (“vai tomar seu gardenal”). Ao sugerir implicitamente que G.R. sofre de algum transtorno mental, este segundo interagente comunica-lhe seu interdito, não apenas em termos de discordância de opinião, mas em nível propriamente interacional: **“Não me comunico com pessoas assim”**.

No mesmo diálogo, N.C. critica o comentário de G.R. e recebe uma dica de R.N. que aponta para outro nível de excomunicação latente mediada, ou seja, a “denúncia” de um comentário de acordo com os protocolos da plataforma. Tal solicitação passará pela mediação do próprio *Facebook*, e não mais da página. Ao clicar nessa opção, disponível em cada comentário, a plataforma afirma que usa esse feedback “para nos ajudar a saber quando algo não está certo”. Após responder a algumas perguntas, a pessoa pode enviar essa informação para análise do *Facebook*, que poderá tomar as medidas cabíveis de acordo com seus “Padrões da Comunidade”, documento que detalha o que é ou não permitido na plataforma.

Em suma, temos, assim, um panorama vasto e complexo de ações comunicacionais que buscam silenciar ou excluir outro interagente ou conteúdo de um determinado ambiente comunicacional, na tensão entre ordem e desordem, abertura e fechamento, similaridade e diversidade. Na complexidade das inter-relações em rede, o processo de organização das interações visa a garantir um “‘meio justo’ entre a ordem repetitiva e a variedade” (MORIN, 2008, p. 148), entre a “variedade extrema” da intolerância e a “repetição extrema” da incomunicação.

## Conclusões

No fenômeno da intolerância intrarreligiosa em rede, buscamos compreender e explicar um processo propriamente comunicacional que ocorre na tensão entre a organização e a desorganização das interações, entre a ordem e a desordem de sentidos em circulação, que, no extremo, pode até subverter a própria comunicação. A excomunicação, como vimos, manifesta-se como a comunicação de que uma comunicação deve cessar (“Quanto a vocês da CNBB, calem a boqui-nha”; “Aperte em cima da mensagem dele e denuncie”), ou não deveria nem existir (“Que direito tens de visitar esta página?”; “O que você está fazendo aqui?”), ou de que outra comunicação é necessária (“Os comentários são bem-vindos, mas é importante que nossos visitantes estejam atentos a algumas regras de uso deste espaço”).

A excomunicação explicita a demarcação de limites tentativos, flexíveis e complexos na busca de organizar os processos interacionais em rede. Comunicando fronteiras para certas modalidades de comunicação, concretiza-se o esforço para evitar a incomunicação ou a capitulação diante da iminência de sua concretização. Na radicalização dessas “mensagens pelo fim de certas mensagens” (GALLOWAY; THACKER; WARK, 2014), realiza-se também um gesto de “excomunhão” simbólica (do latim, *excommunicatio*) do outro, do diferente, das diferenças — a intolerância intrarreligiosa.

Contudo, é preciso reconhecer que “não há organização sem antiorganização [...] a antiorganização é ao mesmo tempo necessária e antagônica à organização” (MORIN, 2008, p. 154). **Não há comunicação sem excomunicação.** Isto é, a constituição e organização de processos interacionais em rede envolve a produção de desvios, escapes, tensões, excessos e, ao mesmo tempo, a necessidade de sua regulação.

Uma plataforma sociodigital como o *Facebook*, ou um ambiente interacional como a página da CNBB, ou ainda as trocas interacionais em seu campo de comentários constituem — tentativa, flexível e complexamente — “uma unidade que vem da diversidade, que liga a diversidade, que traz em si diversidade, que organiza a diversidade, que produz diversidade” (MORIN, 2008, p. 183, grifo nosso). Se a



comunicação pode gerar “comunhão”, tão importante para o catolicismo, ela só pode ser dar como “comunhão na diferença”.

A construção de um “meio” público de inter-relação entre uma instituição como a CNBB e a sociedade em geral conectada em rede, em nível macro, ou a constituição de uma inter-relação entre interagentes no campo de comentários, em nível micro, são processos de abertura organizacional da instituição e do indivíduo ao ambiente social que, ao mesmo tempo, demandam fechamento e regulação, para evitar a desordem e a dispersão totais de sentido. O risco, contudo, é que esse fechamento e essa regulação sejam, eles mesmos, produtores de ainda mais desordem e dispersão.

Uma possibilidade para evitar que a excomunicação se converta em incomunicação e para que a diferença se converta em excomunhão é realizar um esforço de “reconexão”, ou seja, de “conexão de conexões”, de articulação complexa de lógicas interacionais que são, ao mesmo tempo, antagônicas e complementares. Isso, porém, não significa excluir o conflito. Aceitar, suportar e resolver o conflito é “transformá-lo no elo de ligação de um novo processo” (FRANCISCO, 2015, s/p). O desafio é justamente “harmonizar as diferenças por meio de formas de diálogo” (FRANCISCO, 2014, s/p), apostar na dialogicidade como “confronto entre as diferenças”, como dizia o Papa Francisco, para evitar aquilo que o próprio pontífice denunciava como os extremos do “nocivo isolamento”, por um lado, e do mero “encontro entre pessoas com as mesmas ideias”, por outro.

Na tensão entre comunicação e excomunicação, o diálogo é uma possibilidade de ação para colaborar na “organização da diversidade” (MORIN, 2008) e construir uma “diversidade reconciliada” (FRANCISCO, 2016). Para o catolicismo, o desafio é ainda maior, chamado como é a praticar uma comunicação universal (*katholikós*) que, para evitar a incomunicação, precisa ser sempre mais dialógica, heterorreferencial, plural, religante, relacional, interacional, conexial em relação a outras comunicações, na sua diferença e diversidade.

## REFERÊNCIAS

BECKER, Howard S. **Métodos de pesquisas em ciências sociais**. 4 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BENTO XVI. Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade. Mensagem para o 43º Dia Mundial das Comunicações Sociais. **Vatican.va**, Cidade do Vaticano, 24 jan. 2009. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day.html](http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html). Acesso em: 30 abr. 2019.

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 73-88, abr. 2008. Disponível em: <https://bit.ly/2UNeofy>. Acesso em: 30 abr. 2019.

FACEBOOK da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/cnbbnacional>. Acesso em: 30 abr. 2019.

FAGGIOLI, Massimo. Cibermilícias católicas e as novas censuras. In: **IHU On-Line**, São Leopoldo, 19 set. 2017. Tradução de Moisés Sbardelotto. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/571820>. Acesso em: 30 abr. 2019.

FRANCISCO. Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro. Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais. **Vatican.va**, Cidade do Vaticano, 24 jan. 2014. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20140124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html). Acesso em: 30 abr. 2019.

FRANCISCO. Carta encíclica *Laudato si'* sobre o cuidado da casa comum. **Vatican.va**, Cidade do Vaticano, 24 mai. 2015. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/encyclicals/documents/papa-francesco\\_20150524\\_enciclica-laudato-si.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si.html). Acesso em: 30 abr. 2019.

FRANCISCO. Exortação apostólica pós-sinodal *Amoris lætitia* sobre o amor na família. **Vatican.va**, Cidade do Vaticano, 19 mar. 2016. Disponível em: [https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/apost\\_exhortations/documents/papa-francesco\\_esortazione-ap\\_20160319\\_amoris-laetitia.html](https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20160319_amoris-laetitia.html). Acesso em: 30 abr. 2019.

FRANCISCO. Exortação apostólica *Gaudete et exsultate* sobre a chamada à santidade no mundo atual. **Vatican.va**, Cidade do Vaticano, 19 mar. 2018a. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/apost\\_exhortations/documents/papa-francesco\\_esortazione-ap\\_20180319\\_gaudete-et-exsultate.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20180319_gaudete-et-exsultate.html). Acesso em: 30 abr. 2019.

FRANCISCO. “A verdade vos tornará livres” (Jo 8, 32). *Fake news* e jornalismo de paz. Mensagem para o 52º Dia Mundial das Comunicações Sociais. **Vatican.va**,

Cidade do Vaticano, 24 jan. 2018b. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20180124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20180124_messaggio-comunicazioni-sociali.html). Acesso em: 30 abr. 2019.

FRANCISCO. “Somos membros uns dos outros” (Ef 4, 25): das comunidades de redes sociais à comunidade humana. Mensagem para o 53º Dia Mundial das Comunicações Sociais. **Vaticano.va**, Cidade do Vaticano, 24 jan. 2019a. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20190124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html). Acesso em: 30 abr. 2019.

FRANCISCO. Exortação apostólica pós-sinodal *Christus vivit* aos jovens e a todo o povo de deus. **Vaticano.va**, Cidade do Vaticano, 25 mar. 2019b. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/apost\\_exhortations/documents/papa-francesco\\_esortazione-ap\\_20190325\\_christus-vivit.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20190325_christus-vivit.html). Acesso em: 30 abr. 2019.

GALLOWAY, Alexander R.; THACKER, Eugene; WARK, McKenzie. **Excommunication: Three Inquiries in Media and Mediation**. Chicago: The University of Chicago Press, 2014.

MARTELLI, Stefano. **A religião na sociedade pós-moderna: entre secularização e dessecularização**. São Paulo: Paulinas, 1995.

MORIN, Edgar. **O método I: a natureza da natureza**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PACE, Enzo. **La comunicazione invisibile: le religioni in internet**. Milano: San Paolo, 2013.

PONTIFÍCIO Conselho para as Comunicações Sociais. Igreja e internet. **Vaticano.va**, Cidade do Vaticano, 22 fev. 2002. Disponível em: [http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_church-internet\\_po.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html). Acesso em: 30 abr. 2019.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o Verbo se fez bit: a comunicação e a experiência religiosas na internet**. Aparecida: Santuário, 2012.

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

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Council of Europe Report, DGI(2017)09. 2. ed. Estrasburgo: Council of Europe, 2018. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77>. Acesso em: 30 abr. 2019.

WARK, McKenzie. Furious Media: A Queer History of Heresy. In: GALLOWAY, A. R.; THACKER, E.; WARK, M. **Excommunication: Three Inquiries in Media and Mediation**. Chicago: The University of Chicago Press, 2014, p. 151-210.



# COMO OVELHAS NO REINO DE DEUS — SACRIFÍCIO, DINHEIRO E MARKETING COMO ENGRENAGENS DE UMA IGREJA-EMPRESA

*Andréa Basílio Da Silva Chagas*  
*Dolores Cristina Gomes Galindo*

## Introdução

Muitas vezes em sala de aula, ao falar com os alunos sobre o ofício do publicitário, utilizamo-nos de metáforas e histórias para ilustrar o quão complexo e sedutor pode ser a profissão. Uma destas historinhas é a do pastor de ovelhas, uma metáfora contada como uma quase fábula — sem uma figura humana pairando soberana sobre seres “inferiores” — uma história na qual ovelhas tentam pastorear ovelhas; onde ovelhas buscam convencer outras ovelhas sobre o caminho a percorrer, de quais pastagens elas devem ou não se alimentar, ou até mesmo convencê-las a seguir rumo ao caminho que as levará na direção do abatedouro. Este ofício — o do pastor-ovelha — não é um ofício fácil. Todos os dias o pastor-ovelha, com ajuda de seu cajado (tecnologia de comunicação disponível para ajudar no convencimento do rebanho), deve tentar convencer as ovelhas e todos os dias elas dirão sim ou não à proposta do pastor.

Essa historinha, que brinca com alguns aspectos do ofício do publicitário e era usada para receber, com um misto de humor e uma faísca de crítica profissional, os alunos dos primeiros anos do curso, voltava-nos à mente nas muitas incursões à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Não pelo aspecto mais clássico cristão, o da imagem do clérigo como um pastor de seu rebanho de fiéis, nem mesmo uma referência “nietzschianas” às histórias sobre pastores e ovelhas. Não. Na verdade, mais do que tudo, o aspecto publicitarizado da IURD trazia-nos aquela referência. Uma máquina empresarial feita igreja. Uma empresa, detentora de comunicação e conceitos

mercadológicos primorosos, que crescia e enriquecia mais e mais, sendo nutrida e impulsionada pelo “sacrifício de ovelhas”. Um titã contemporâneo que crescia, empoderando-se, sorvendo o sangue de seus seguidores.

Não que esta imagem do protodeus mitológico tenha a intenção de moldar qualquer ideia pejorativa — não desejamos aqui julgar a IURD ou seus fiéis, nem queremos comparar essa igreja a um monstro, nem seus fiéis a vítimas ingênuas de uma besta sanguinária. É preciso lembrar que em um ambiente religioso — mais especificamente, um espaço judaico-cristão — tanto o sacrifício quanto o martírio são aspectos integrantes da vivência religiosa (PINTO, 2006; CHAGAS, 2013; GIRARD, 2011). Mais do que isso, as potências tecno-estéticas e as dinâmicas do sacrifício a Deus são elementos centrais da cultura, do discurso e da vida religiosa na IURD. Uma máquina movida e formada por ovelhas; uma rede de actantes que performam em múltiplas ontologias. Porém, um espaço onde, peculiarmente, destacam-se em uma trindade digna do cristianismo: ovelhas (animais para o holocausto), invocando uma ancestralidade e uma legitimidade “judaica”; ovelhas-fiéis “sangrando” em sacrifício, dízimo após dízimo, oferta após oferta, propósito após propósito; e ovelhas que são notas, pobres cédulas de dinheiro, cheque ou cartão, propósitos, dízimos e ofertas a serem imoladas nos altares e cofres da Universal.

É preciso ressaltar que todas as performances iurdianas, tanto as da igreja como de seus actantes, são entendidas aqui como performances ontológicas (MOL, 2007), portanto, são múltiplas existências de cada ator da rede sociotécnica. Segundo Mol (2007), as ontologias são políticas, não fixas. Desse modo, as ontologias são localizadas: histórica, cultural e materialmente. Por isso podemos dizer que os actantes performam em realidades múltiplas, nunca plurais. O pluralismo seria uma existência em vários pontos de vista, em que um anularia o outro. Já as ontologias múltiplas coexistem até mesmo de maneira paradoxal, sem que uma anule a outra.

A IURD é uma igreja-empresa. E por esta característica ser tão fundamental na compreensão do que ela é e de suas complexas

tramas sociotécnicas, sempre que escrevemos a seu respeito, sentimos a necessidade de explicar tal especificidade aos leitores. Por este motivo entendemos que precisávamos construir este texto, dedicado exclusivamente a explicar essa entidade, a igreja-empresa, uma máquina viva nutrida por notas e ovelhas em holocausto, que tem permeado nossos trabalhos como elemento do regime de enunciação iurdiano, mas hoje é o ponto central dele.

Para isso, na primeira parte deste trabalho, trataremos das dinâmicas que envolvem ovelhas e arrecadação financeira na IURD. Depois, entenderemos o porquê das dinâmicas de sacrifício, como servem ao propósito de construir a máquina que chamamos de igreja-empresa. E na terceira e quarta partes, abordaremos um panorama dos principais mecanismos e ferramentas mercadológicas da Igreja Universal.

### **Ovelhas Para Sacrifício<sup>1</sup>**

*“[...] sem efusão de sangue não há perdão.”  
(BÍBLIA, Hebreus, 9, 22).*

Qualquer um que já tenha frequentado a IURD deve ter percebido o quanto o dinheiro é um dos actantes centrais nas cerimônias. Este “rio de notas”, que jorra em direção aos altares, flui de várias formas. Muitas vezes em um só culto de todas as formas possíveis. Primeiro, são recolhidos os dízimos, depois pede-se as ofertas — uma quantia em dinheiro, normalmente para agradar a Deus — que podem ir de alguns trocados a grandes quantias, dependendo de como os pastores dizem “Deus tocar seu coração”. Por vezes, pedem-se doações — desta vez, quantias mais módicas — para ajudar em alguma campanha, distribuição de jornais ou livros e, por último, sacrifícios, que são, normalmente, uma troca com Deus feita para a realização de algum desejo, o que na IURD se costuma chamar de propósito. Não que todas as formas de dar dinheiro à IURD

---

<sup>1</sup> Utilizamos aqui a figura das ovelhas, pois, na conversa com os fiéis, era comum seu uso como exemplo de animal de sacrifício.

não sejam, de certa forma, sacrifícios, pois elas são. Mas, a dinâmica de propósitos é a mais complexa forma de arrecadação que a igreja realiza.

O “propósito” é a entrega de dinheiro ou bens materiais, baseado em uma interpretação iurdiana de fragmentos bíblicos, como por exemplo: “E oferecerás os teus holocaustos, a carne e o sangue sobre o altar do Senhor teu Deus; e o sangue dos teus sacrifícios se derramará sobre o altar do Senhor teu Deus” (BÍBLIA, Deuteronômio, 12, 27). A justificativa é que, como os judeus sacrificavam bois, cordeiros para Deus, no Antigo Testamento, o fiel da IURD, assim como faziam os antigos hebreus, deve também fazer seu sacrifício para agradar a Deus e conseguir dele seus favores (CHAGAS; CORADINI; GALINDO, 2015; GALINDO; CHAGAS; CORADINI, 2016),

O grande diferencial da IURD é que, em vez do sacrifício de animais, que eram o fruto do trabalho do judeu, seu ganha pão, sacrifica-se o dinheiro. Por isso, na igreja, o dinheiro performa como um animal para o sacrifício, em que valores medianos, como R\$ 100,00 ou R\$ 200,00, podem performar como um cordeiro, e ofertas elevadas, equivalentes a R\$ 1.000,00 ou mais, como um boi. Uma versão contemporânea do sacrifício de “sangue” agora feito nos altares da IURD (CHAGAS, 2013; CHAGAS; CORADINI; GALINDO, 2015). Representa uma promessa paga de antemão, já que primeiro faz-se o sacrifício e depois espera-se “Que Deus honre a sua parte”, trazendo-lhe a graça desejada (CHAGAS; CORADINI; GALINDO, 2015; GALINDO; CHAGAS; CORADINI, 2016). Desta forma, vemos importantes performances do sacrifício iurdiano: animais — figuras bíblicas que justificam entregas financeiras, personagens de carne e sangue que atravessam o tempo e o espaço para se “materializarem” em forma de dinheiro ou bens, que serão “imolados” nos altares da igreja, e, por fim, como fiéis; e fiéis que sofrem e sangram por entregar o chão sobre os seus pés. Elemento demonstrado no trecho a seguir, do relato de pesquisa de campo.<sup>2</sup>

---

2 Este relato de campo já foi usado para exemplificar o sacrifício na IURD de maneira integral ou parcialmente em outras duas obras CHAGAS; CORADINI; GALINDO (2015) e GALINDO; CHAGAS; CORADINI (2016).



(Fiel) — Todos os grandes homens da Bíblia fizeram enormes sacrifícios. Salomão, se não me engano, deu mil bois em holocausto, para tornar-se sábio. Todos os grandes homens da Bíblia sacrificaram bois, ovelhas. Veja a história de Caim e Abel. Caim fez um sacrifício, mas Abel fez um sacrifício perfeito e Deus se agradou dele, então Caim ficou com inveja de Abel.

(Pesquisadora) — Mas o que é um sacrifício perfeito?

(Fiel) — Um sacrifício, não é dar à ovelhinha pequena, doente e magra. É sacrificar a sua melhor ovelha, a maior, a mais saudável, a mais querida. O sacrifício perfeito é o que dói em você, é dar o chão que está sobre os seus pés (NOTA DIÁRIO DE CAMPO, 11 jul 2013 *apud* CHAGAS, 2013, p. 66).

O próprio líder maior da IURD, o Bispo Edir Macedo, explica, em *O Ouro e o Altar* (2018), a importância do sacrifício perfeito que deve ser dado pelos membros da igreja, desta vez sem citar diretamente a tradução iurdiana de cordeiros e dinheiro, que tantas vezes vimos na igreja.

“E aconteceu ao cabo de dias que Caim trouxe do fruto da terra uma oferta ao SENHOR. E Abel também trouxe dos primogênitos das suas ovelhas, e da sua gordura; e atentou o SENHOR para Abel e para a sua oferta. Mas para Caim e para a sua oferta não atentou. E irou-se Caim fortemente, e descaiu-lhe o semblante” (BÍBLIA, Gênesis, 4, 3-5).

Embora àquela altura ainda não houvesse a instituição dos sacrifícios, pois a Lei Mosaica viria tempos depois, já fazia parte do culto ao Senhor o ato de sacrificar. Temos, então, a menção das ofertas desses dois irmãos, mas com um enorme contraste entre elas.

Abel deu ao Senhor das primícias do seu rebanho, ou seja, ele separou, das primeiras crias dos seus animais, a sua oferta. Com isso, Abel mostrou sua devoção sincera, sua fé e sua gratidão a Deus. Isso deixa evidente que ele quis oferecer o melhor de si ao Todo-Poderoso. Já com respeito a Caim, o Texto Sagrado revela que ele “trouxe do fruto da terra, uma oferta ao Senhor”.

O grande contraste está no modo como essas ofertas foram separadas. Abel deu prioridade ao Senhor, ao sacrificar dos “primogênitos das suas ovelhas”. Em outras palavras, assim que os primeiros animais nasceram, Abel os separou para o Altíssimo. Já Caim sacrificou “ao cabo de dias”, indicando que, bem diferente do irmão, ele colocou Deus em último lugar. Podemos entender, com isso, que Caim cultivou o campo e, primeiro, serviu-se dele com os melhores frutos, para, depois, separar uma oferta ao Senhor (MACEDO, 2018, p. 58).

Mais do que explicar a importância de se oferecer o que se tem de melhor a Deus e à Igreja, o texto alerta para o risco de uma oferta “imperfeita” ter o efeito contrário ao que se espera, portanto, em vez de atrair bênçãos, afastá-las.

Se apresentar uma pessoa com algo defeituoso a ofendia, imagine como o Altíssimo Se sentia ao receber sempre ofertas imperfeitas do Seu povo! Se nem mesmo os seres humanos se contentam com restos, imagine, então, o Senhor, Dono de toda a terra, dos animais e de tudo o mais! (MACEDO, 2018, p. 82).

Macedo ainda salienta que, “Um sacrifício perfeito é resultado de uma fé pura diante de Deus. Do mesmo modo, um sacrifício imperfeito procede de um mau relacionamento com Ele e de uma fé fingida” (MACEDO, 2018, p. 81).

Portanto, este regime iurdiano, que traduz sacrifícios bíblicos em performances de valores contemporâneos (dinheiro ou bens), existe tanto como este “rio de notas” dos sacrifícios iurdianos, como rio de sangue para ser derramado em sacrifício sobre os altares. Um dispositivo que atua não só como elemento religioso, mas que também como parte do combustível que impulsiona a máquina empresarial que é a IURD, fazendo dela a igreja-empresa que é hoje. Mas, o que é uma igreja-empresa?

### **Universal, uma igreja-empresa, uma máquina movida a ovelhas**

Para compreender a IURD em toda sua complexidade, é necessário ter a noção de que ela é uma igreja-empresa (CHAGAS, 2013). Não que a IURD seja a única, nem tão pouco que seja a primeira, mas, esta igreja-empresa, adepta da teologia da prosperidade, sempre deixou bem claro, não só seu intuito de enriquecer a instituição, mas também a importância dos ganhos de seus gestores. Não há voto de pobreza na IURD, o que pode tornar ainda mais marcante seu aspecto empresarial.

Talvez, para leitores estranhos aos estudos de marketing religioso, possa parecer que a junção de palavras como igreja e empresa seja ofensiva ou, de alguma forma, uma tentativa de denúncia. Mas, não é isso. Este agenciamento de palavras é apenas uma tentativa descritiva de dizer quem é a IURD, que tipo de organização ela é.

Lembremos que, segundo Richers (2005), o que caracteriza uma empresa como empresa, não é seu tamanho, produção ou venda, mas sim o fato de transacionar bens e serviços entre partes interessadas. Somando-se a isso, Soto (2010) descreve o significado etimológico do termo “empresa” como procedente do verbo latino *inprehendo-endi-ensum* (descobrir, perceber) e da expressão latina *inprehensa* (ação, agarrar), e afirma que, na Idade Média, na França, o termo *entrepreneur* era usado para identificar as pessoas que eram responsáveis por importantes ações para a comunidade, geralmente ações relacionadas à guerra ou à construção de catedrais (SOTO, 2010).

Portanto, a palavra empresa não necessariamente conspurca a instituição igreja. As igrejas são instituições com sedes, funcionários, contas a pagar, missão, visão, valores e objetivos, alguns deles interpretados como traçados por Deus, outros estabelecidos por seus gestores. Há também um plano de expansão, com base nas palavras de Jesus Cristo registradas na Bíblia: “Ide por todo o mundo, pregai o evangelho a toda criatura” (BÍBLIA, Marcos, 16, 15), e, é claro, há uma necessidade básica para realizar todo este projeto santo e global: dinheiro, muito dinheiro (CHAGAS, 2013; CHAGAS; CORADINI; GALINDO, 2015; GALINDO; CHAGAS; CORADINI, 2016).

Para Ari P. Oro (1997, 2006), que chama textualmente a IURD de igreja-empresa, entre os aspectos mais contundentes para que uma igreja opere em “moldes de empresa” estão: o interesse constante em arrecadar dinheiro, o padrão administrativo, o uso de bênçãos como um tipo de produto, o tratamento dos fiéis como consumidores e a compra de uma série de outros empreendimentos por parte das igrejas, como teatros, cinemas, emissoras de televisão etc., como se formassem um grande conglomerado (MARIANO, 2005). Já para Eliane

Rezende (2015), o que caracteriza uma igreja como “igreja empresarial” é a descaracterização das relações comunitárias e a agregação de profissionais qualificados para exercer funções empresariais a fim de facilitar o crescimento e a arrecadação das instituições. Para Almeida (2004) a gestão do dinheiro, de forma a possibilitar ações mais coordenadas em prol de um único objetivo estratégico é o que denota a IURD um caráter de “racionalidade empresarial”.

Mas quando foi que passamos de fiéis a consumidores religiosos? Prandi (1996 *apud* GUERRA, 2010), com a ascensão das ciências, a religião perdeu a prerrogativa de explicar o mundo, passando a interessar aos indivíduos como ferramentas para demandas pessoais e festividades. Deste modo, a religião começou a fazer parte de uma esfera de consumo que a obrigou a seguir as regras do mercado. Porém, apesar de entendermos que a ascensão das ciências foi um momento de profundas transformações para o cristianismo, acreditamos que a maior parte dos aspectos mercadológicos contemporâneos usados na religião contemporânea sempre esteve lá; duas performances do mesmo actante religioso.

Segundo Kuntz (2006), Periscinoto e Telles (1995), os princípios do marketing são inerentes às relações humanas; toda vez que criamos estratégias para conquistar alguém ou até mesmo fazer uma nova amizade, estamos “fazendo marketing”. Para Kater Filho (fundador do Instituto Brasileiro de Marketing Católico - IBMC), a falta de conhecimento sobre a abrangência do marketing confunde as pessoas e induz a associação do marketing apenas a atividades que visam lucro contábil e explícito (SOUZA, 2011). Como mostra o trecho abaixo, no qual Raimar Richers trata da definição contemporânea de marketing.

Durante muito tempo prevaleceu como definição mais divulgada a da Associação Americana de Marketing (AMA), que caracterizava esta área como abrangendo todas as atividades que envolvem o fluxo de bens e serviços entre o produtor e o consumidor. Mas essa definição não resistiu às críticas de inúmeros representantes, não só do mercado acadêmico, como também dos praticantes de Marketing. Ela deu lugar a uma interpretação mais ampla e mais voltada a dois aspectos primordiais: à responsabilidade das funções

administrativas dentro do processo de Marketing na empresa (o chamado Managerial Marketing) e à abordagem sistêmica que se preocupa com a integração ordenada entre os diversos instrumentos que participam de um processo mercadológico qualquer. A mais recente das modificações conceituais do Marketing surgiu em consequência das repercussões dos movimentos consumiristas mundiais, de um lado, e, do outro lado, do reconhecimento de que o conceito de Marketing poderia ter aplicação e utilidade em áreas não necessariamente restritas à atuação das empresas privadas. Sob essas influências, o conceito ampliou-se para abranger áreas de ordem macro (como algumas das funções de um Estado moderno ou de uma comunidade social), bem como as atividades de organizações que não necessariamente visassem lucros nas suas transações, tais como igrejas, hospitais ou partidos políticos (RICHERS, 2001 [1981], p. 17).

Quanto à religião ou ao marketing na religião, George Barna afirma que “Deus usa o marketing para edificar a sua Igreja” (1997, p. 9) Portanto, para o autor, ferramentas mercadológicas não são antagônicas à Igreja Cristã, pelo contrário, elas são instrumentos legítimos para sua edificação.

Porém, por um lado, para autores como Schlamelcher (2012), foi com o surgimento do neoliberalismo que se iniciaram as transformações nas relações congregacionais, com um processo de marketização do sagrado e das relações sociais (CHAGAS; CORADINI; GALINDO, 2015). Por outro, para autores como Refkalefsky (2005), esses aspectos mercadológicos ligados às instituições religiosas não são obras recentes, muito pelo contrário. Conforme Refkalefsky (2005), no que se refere aos aspectos de administração, comunicação e marketing, as igrejas têm muito mais a ensinar do que a aprender com as empresas contemporâneas. No que tange, especificamente, ao marketing, o comportamento empresarial das igrejas começou muito antes da esfera neoliberal. Baseado nas afirmações de Periscinoto, Telles (1995) e Refkalefsky (2005), todos os conceitos de marketing existentes foram criados em duas instituições igualmente antigas: a igreja e o exército, sendo, posteriormente, apropriados e utilizados por outras organizações na época da revolução industrial.

Também não podemos esquecer que, segundo Muniz (2004), ainda no século 17, o termo propaganda já era usado pela Igreja Católica: *Cardinalitia Commissio de Propaganda Fide* (Comissão Cardinalícia para a Propagação da Fé), uma “agência” religiosa para propagar a religião católica, e, é claro, vencer o concorrente direto no segmento cristão, o protestantismo (CHAGAS, 2013).

Assim sendo, podemos imaginar que a IURD só precisou olhar para o passado, para o modo como o cristianismo se tornou uma das maiores religiões existentes e para como sua concorrente contemporânea e líder de mercado no segmento cristão, a Igreja Católica, tornou-se, no período feudal europeu, uma das maiores senhoras de terras da época, grande detentora de poder financeiro e político. Com isso passou a entender que o cristianismo cresceu com base em conceitos administrativos bem orquestrados, como ambições expansionistas, estratégias mercadológicas, força comunicacional e um abraço infinito com o poder e a política (CHAGAS, 2013). Como mostra Jesse Hurlbut em *História da Igreja Cristã*.

Os cristãos que durante tanto tempo estiveram oprimidos, de forma rápida e inesperada, por assim dizer, passaram da prisão para o trono. A igreja perseguida passou a ser a igreja imperial. A Cruz tomou o lugar da águia como símbolo da bandeira da nação e o Cristianismo converteu-se em religião do Império Romano (HURLBUT, 2002, p. 17).

Portanto, um entendimento que a igreja precisa estar próxima, “abraçar” o poder terreno para facilitar suas investidas e ambições. Elementos que podemos encontrar no trecho destacado abaixo, do primeiro capítulo de livro *Plano de Poder*, escrito pelo bispo Edir Macedo.

A Fé racional diz respeito ao ser humano cristão que pensa, calcula, é estratégico, inteligente, tem objetivos e está afinado aos ideais de Deus. Ele (o cristão) percebe que Seu chamado e Sua existência têm uma causa, uma razão. Ele é alguém que age e sabe que as coisas só acontecerão com ações práticas e bem definidas. Desde os primórdios da humanidade o ser humano vem lutando por espaços, por domínio e estabelecimento de poder. No início dessas disputas, elas se davam na base da força bruta e de forma desordenada (a lei do mais forte). Mais tarde, essa força passa a ser usada

de forma estratégica através dos ataques planejados visando à tomada de novos territórios e à ampliação de domínios. Hoje, em sua maioria, essas disputas se dão por meio das estratégias políticas, o que requer jeito, ideologia, habilidade, poder de mobilização e convencimento. Para haver disputas, é óbvio que sempre haverá o outro lado da parte interessada em se estabelecer. Existem os agentes do mal, que são aqueles que fazem oposição acirrada em vários sentidos — inclusive, ou principalmente, na política — aos representantes do bem: Quantas pessoas têm de fato a compreensão do verdadeiro significado da política? Maquiavel a definiu como “A arte de governar e estabelecer o poder.” (O príncipe) Sendo assim, do ponto de vista de Deus, com quem você acha que Ele desejaria que estivesse esse poder e domínio”? Nas mãos do Seu povo, ou não?” (MACEDO; OLIVEIRA, 2008, p. 11-12).

Então, este olhar para o outro, para a concorrência, para história de estratégias bem e malsucedidas é uma das características centrais da estratégia mercadológica iurdiana. A IURD tem incorporado em si um tipo de *benchmarking* religioso, fazendo releituras das melhores estratégias cristãs da história e inovando sempre que possível, de acordo com conceitos primazes para contemporaneidade.

Segundo Hilsdorf (2010), “*benchmarking* é uma ferramenta de gestão que consiste na mensuração da performance de uma organização”, portanto, permite comparar a **eficiência da empresa em questão** com outras organizações, normalmente com a empresa líder do segmento ou com algum concorrente relevante. Coincidência ou não, conforme Aires *et al.* (2012), o *benchmarking* foi uma das ferramentas empresariais mais usadas nas tomadas de decisões das empresas brasileiras entre as décadas de 1980 e 1990. Anos que também foram de estruturação da IURD, nascida em 1977. Assim, de muitas formas, a igreja fez uma série de releituras de estratégias e discursos religiosos (CHAGAS, 2013; REFKALEFSKY, 2005).

Com a Igreja Católica, líder de mercado no segmento cristão mundial, a IURD se nutriu de uma série de ações estratégicas. Desde o nome “Universal” — já que Católica<sup>3</sup> também significa universal

---

3 “A palavra ‘católico’ vem do grego *kata* (junto) e *holos* (todo), isto é: universal, que abrange tudo e reúne a todos, diz o antropólogo e especialista em história das religiões Benedito Miguel Angelo Perrini Gil, da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista (Unesp). [...] A palavra foi aplicada pela primeira vez à Igreja de Roma no século 2 por Inácio de Antioquia, um de seus fundadores. Mas ela só passa a ser adotada oficialmente

—, a IURD replica conceitos que deram certo, estratégias religiosas que se mostraram mercadologicamente adequadas (CHAGAS, 2013). Podem ser listadas a criação de grandes monumentos, de catedrais, a construção das hierarquias eclesiásticas, a releitura das novenas católicas como correntes iurdianas (FREESTON, 1993) ou a reinvenção das vendas de indulgências medievais, como ofertas de sacrifícios, em que, dessa vez, a troca de dinheiro por “favores” celestiais, não só vende o perdão dos pecados, mas sim os anseios da vida terrena.

Além disso, a IURD tem toda sua retórica respaldada em uma “lógica protestante” de fundamentação bíblica e é legitimada por passagens das Escrituras escolhidas a dedo. Até na grade de programação da TV Record (braço televisivo da organização religiosa no Brasil), a IURD demonstra se utilizar de ações elaboradas com base em estudos e recriações estratégicas para crescer e tomar espaço dentro do competitivo “mercado cristão”.

No entanto, essas estratégias não são meras reaplicações, mas sim adaptações munidas do que a marca Universal tem de mais contundente, a contemporaneidade. Uma cultura que não deseja esperar bênçãos ou recompensas no céu, mas que a felicidade seja obtida agora ou, no máximo, em uma das nove semanas de uma corrente (CHAGAS, 2013). Portanto, o que, por vezes, é avaliado como “inovações iurdianas” não reside em simplesmente criar algo realmente novo, mas muito mais em recriar, em traduzir artefatos, estratégias e discursos bem-sucedidos e já experimentados. Tudo isso de maneira criativa e contemporânea.

### **Ovelhas pastoreando ovelhas**

Muitos são os aspectos e ferramentas mercadológicas usadas pela IURD, entretanto, algumas delas se destacam, seja pela importância

---

como um dos atributos essenciais da instituição a partir do Concílio de Constantinopla, no ano 381, afirma o teólogo Faustino Teixeira, do Departamento de Ciência da Religião, do Instituto de Ciências Humanas e Letras, da Universidade Federal de Juiz de Fora” (DA REDAÇÃO. Qual é a origem da palavra católico? {on line}. **Revista Super Interessante**. Ano 15, n. 2, edição 161, fev. 2001. Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/qual-e-a-origem-da-palavra/>. Acesso em: 06 de maio 2017.



estratégica, seja pela qualidade na sua execução. Quanto à praça,<sup>4</sup> mais uma vez seguindo uma estrutura clássica do cristianismo, a IURD se espalhou pelo país e pelo mundo, despendendo cuidados e atenção a suas estratégias de localização. Assim como a Igreja Católica — líder de mercado no segmento cristão brasileiro — contou historicamente com a centralidade urbana, em praças, nos eixos centrais da vida social brasileira, com a presença de igrejas e cruzeiros no topo de morros e montanhas atuando como um tipo de *outdoor* primitivo (CHAGAS, 2013; SOUZA, 2011; PERISCINOTO; TELLES, 1995), a IURD escolhe a localização de suas igrejas baseando-se no “fluxo de pessoas, facilidade de acesso, transporte abundante etc.” (ABUMANSSUR, 2000, p. 188).

Essa estratégia de praça era fortemente usada pela IURD desde seus primórdios, e para isso ela buscou comprar teatros, cinemas e funerárias com o objetivo de estabelecer suas igrejas (ALMEIDA, 2004; CHAGAS, 2013), pois tais lugares têm por característica estarem em áreas de fácil acesso e próximos a grandes fluxos circulatórios; locais centrais na vida urbana.

Neste aspecto, devemos salientar que, assim como o cristianismo primitivo cresceu primeiramente entre as populações mais carentes e marginalizadas (HURLBUT, 2002), a Igreja, que teve como slogan durante muitos anos o termo “Pare de sofrer”, teve o cuidado de se instalar nas periferias das cidades, junto a públicos mais carentes. Não que esse público fosse, necessariamente, mais desejoso de seus produtos (a cura para todos os males, a felicidade na vida terrena e etc.) ou que fosse, de alguma forma, mais suscetível a seu discurso. Neste ponto, basicamente, é preciso atentar para o fato de que, muitas vezes, devido à limitação de acesso, ou completa falta de estruturas do estado, a IURD opera com um leque de produtos e serviços

---

4 “Em inglês, Praça é *Placement*, que, em tradução livre para a nossa área, pode ser entendido como **Colocação no Mercado**. A questão é que ele é responsável, especificamente, por **como o cliente chega até você, aos seus produtos e serviços (...)**. Onde seu público costuma procurar pelos seus produtos e serviços? No caso de estabelecimentos físicos (pontos de venda), quais os tipos específicos? Como a sua empresa pode acessar os melhores e mais efetivos canais de distribuição?” (GABRIEL, Lucas. 4 Ps do marketing: entenda o conceito do Mix de Marketing. **Rock Content**. 24 fev. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/4-ps-do-marketing/>. Acesso em: 12 maio 2018.

bem elaborados ante a um nicho com baixa oferta de alternativas ou com concorrentes<sup>5</sup> fracos e/ou operando com problemas de preço, acessibilidade, comunicação ou qualidade.

Além disso, o produto da IURD ainda tem um diferencial estratégico que parece ser imbatível: para todos os efeitos, ele é à prova de falhas. Caso a graça não seja alcançada, a culpa nunca será atribuída pelos líderes e pelos fiéis ao produto, mas ao próprio cliente. O discurso afirma que o produto é divino e por isso é infalível.

A IURD ainda possui um império midiático, disponibiliza para seus fiéis uma grande quantidade de serviços e produtos, bens tangíveis e intangíveis, porém, para nós, o produto central da igreja é o bálsamo milagroso para as dores do mundo e a felicidade instantânea. Algo bem diferente, por exemplo, do produto católico: “a salvação” (CHAGAS, 2013) e/ou a fé (PERISCINOTO; TELLES, 1995).

### **As ovelhas e cajados**

Desde seus primórdios, a igreja cristã utilizou-se de sinos para comunicação a longa distância, torres e grandes marcos para se destacar nas paisagens, uniformes, campanhas, slogans, identidade visual, criou um logotipo, baseado em um símbolo forte, que está entre os melhores já feitos pela humanidade, a saber, a cruz (SOUZA, 2011; PERISCINOTO; TELLES, 1995; CHAGAS, 2013; REFKALEFSKY, 2005; TOSCANI, 2009). A igreja cristã parece ter percebido que em qualquer mercado, seja ele de sabão em pó ou de almas, a comunicação “é a alma do negócio” (CHAGAS, 2013).

Porém, na jornada iurdiana pelo passado, na busca quase genealógica do marketing religioso, a IURD pôde visualizar um tesouro perdido, uma joia comunicacional abandonada pelo protestantismo, pela estratégia iconoclasta adotada pelos evangélicos. Em sua “viagem temporal”, a IURD contemplou as terras de Canaã, pôde vislumbrar os campos, os morros e, mais do que tudo, pôde perceber que as ovelhas seguem o cajado, não só pelas mediações que ele

---

<sup>5</sup> Consideramos como concorrentes não só outras igrejas, mas também médicos, remédios, estruturas de lazer, etc.

possibilita, mas também pelo discurso das técnicas que emana dele. Sendo assim, suas potências e gamas sensoriais potencializam a rede e ligam os actantes.

Segundo a TAR — teoria ator-rede (LATOURE, 2008), nós não somos sozinhos, nós atuamos em rede. Existimos em uma rede de actantes humanos e não-humanos. Uma profusão de coisas, de corpos e de organismos que coabitam e se unem, se atravessam. Só somos com outros actantes (HARAWAY, 2008). Por isso, imaginar-se uno, indivisível ou mesmo só, é apenas uma forma de facilitar compreensões, como se simplificássemos uma equação demasiadamente complexa (CHAGAS, 2013).

Portanto, essa rede que une actantes humanos e não-humanos é repleta de potências comunicacionais advindas das técnicas (LATOURE, 2004; CHAGAS, 2013). Emanações sensoriais existentes nas técnicas, funções tecnoestéticas (SIMONDON, 1992 [1954]) que ligam os actantes em fluxo de comunicação performativa.

Por isso a IURD constituiu sua estratégia comunicacional com base na tradição cristã — intensificada pós-Papa Gregório I<sup>o</sup> —, como as teorias de Gilbert Simondon e no “amor às técnicas”. A IURD criou, assim, em 1977, uma nova igreja evangélica que se diferenciava significativamente das demais igrejas da época. Igrejas evangélicas que tinham uma imagem quase “genérica” “commoditizada”<sup>7</sup> (CHAGAS, 2013), apagada em meio à paisagem urbana (ABUMANSUR, 2000). Para isso, a IURD retornou ao velho cuidado cristão com a comunicação e ergueu-se em meio às cidades.

Desde as mais simples fachadas — sempre ornadas com a sua logo iurdiana do coração em pentecostes — até as suntuosas catedrais vistas hoje, munidas de arcos, frontões e colunas, que se impõem no ambiente urbano, a IURD vem fundindo conforto para seus fiéis ao status/poder contido nas referências arquitetônicas de uma antiguidade greco-romana.

---

6 Segundo Daré (2018), “No século 6, o Papa Gregório I entendeu que as imagens representadas eram um modo dos ágrafos tomarem conhecimento da história”.

7 Uma das propriedades da *commodities* é a de ser um produto de qualidade e características uniformes, um produto indiferenciado.

A IURD, para além dos sinos e cantos clericais, criou um império midiático que soma jornais, emissoras de TV, revistas, rádios, editoras etc. e produziu, direta ou indiretamente, filmes, novelas, livros e minisséries, que potencializam sua mensagem, trazendo-as para residir no centro de sua vida religiosa.

Portanto, cada vela, cada rosa consagrada, cada ovelha bíblica, cada banco que acolhe mais ou menos o fiel que adentra ao culto, é em si um discurso com potências tecnoestéticas a serem usadas pela IURD. Artefatos que só precisam ser legitimados dentro de um discurso neopentecostal. E, assim, a IURD o fez. Ela uniu toda a potência comunicacional advinda das técnicas usadas por religiões milenares, como as religiões católicas e afro-brasileiras, com a legitimidade bíblica exigida pelo protestantismo. Por isso, durante todos os anos de pesquisa das autoras deste capítulo na IURD, pudemos ver velas, flores e todo tipo de artefatos sendo usados nos cultos. Deste modo, por exemplo, se o pastor lia na cerimônia um trecho bíblico que falasse sobre um trono de ouro, então se utilizava pedaços de TNTs dourados para cobrir o assento dos dizimistas ou de quem participasse daquela corrente (CHAGAS, 2013).

Neste sentido, como a Igreja Católica fez em seus primórdios, a IURD estruturou artefatos para habitar seus cultos, permitindo que os elementos tecnoestéticos pudessem costurar redes comunicacionais entre o sagrado e o mundo material, criando mediadores palpáveis para a fé iurdiana, trazendo o mundo mágico de transsubstanciações e consubstanciações de volta para residir entre seus fiéis neopentecostais. Um mundo em que não apenas vinhos performam sangue, mas que também notas e fiéis performam **como ovelhas no Reino de Deus**.

### Considerações finais

Portanto, com base nos dados e elementos citados no percurso deste texto, acreditamos que podemos descrever a IURD como uma igreja-empresa. Concluimos que a IURD faz releituras de estratégias de comunicação e marketing usando como principal referência

elementos bem-sucedidos do crescimento da Igreja Católica tentando adaptá-las ao neopentecostalismo e a contemporaneidade. Entendemos também que, no aspecto comunicacional, a IURD buscou unir duas estratégias discursivas exitosas no Cristianismo: potências sensoriais e discursos emanados das técnicas, usados por católicos, religiões afro-brasileiras e outros grupos há séculos, acrescidas de toda justificativa, todo rigor, toda pujança do que a IURD crê ser a “lei de Deus”, suscitada na tradição protestante de fundamentação em textos bíblicos e na utilização da Bíblia como manual para a vida.

Entendemos também que a comunicação é um dos eixos centrais das estratégias iurdianas e que os dispositivos e ferramentas mercadológicas utilizadas pela igreja, não necessariamente conspurcam qualquer caráter religioso da instituição, já que seu uso pode ser considerado, por alguns religiosos, um instrumento do divino para a obra de Deus.

Também podemos afirmar que, dentro das complexas redes sociotécnicas e fluxos comunicacionais que constituem a IURD, as dinâmicas de sacrifícios existem como um nó iurdiano, que atua de múltiplas formas: discurso religioso; aliança com o passado, criando elos que ligam a jovem igreja Universal, de apenas 42 anos, a milenar história do povo escolhido por Deus; vivência bíblica; e, principalmente para igreja-empresa, fonte de recursos e sistema de arrecadação, para nutrir a máquina empresarial iurdiana, construindo um sistema capaz de expandir, criar e ainda possibilitar alianças e investimentos no que a IURD, na figura do Bispo Edir Macedo, descreve como seu “plano de poder”.

## REFERÊNCIAS

ABUMANSUR, Edin Sued. A arte, a arquitetura e o sagrado. **Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião**, Porto Alegre, ano 2, n. 2, p. 177-190, set. 2000. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/CienciasSociaisReligiao/article/view/2165>. Acesso em: 18 abr. 2019.

AIRES, Renan Felinto de Farias; AYRES, *Kátia Virgínia*; SALGADO, *Camila Cristina Rodrigues*; VALENTIM NETO, *Adauto José*. Benchmarking de escolas de

governo do Brasil: proposta de melhoria para a Escola de Serviço Público do Estado da Paraíba – Espép. **Sistemas e Gestão**, Niterói: RJ, v. 7, n. 4, p. 570-583, 2012. Disponível em: <http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/V7N4A5>. Acesso em: 18 abr. 2019.

ALMEIDA, Ronaldo Rômulo Machado de. Religião na metrópole paulista. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 19, n. 56, p. 15-27, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v19n56/a02v1956.pdf>. Acesso em: 06 jun 2012.

BARNA, George. **O marketing a serviço da igreja**. 1. ed. São Paulo: ABBA., 1997.

CHAGAS, Andrea Basilio da Silva. **Entre sinos e drive-thrus no reino de Deus: tramas tecnoestéticas e atmosferas sensoriais**. 2013. 144 f. Dissertação (Mestrado Em Estudos de Cultura Contemporânea) - Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, Mato Grosso, 2013.

CHAGAS, Andrea Basilio da Silva; CORADINI, Ângela Mastella; GALINDO, Dolores Cristina Gomes. Orações e objetos: performances tecnoestéticas e modos de fala do discurso religioso. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 38, 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: INTERCOM, 2015, *on line*. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3143-1.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2017.

DARÉ, Paula Serafim. O corpo na produção artística da arte Medieval, no Renascimento e no Maneirismo. **Self - Revista Do Instituto Junguiano De São Paulo**, v. 03, 2018.

DEUTERONÔMIO. *In* BÍBLIA SAGRADA. Português. **Edição Especial - Templo de Salomão**. Traduzida em português por João Ferreira de Almeida, Revista e Atualizada no Brasil. 24. ed. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2009.

FRESTON, Paul. **Protestantes e política no Brasil: da constituinte ao impeachment**. 1993. 308 f. Tese (Doutorado) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Campinas, São Paulo, 1993. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/360100620/Freston-Paul-Protestantes-e-politica-no-Brasil-Da-Constituinte-ao-Impeachment-pdf>. Acesso em: 17 abr. 2019.

GALINDO, Dolores Cristina Gomes; CHAGAS, Andrea Basilio da Silva; CORADINI, Ângela Mastella. Uma Igreja Neopentecostal criada para aplacar as dores do mundo: alianças entre mediações sacrificiais e políticas conservadoras. **Verso e Reverso**, Unisinos: São Leopoldo, RS, n. 30, p. 147-155, 2016.

GENESIS. In *BÍBLIA SAGRADA*. Português. **Edição Especial - Templo de Salomão**. Traduzida em português por João Ferreira de Almeida, Revista e Atualizada no Brasil. 24 ed. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2009.

GIRARD, René, **O sacrifício**. São Paulo: É Realizações, 2011.

GUERRA, Lemuel Dourado. A lógica do mercado na esfera da religião: competição, demanda e a dinâmica dos discursos e práticas religiosas no Brasil [on line]. **Comunicação Publicitária, Negócios e Educação**, 16 dez. 2010. Disponível em: <http://comunicapublicitaria.blogspot.com/2010/12/logica-do-mercado-na-esfera-da-religiao.html>. Acesso em: 11 de abr. de 2019

HARAWAY, Donna. **When species meet**. Minneapolis/London: University of Minnesota Press, 2008.

HEBREUS. In *BÍBLIA SAGRADA*. Português. **Edição Especial - Templo de Salomão**. Traduzida em português por João Ferreira de Almeida, Revista e Atualizada no Brasil. 24 ed. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2009.

HILSDORF, Carlos. O que é benchmarking? **Administradores.com**, 13 set. 2010. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/o-que-e-benchmarking>. Acesso em: 23 abr. 2018.

HURLBUT, Jesse Lyman. **História da Igreja Cristã**. 14 impr. São Paulo: Vida, 2002. Disponível em: <https://ufnovavidacg.wordpress.com/2013/02/17/e-book-historia-da-igreja-crista-por-jesse-hurlbut/>. Acesso em: 11 abr. 2019.

KUNTZ, Ronald A. **Marketing político: manual de campanha eleitoral**. 11. ed. São Paulo: Global, 2006.

LATOUR, Bruno. “Não congelarás a imagem” ou como não desentender o debate ciência- religião. **Mana**, v. Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 349-376, ago. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/mana/v10n2/25164.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2019.

LATOUR, Bruno. **Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red**. Buenos Aires: Editorial Manantial, 2008.

MACEDO, Edir. **O ouro e o altar**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Unipro, 2018.

MACEDO, Edir; OLIVEIRA, Carlos. **Plano de poder: Deus, os cristãos e a política**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2008.

MARCOS. In *BÍBLIA SAGRADA*. Português. **Edição Especial - Templo de Salomão**. Traduzida em português por João Ferreira de Almeida, Revista e Atualizada no Brasil. 24 ed. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2009.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais**: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. 2 ed. São Paulo: Loyola, 2005.

MOL, Annemarie. **Política ontológica**: algumas ideias e várias perguntas. Tradução de Gonçalo Praça. Porto: Edições Afrontamento, 2007.

MUNIZ, Eloá. Publicidade e propaganda origens históricas. **Caderno Universitário**, Canoas, n. 148, 2004. Disponível em: <https://www.eloamuniz.com.br/arquivos/1188171156.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2019.

ORO, Ari Pedro. Neopentecostais e afro-brasileiros: quem vencerá esta guerra? **Debates do NER**, Porto Alegre, ano 1, n. 1, p. 10-36, nov. 1997. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/debatesdoner/article/view/2686>. Acesso em: 11 abr. 2019.

ORO, Ari Pedro. O neopentecostalismo macumbeiro. **Revista USP**, São Paulo, n. 68, p. 319-332, dez/fev 2005/2006. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13505>. Acesso em: 11 abr. 2019.

PERISCINOTO, Alex; TELLES, Isabel. **Mais vale o que se aprende que o que te ensinam**. 4. ed. São Paulo: Best Seller/Círculo do Livro, 1995.

PINTO, Paulo Gabriel Hilu da Rocha. Mercados de devoção: consumo e identidades religiosas nos santuários de peregrinação xiitas na Síria. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. (org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006, p. 167-200.

REFKALEFSKY, Eduardo. Comunicação e marketing religioso: definições conceituais. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: INTERCOM, 2005 [on line]. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/9766181383225136006585321195845452888.pdf>. Acesso em: 14 set. 2012.

REZENDE, Elaine Regina de Oliveira. **O marketing do apóstolo**: as estratégias da Igreja Mundial - 1.ed. Curitiba: Prismas, 2015.

RICHERS, Raimar. **O que é marketing**. 15. ed. 18 reimp. São Paulo: Brasiliense, 2001. (Coleção Primeiros passos; 27).

RICHERS, Raimar. **O que é empresa**. São Paulo: Brasiliense, 2005. (Coleção primeiros passos, 81).

SCHLAMELCHER, Jens. Marketização da Igreja Protestante? Orientação do consumidor e ofertas de baixo limiar em igrejas de cidades alemãs. **REVER - Revista de Estudos da Religião**, São Paulo, v. 12, n.1, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/rever/article/view/10484/7801>. Acesso em: 11 de abr. 2019.



SIMONDON, Gilbert. Sobre a tecno-estética: carta a Jacques Derrida. **Les Papiers du Collège International de Philosophie**, n. 12, 1992 [1954]. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/39538756/1-Simondon-Tecno-estetica>. Acesso em: 11 abr. 2019.

SOTO, Jesus Huerta de. **A Escola Austríaca**. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010. Disponível em: <http://rothbardbrasil.com/wp-content/uploads/arquivos/Escola%20Austr%C3%ADaca%20-%20Mercado%20e%20criatividade%20empresarial%20-%20WEB.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2019.

SOUZA, Lindolfo de Alexandre. **Marketing católico e a crítica profética: desafios à ação evangelizadora**. Aparecida: Santuário, 2011.

TOSCANI, Oliviero. **A publicidade é um cadáver que nos sorri**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2009.



# CARISMA OU DIPLOMACIA: COBERTURA DA IMPRENSA BRASILEIRA E ITALIANA SOBRE ATUAÇÃO DO PAPA FRANCISCO NA REAPROXIMAÇÃO ENTRE EUA E CUBA

*Adilson Rodrigues da Nóbrega*  
*Luís Celestino de França Júnior*

“Papa Francisco intermediou aproximação entre EUA e Cuba” (FOLHA DE S. PAULO, 2014, s/p). “Cuba-Estados Unidos, Papa Francisco e o Vaticano por trás do ponto de virada” (CORRIERE DELLA SERA, 2014, s/p). “Cartas do Papa Francisco abriram caminho para acordo entre EUA e Cuba” (VEJA, 2014, s/p). “Vaticano: Os principais passos que levaram ao degelo nas relações EUA-Cuba” (LA STAMPA, 2014, s/p).

Essas manchetes de alguns dos veículos de comunicação de maior audiência e influência no Brasil e Itália confirmam uma tendência: em dezembro de 2014, quando Estados Unidos e Cuba anunciaram a retomada de relações diplomáticas após mais de 50 anos de rompimento, boa parte da mídia internacional reservou ao Papa Francisco um papel de protagonista. O pontífice surgia na cobertura como um importante articulador para essa reaproximação, ao intermediar contatos entre os governos dos dois países, abrir espaço no Vaticano para reuniões entre diplomatas das duas nações e até mesmo intermediar diretamente negociações para libertação de agentes governamentais dos países envolvidos.

O anúncio da reaproximação diplomática provocou também uma revelação dessas negociações, até então mantidas sob sigilo, conferindo a Jorge Mario Bergoglio, o Papa Francisco, um espaço de destaque. Foi a leitura dessa cobertura em veículos brasileiros e italianos, em dezembro de 2014, que despertou, nos autores deste artigo, reflexões. A condição de chefe de Estado do Vaticano reserva

ao Papa a prerrogativa de intermediação de relações diplomáticas entre a Santa Sé e demais governos no mundo. Observar essa condição de chefe de Estado e suas atribuições era uma expectativa para uma cobertura jornalística sobre pautas internacionais.

De fato, essa condição foi noticiada e analisada. Mas, na mídia brasileira, ela se tornou secundária, diante de outra questão: a figura do Papa Francisco como um líder internacional carismático, com atributos pessoais capazes de se tornar um protagonista e, supostamente, um personagem fundamental em uma reaproximação entre nações em litígio. De forma praticamente homogênea, a imprensa brasileira promoveu uma ênfase jornalística sobre características pessoais. A construção pública da figura de um “herói”.

Uma indagação surgiu como ponto de partida para elaboração deste artigo: por que essa dimensão carismática e pessoal, vinculada à imagem pública do Papa Francisco, passou, na construção da informação jornalística em veículos brasileiros, a se sobrepor ao papel de estadista naturalmente reservado ao pontífice? Em que a abordagem realizada pela imprensa italiana se aproxima ou se difere de seus pares brasileiros?

Na mídia italiana, verificou-se uma abordagem mais heterogênea, em que, se por um lado menciona o fato de Francisco ser o primeiro papa latino-americano como fator que pode ter facilitado a aproximação entre países do continente, por outro traz ênfase a desdobramentos do caso, como a libertação de presos norte-americanos e destaca desafios diplomáticos do Vaticano em outros continentes. Que fatores podem ter colaborado para essa relativa diferenciação? No percurso desta análise, recorreremos aos conceitos de carisma e heroização nas Ciências Sociais; à análise do papel da Santa Sé na diplomacia mundial; às referências sobre *Newsmaking* e Valores-Notícia nas teorias do Jornalismo.

### **Diplomacia na Santa Sé e carisma pessoal: duas faces do papa**

A Igreja Católica ocupa papel peculiar entre atores religiosos com atuação internacional: a Santa Sé é a única instituição religiosa

no mundo que tem prerrogativa de manter relações diplomáticas com Estados, como lembra Anna Carletti (2015). Atualmente, ela possui representantes diplomáticos em 177 países, além de manter observadores em organismos internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU).

Essa mesma autora reforça que há movimentos e grupos religiosos no planeta — que ela denomina atores religiosos transnacionais — com poder de influência sobre as políticas interna e internacional dos Estados, como os movimentos evangélicos, islâmicos moderados e extremistas, nacionalistas hindus e fundamentalistas judeus. Nenhum deles, porém, comporta a ligação entre instituição religiosa organizada e poder estatal, sendo seu líder espiritual, o Papa, ao mesmo tempo pontífice da Igreja e chefe do Poder Executivo do Estado do Vaticano.

Temos, assim, um papel de chefe de Estado e intermediador de relações diplomáticas intrinsecamente atribuído a qualquer pontífice. Em um contexto atual, inclusive a arbitragem de relações internacionais no âmbito da Igreja Católica comporta grandes desafios como os diálogos com o mundo islâmico, com países de maioria cristã ortodoxa, as nações onde cristãos são minorias ou sofrem riscos de perseguição religiosa, a dificuldade para estabelecer pontes diplomáticas com a China (onde o Vaticano não tem representação), conforme destaca Boris Vukicevic (2015).

A atuação de Bergoglio, nesse campo da diplomacia internacional, tem sido marcada por desafios históricos, evidenciados neste século 21, e por outras questões como um olhar mais atento da Santa Sé a países tidos como periféricos, a crise internacional de refugiados e articulações locais em países latino-americanos, como a Colômbia e o México, onde ele teve papel de mediador em acordos de paz entre governos e forças paramilitares. É uma atuação em escala global, com alguns desafios considerados até mais complexos que a reaproximação entre Cuba e os Estados Unidos, conforme avalia Vukicevic (2015), discussão que retomaremos ainda neste texto.

Sob um ponto de vista das rotinas de produção de notícias, todas essas mediações têm potencial para gerar pautas jornalísticas. Entretanto, um outro aspecto relacionado ao papado de Francisco parece ganhar mais ênfase no noticiário brasileiro: a imagem pública de um líder religioso capaz de atrair simpatia até mesmo de não católicos ao instalar medidas de reformas e transparência na instituição e de tornar a Igreja mais aberta a diálogos com grupos em conflito com dogmas católicos, como divorciados e homossexuais.

É, necessário, portanto, recorrer às Ciências Sociais para resgatar o conceito de carisma que permitam a análise dessa imagem pública e seus desdobramentos. Na obra de Max Weber, esse conceito é analisado no contexto das formas de dominação e exercício de poder. Em *Economia e Sociedade*, Weber (1999) categoriza como carismáticos líderes que surgem em situações de dificuldades como portadores de dons específicos, considerados “sobrenaturais” (no sentido de não serem acessíveis a todos). Sua liderança nasce da emergência dessas situações extraordinárias, não estando ele, conforme Weber, vinculado a poderes ou cargos da estrutura de dominação burocrática, por exemplo.

Essa dominação carismática em um sentido “puro” é, portanto, resultado de situações extraordinárias, mas há a possibilidade do fenômeno da “rotinização do carisma”, quando “a dominação ‘pura’ do carisma vê-se rompida, transferida ao institucional [...] imperceptivelmente substituída por outros princípios estruturais” (WEBER, 1999, p. 332), transformando aquelas virtudes carismáticas em dogmas, doutrinas, teorias ou outros mecanismos normativos ou institucionais.

Clifford Geertz, por sua vez, ao tomar o conceito de carisma weberiano como referência para análise do simbolismo de poder de monarcas, afirma que as características desse carisma devem ser avaliadas no âmbito da cultura em que o líder carismático esteja inserido:

Se o carisma é sinal de envolvimento com os centros que dão vida à sociedade, e se tais centros são fenômenos culturais e, portanto, historicamente construídos, a investigação do simbolismo do poder e da natureza deste poder são, na verdade, empreendimentos muito semelhantes (GEERTZ, 2009, p. 186)

Tomadas essas considerações, há como classificar Bergoglio como um líder carismático sob a ótica da sociologia weberiana? Alguns indícios sugerem que sim, ainda que ele também agregue aspectos tradicionais e institucionais no exercício do pontificado. Embora, até mesmo pelo exercício de um cargo institucional de uma instituição burocratizada, ele não possa ser considerado um portador de carisma no sentido “puro”, algumas características de seu papado sugerem traços de uma liderança carismática.

Talvez um dos mais evidentes seja a emergência de sua figura em um contexto de crise pública de imagem da Igreja Católica, aguçado pelo episódio da renúncia de Bento XVI. Em um quadro de expectativa por um sucessor “que deveria retirar a Igreja da crise e conduzi-la por novos rumos” (PASSOS, 2014, p. 1392), Bergoglio surge como “como um Papa disposto a renovar [...] uma figura carismática que rompe dos padrões tradicionais e com as regras burocráticas do poder curial” (PASSOS, 2014, p. 1392).

Na análise desse mesmo autor citado no parágrafo anterior, Francisco rompe com o paradigma ao reconhecer erros da Igreja, admitir *lobbies* políticos, criticar carreirismo em cargos eclesiásticos e exigir transparência nas finanças do Banco Vaticano. Em discurso a cardeais, bispos e monsenhores em 2014, ele enumerou o que denominou de “15 doenças graves” referentes ao aparato burocrático do Vaticano e seus funcionários.

Mesmo sendo uma personalidade carismática, Francisco exerce, porém, o cargo de pontífice (uma espécie de poder “tradicional”, na visão weberiana) em uma instituição burocrática (outra forma de exercício de poder na sociologia de Max Weber). Uma tensão que pode limitar o alcance de suas reformas na Igreja, além de que não podemos descartar que esse carisma pode passar por um processo futuro de rotinização. Contudo, sem tornar secundárias as características carismáticas de sua figura pública nem se configurar como paradoxo, até porque sua atuação é pretensamente renovadora em um quadro de crise. É possível acompanhar, na mídia, gestos como a dispensa de honrarias papais, a pregação da humildade expressa na escolha do nome Francisco (alusão ao santo originário da cidade de

Assis, pregador da simplicidade e da renúncia a valores materiais), a postura em quebrar protocolos de forma frequente para aproximação com os fiéis.

Tal postura traz, enfim, potencial interessante para uma análise científica no campo da Comunicação Social: a possibilidade de ele ser heroicizado pela mídia (GRIGOLETTO; DE NARDI, 2015), sendo apresentado como um personagem de conduta pessoal supostamente exemplar. Esses autores apontam que, desde sua eleição, em 2013, Francisco é assunto de pauta nos principais veículos de Comunicação no planeta, alcançando popularidade, segundo eles, jamais vista por outro papa da Igreja Católica — superando, inclusive, João Paulo II, um pioneiro no uso recente de veículos de comunicação de massa e tido, por alguns autores, como um dos pontífices mais midiáticos da história do Catolicismo (ANGELINI, 2014).

### **Valores-notícia para compreensão da cobertura**

Todo o processo de produção de notícias obedece a critérios que, muitas vezes, podem passar despercebidos pelo senso comum. Diferentemente do que propunha a Teoria do Espelho — embasada na ideia de que as notícias refletem o real, fruto do Positivismo e de um ideal de objetividade que excluiria por completo a noção de subjetividade —, a Teoria da ação pessoal ou teoria do *gatekeeper*, formulada por David White, coloca o jornalista no centro da questão sobre a escolha das notícias.

[...] o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, 'portões' que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o *gatekeeper*, tem de se decidir se vai escolher essa notícia ou não (TRAQUINA, 2005, p. 150).

Mas, para além dos critérios subjetivos de cada jornalista, com o desenvolvimento da hipótese teórica do *gatekeeper*, perceberam-se critérios objetivos que explicariam, por exemplo, a reprodução de notícias similares ou da ênfase a determinados conteúdos em



mais de um veículo de comunicação. J. Galtung e M. Ruge (*apud* MARTINO, 2003, p. 113-114) formularam 12 critérios para que determinado fato se transforme em notícia. São eles:

- 1 - A frequência ou o momento do acontecimento [...];
- 2 - Magnitude do acontecimento [...];
- 3 - A clareza [...];
- 4 - A significação [...];
- 5 - A correspondência ou consonância [...];
- 6 - O inesperado [...];
- 7 - Continuidade [...];
- 8 - Composição [...];
- 9 - Notícias sobre países do chamado 1º mundo [...];
- 10 - Reportagens sobre as elites [...];
- 11- Personalização [...];
- 12 - O negativo [...].

Desde o início de sua posse como Papa, Jorge Mario Bergoglio tem reunido uma série de critérios que fazem dele uma figura midiática. A combinação da personalização — “quanto mais um acontecimento puder ser noticiado em termos pessoais, como resultado de uma ação individual, maior sua chance de ser pautado” (MARTINO, 2003, p. 114) — ao ineditismo, como critérios de noticiabilidade, explica em parte a grande exposição do Papa Francisco: o primeiro pontífice americano (e latino-americano), o primeiro jesuíta, o primeiro a adotar o nome Francisco.

A sua postura de “reformador” na Igreja Católica também fornece elementos para uma abordagem jornalística que caracterize um “ineditismo” em um contexto em que não se percebia uma postura de flexibilização sobre assuntos dogmáticos. É o caso de suas declarações públicas em favor da tolerância da instituição religiosa aos fiéis católicos divorciados ou homossexuais. Assim, ele se coloca no centro dos holofotes da mídia.

Simões e Ferreira (2015) apresentam a ideia da personalidade pública como “acontecimento” para analisar o caso do Papa Francisco. Para as autoras, o pontífice gerou uma “descontinuidade na experiência de católicos e não católicos, afetando e configurando

públicos em sua volta”, justamente por trazer à tona valores afinados à sociedade contemporânea. (SIMÕES; FERREIRA, 2015, p. 74).

De um lado, o que chamam de poder de afetação de Francisco combina “euforia, esperança e confiança”, provocadas nos fiéis a partir da construção de uma imagem de Papa autêntico em suas palavras, vivendo o que apregoa, com a encarnação da novidade: o ineditismo de um papa latino-americano e jesuíta. De outro, o seu poder hermenêutico, gerado pela exposição das “feridas” da Igreja, como a pedofilia ou a corrupção, e da ação no sentido de modificar velhas estruturas, também sinalizadas pelo discurso de Francisco na abertura da Igreja a grupos excluídos (SIMÕES; FERREIRA, 2015, p. 82).

O caso da reaproximação entre Estados Unidos e Cuba, em dezembro de 2014 — por si só um importante fato histórico depois de mais de 50 anos de ausência de relações diplomáticas entre os dois países —, ganhou uma dimensão ainda mais notória com a revelação da mediação do Papa Francisco nesse processo. O inesperado da decisão e a significação histórica do acontecimento — correspondente ao valor-notícia da “significação”, segundo a definição de Galtung e Ruge aqui já referenciada — somados à intervenção de um líder espiritual (portanto, um fato com viés personalista), reúnem ingredientes decisivos para uma cobertura ampla da mídia internacional.

É verdade que, como adverte Pedron (2015), o interesse de Francisco em participar da mediação de conflitos internacionais não é nenhuma novidade da política externa do Vaticano (2015, p. 119-120), mas, no caso da reaproximação entre Cuba e EUA, o que chama a atenção é justamente a mediação ter tido efeitos práticos, o que gera repercussão midiática.

No caso particular de Francisco, o enquadramento feito pela mídia a respeito do posicionamento dele em temas seculares que, de alguma maneira, têm interface com a religião seria o ponto-chave para a compreensão da exposição papal. O acolhimento da Igreja aos gays e a condenação da discriminação, a importância da participação feminina na vida social e a oposição ao machismo e, ainda, o discurso contra um sistema econômico que chamou de excludente, em referência ao capitalismo, seriam algumas das declarações “não

esperadas” do líder espiritual da Igreja Católica Apostólica Romana. “Nos momentos em que a dinâmica interna do campo religioso é revelada ao público, mostrando as posições relativas de cada participante ou denunciando estratégias recíprocas de domínio, a religião torna-se elemento de destaque” (MARTINO, 2003, p.119-120).

### **A análise das coberturas das mídias brasileira e italiana sobre a atuação do Papa**

Para analisar as coberturas das mídias brasileira e italiana sobre o papel do Papa na reaproximação entre EUA e Cuba, selecionamos, ao todo, sete reportagens. Nos dois países, priorizamos veículos de alcance e circulação nacionais, com reportagens identificadas na segunda quinzena de dezembro de 2014, período em que o restabelecimento das relações diplomáticas foi anunciado.

Uma primeira etapa deste trabalho de análise foi desenvolvida e apresentada há três anos, com foco na mídia brasileira (NÓBREGA; BONFIM, 2016). Esta segunda etapa, aqui apresentada neste artigo, traz complemento e traça comparativo com a abordagem da imprensa italiana, com objetivo de verificar uma cobertura em que os periódicos têm acesso mais direto ao cotidiano do Vaticano, numa relação de dependência menor das agências de notícias como fontes. Uma dependência que tende a acontecer para a mídia brasileira, em veículos sem sucursais na Itália, e traz algum risco para homogeneização das abordagens nas pautas.

Na imprensa brasileira, foram selecionadas quatro matérias<sup>1</sup>, sendo uma do *Portal Terra*, uma da edição online do jornal *Folha de*

---

1 Estas quatro reportagens estão listadas a seguir:

- Cartas do Papa Francisco abriram caminho para acordo entre EUA e Cuba. *Veja.com*. 17 dezembro de 2014. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/mundo/cartas-do-papa-francisco-abriram-caminho-para-acordo-entre-eua-e-cuba/>. Acesso em: 7 jul. 2016.

- Papa diz que está feliz com aproximação EUA-Cuba. 2014. *Portal Terra*. 18 dezembro 2014. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/mundo/oriente-medio/papa-diz-que-esta-feliz-com-aproximacao-eua-cuba,6df1baaea6d5a410VgnCLD200000b2bf46d0RCRD.htm>. Acesso em: 8 jul. 2016.

- Papa Francisco intermediou aproximação entre EUA e Cuba. 2014. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 17 dezembro 2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2014/12/1563703-papa-francisco-intermediou-aproximacao-entre-eua-e-cuba.shtm>. Acesso em: 9 jul. 2016.

*S. Paulo* e duas do portal da revista *Veja*. Nelas, foram encontrados, com frequência, dois aspectos principais, ambos aqui já referenciados, que ajudam a compreender uma tendência dominante entre as publicações brasileiras: o primeiro, a personalidade pública do Papa vista como “acontecimento”, tendo como pano de fundo o ineditismo como valor-notícia; o segundo, o discurso de heroificação da figura papal, relacionado aos aspectos carismáticos atribuídos a ele.

No caso do ineditismo como valor-notícia, ele está evidente em alguns trechos de reportagens da *Veja*. Em “Papa Francisco, o diplomata”, publicada em 17 de dezembro de 2014, a revista destaca que, embora a atuação da Igreja em debates internacionais “não seja novidade”, pois, historicamente, Papas têm feito intervenções para influenciar situações globais, no caso do papa Francisco, “chama a atenção a velocidade com que suas iniciativas têm alcançado sucesso”.

No discurso da revista, ganha destaque o fato de que, em apenas dois anos de papado, Bergoglio já teria dado contribuições como essa reaproximação que ganha “patamar histórico”, conforme classifica o texto da reportagem. A mesma revista, em “Cartas do Papa Francisco abriram caminho para acordo entre EUA e Cuba”, de 20 de dezembro de 2014, considera até mesmo a origem latino-americana do Papa, primeiro pontífice nascido na região, como um fator significativo para o restabelecimento das relações. Diz o texto: “o tema ganhou mais importância depois que a Igreja Católica passou a ser liderada pela primeira vez por um papa de origem latino-americana”.

Na matéria publicada na *Folha de S. Paulo*, em 17 de dezembro de 2014, “Papa Francisco intermediou aproximação entre EUA e Cuba”, já se apresenta no título uma motivação personalista: Francisco como agente do fato, como acontecimento. O foco da notícia, portanto, centra-se na atuação do Papa, que “se colocou” entre os dois países, gerando a “aproximação”. No segundo parágrafo, o trecho “[...] e ainda mandou cartas pedindo a liberação dos presos [...]” traz novamente essa impressão intimista ao acontecimento, como

---

- Papa Francisco, o diplomata. *Veja.com*. 20 dezembro 2014. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/papa-francisco-o-diplomata/>. Acesso em: 8 jul. 2016.

se o diálogo tivesse se dado a nível reservado e motivado por atuação pessoal de Francisco.

A matéria do *Portal Terra*, de 18 de dezembro de 2014, “Papa diz que está feliz com aproximação EUA-Cuba”, coloca em jogo mais uma vez a figura do Papa como o verdadeiro acontecimento, com um detalhe a mais: é a emoção de Francisco com o acordo que interessa aqui pela felicidade demonstrada por ele com a aproximação entre EUA e Cuba.

Nas duas edições da *Veja* aqui analisadas, a heroicização da figura do Papa ganha notório destaque. Grigoletto e De Nardi identificam que esse processo, junto a figuras públicas abordadas pela mídia, acontece quando

O discurso midiático se orienta no sentido de construir para eles uma espécie de função-heroica, que se produz a partir da repetição de atribuições, mais ou menos regulares, sobre esses sujeitos — retidão de caráter, simplicidade, comprometimento, etc. —, que trabalham no apagamento das contradições inerentes aos seus discursos e sua atuação política (GRIGOLETTI; DE NARDI, 2015, p. 1).

Dessa forma, em “Papa Francisco, o diplomata”, ainda que uma expressão referente ao papel de mediador diplomático apareça no título, já no subtítulo temos indícios desse discurso de heroicização, quando a revista fala: “ciente do seu poder e influência como líder global, o pontífice destacou-se como figura central na restauração das relações entre EUA e Cuba”. Esse “poder” e “influência”, atributos personalistas, seriam os motivadores para que o pontífice desponte como a “figura central”, o indivíduo responsável por uma negociação bem sucedida a partir dessas características.

No mesmo texto, o reconhecimento fica ainda mais claro quando a reportagem diz que Francisco “sabe muito bem utilizar sua autoridade moral para colocar em pauta vários temas” e que o Pontífice já teria dado mostras de sua “habilidade diplomática” ao reunir o presidente israelense Shimon Peres e o presidente da Autoridade Nacional Palestina Mahmoud Abbas, em viagem à Ásia.

Discurso semelhante está na outra reportagem da revista, quando classifica que as negociações “tiveram uma contribuição valiosa do Papa Francisco” ou quando reproduz discurso de outros atores envolvidos, como a citação à fala do presidente norte-americano Barack Obama: “Em particular, eu quero agradecer a sua santidade o Papa Francisco, cujo exemplo moral nos mostra a importância de buscar um mundo como ele deveria ser, em vez de simplesmente se conformar com o mundo como ele é”. Dessa forma, ainda que as relações internacionais sejam assunto dos textos jornalísticos, fica clara uma exaltação de atributos do atual Papa, como “autoridade moral”, “exemplo moral” e “habilidade”, como determinantes para o sucesso da reaproximação.

Na matéria da *Folha de S. Paulo*, essa fala de Obama também é destacada pelo repórter, que pode ser interpretado como uma ideia do inconformismo do Papa. Aqui, configura-se um apagamento de contradições, ao qualificar de inconformista um líder religioso de uma instituição que é dogmática, burocrática e muitas vezes classificada como conservadora, sem, porém, mencionar qualquer dessas características. O repórter também destaca o agradecimento do presidente cubano Raul Castro “às gestões do Vaticano, especialmente do Papa Francisco”.

Já a fala destacada pelo repórter para o Papa indica a ação de um agente pacificador, preocupado com a superação das dificuldades em nome dos cidadãos dos dois países. Um último ponto a ser analisado é a ênfase na ideia de que várias negociações estavam em curso, mas que “o último encontro foi no Vaticano”, passando a sugerir que a mediação de Francisco foi decisiva.

Verifica-se na matéria do *Portal Terra* um dado interessante a respeito do papel da diplomacia. É a ela que o Papa atribui o sucesso na obtenção da “paz, aproximar os corações dos povos, semear a fraternidade”. É um diferencial dessa matéria tocar nessa questão, embora envolta em uma aura carismática, quando novamente é apontado o desejo de Francisco “de entrar para a história como um homem de paz, que luta pela fraternidade entre os povos”. A repetição da importância do papel da diplomacia como “um trabalho

de pequenos gestos” ou “pequenos passos”, em declaração do Papa, apresenta ainda um tom de paciência, de humildade, realizada por embaixadores comprometidos com o acordo.

Três reportagens<sup>2</sup> de diferentes veículos (*Corriere Della Sera*, *La Repubblica* e *La Stampa*), em suas versões online, foram selecionadas como referências para analisar a cobertura da imprensa italiana. O texto que mais se diferencia da ênfase no carisma pessoal apresentada pelas publicações brasileiras é o da *La Repubblica*. Não há, na matéria, citação que exalte atributos pessoais do pontífice. Em contraponto, além de mencionar que o acordo para restabelecimento das relações foi alcançado após “um ano de negociações secretas”, há um parágrafo inteiramente dedicado a uma análise sobre relações diplomáticas do Vaticano, reproduzido a seguir:

E mesmo se a Santa Sé tenha tido um perfil de absoluta discrição sobre o caso, há todos os elementos para pensar que tinha tido um papel crucial na mediação. Em janeiro, o Vaticano não tinha mencionado Cuba entre os muitos assuntos (Síria, Oriente Médio, Sudão do Sul, Estados Unidos) abordados entre os chefes da diplomacia estadunidense e o primeiro colaborador do Papa Bergoglio<sup>3</sup>.

O *Corriere Della Sera* mescla os dois aspectos. Fala de “apelo pessoal” de Bergoglio a Barack Obama e Raul Castro, em forma de cartas, como ajuda para resolução definitiva da reaproximação entre os países. Também analisa que, para a tradição católica cubana, “a posição de Francisco, primeiro papa latino-americano e não europeu da História foi determinante”.

2 As publicações italianas analisadas aqui são:

- Cuba-Usa, il giorno della svolta. Obama: “Embargo superato, inizia un nuovo capitolo”. *La Repubblica*. 17 de dezembro de 2014. Disponível em: [https://www.repubblica.it/esteri/2014/12/17/news/cuba\\_liberato\\_il\\_contractor\\_usa\\_alan\\_gross-103128070](https://www.repubblica.it/esteri/2014/12/17/news/cuba_liberato_il_contractor_usa_alan_gross-103128070). Acesso em: 29 de abr. 2019

- Cuba-Stati Uniti, Papa Francesco e il Vaticano dietro la svolta. *Corriere Della Sera*. 17 de dezembro de 2014. Disponível em: [https://www.corriere.it/esteri/14\\_dicembre\\_17/cuba-stati-uniti-papa-francesco-vaticano-dietro-svolta-5ae5779c-8612-11e4-a2bf-0fba46a30b83.shtml](https://www.corriere.it/esteri/14_dicembre_17/cuba-stati-uniti-papa-francesco-vaticano-dietro-svolta-5ae5779c-8612-11e4-a2bf-0fba46a30b83.shtml). Acesso em: 29 abr. 2019.

- Vatican: The key steps that led to the thaw in US-Cuba relations. *La Stampa*. 19 de dezembro de 2014. Disponível em: <https://www.lastampa.it/2014/12/19/vaticaninsider/vatican-the-key-steps-that-led-to-the-thaw-in-uscuba-relations-10oVIODD1xhRopbulBGm50/pagina.html>. Acesso em: 30 abr. 2019.

3 As citações dos veículos italianos aparecerão aqui em português, em tradução dos autores deste artigo.

O mesmo jornal, porém, destaca aspectos ligados à diplomacia da Santa Sé. Isso acontece quando reproduz nota oficial do Vaticano, que diz que a Igreja Católica ofereceu “os seus bons ofícios para favorecer um diálogo construtivo sobre temas delicados, das quais são buscadas soluções satisfatórias para ambas as partes”. Há também uma menção a uma problemática delicada: a libertação de Alan Gross, funcionário da Agência dos EUA para o Desenvolvimento Internacional (Usaid), detido em Cuba em 2009. Essa libertação foi um dos itens envolvidos para o sucesso da negociação entre os dois países — houve, em contrapartida, libertação de agentes de inteligência cubanos, presos nos EUA desde 1998.

O *La Stampa*, por sua vez, foi o periódico que cedeu maior destaque à ação diplomática da Santa Sé, por meio da seção específica dedicada ao Vaticano (*Vatican Insider*), na versão em inglês de seu portal. Na reportagem, a avaliação de que “graças ao seu papel de mediação no processo de reconciliação entre Cuba e os EUA, a diplomacia vaticana encontra-se de volta ao centro do cenário internacional”.

A reportagem toma as relações internacionais como ponto central da abordagem e traz entrevistas com os embaixadores de quatro países junto ao Vaticano (Portugal, Peru, Guatemala e Venezuela). A avaliação de representantes de outros países também ganha destaque, mencionando que o trabalho da Santa Sé ganhou elogios por ter sido “profissional”, “bem feito”, que contou com a “discrição como o fator chave”.

Na análise do *La Repubblica* e, principalmente, no *La Stampa*, parece haver predomínio de um outro valor-notícia, o de “significação”, compreendido aqui como “relevância do acontecimento, [...] impacto que poderá ter sobre o leitor ou os ouvintes” (TRAQUINA, 2005, 68). É uma cobertura em que o impacto de um histórico restabelecimento de relações diplomáticas, um caso cuja origem remete ao período da Guerra Fria e é, portanto, marcado por questões geopolíticas relevantes, é o aspecto principal.



## Considerações finais

Ao analisar desafios para a diplomacia da Santa Sé neste novo século, Boris Vukevic (2015) avalia que a reaproximação entre EUA e Cuba não estaria entre os maiores desafios da Igreja Católica nesse período. Para ele, apesar de uma atuação bem-sucedida do Vaticano, essa reaproximação tenderia a acontecer em um futuro próximo. Além disso, destaca que os Estados Unidos são uma democracia com grande população católica, e Cuba, mesmo sendo um sistema fechado de partido único, é influenciada pela Igreja Católica. São países, portanto, situados em uma área de influência da Santa Sé, ao contrário da China, dos países de maioria cristã ortodoxa e dos países islâmicos, esses considerados pelo autor como desafios maiores, conforme já citamos neste artigo.

Embora seja notório que o restabelecimento de relações diplomáticas — por fatores como o longo tempo de rompimento e a disputa ideológica que motivou o afastamento e o bloqueio comercial norte-americano — seja fato merecedor da atenção de uma cobertura jornalística, o que se observou na imprensa brasileira, de modo geral, foi um discurso que secundarizou a atuação diplomática da instituição, Santa Sé, para enfatizar uma atuação mais personalista do líder religioso da Igreja Católica.

A cobertura brasileira pouco se ateu a aspectos como esses entraves diplomáticos considerados desafios para a aproximação da Igreja com outras nações, ou mesmo mostrou interesse maior em detalhar trâmites da contribuição da Santa Sé para a negociação entre EUA e Cuba. Na maior parte das vezes, limitou-se a destacar a influência do Papa para a reconciliação ao citar que o Vaticano cedeu salas para os diplomatas norte-americanos e cubanos estabelecerem diálogo.

Assim, nota-se a ênfase em uma construção jornalística que representa Francisco como um “herói”, articulando os atributos carismáticos e suas aparições públicas em sintonia com as linguagens de aproximação entre religiosidade e entretenimento. Uma construção compreensível, sob o ponto de vista de valores-notícia aqui abordados,

mas que pode resultar no risco de deixar de lado questões relevantes sobre relações internacionais, especialmente quando se trata do trabalho de editorias especializadas na cobertura internacional.

Já no caso italiano, houve um diferencial, a partir da leitura feita pelo *La Repubblica* e pelo *La Stampa*. Coube a esses dois veículos uma ênfase de que o êxito no restabelecimento das relações entre Estados Unidos e Cuba se deve, principalmente, a um trabalho de diplomacia, para o qual o Papa Francisco foi um ator importante, mas sem uma interpretação de mérito por carisma ou outros atributos estritamente pessoais.

Ainda que uma proximidade geográfica com o Vaticano possa ser fator decisivo para uma rotina jornalística mais especializada — o *La Stampa*, como aqui foi citado, dedica seção em seu portal exclusivamente para assuntos relacionados à Santa Sé e ao Papa, enquanto os veículos brasileiros, sem sucursal na Itália, construíram abordagens a partir de agências de notícias (AFP, por exemplo, foi usada pelo *Terra* e pela *Veja*) e outros veículos estrangeiros — aparentemente esse diferencial se deu por opção editorial, a partir de critério que toma as relações internacionais como aspecto de maior destaque.

## REFERÊNCIAS

ANGELINI, Maria Cristina. Os gestos dos papas na cultura da mídia. **Revista Eletrônica CoMtempo**, v. 6, n. 2, 2014. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/12/Maria-Cristina-Angelini.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2019.

BELTRAMO ÁLVARES, Andrés. Vatican: The key steps that led to the thaw in US-Cuba relations. **La Stampa**, 19 de dezembro de 2014. Disponível em: <https://www.lastampa.it/2014/12/19/vaticaninsider/vatican-the-key-steps-that-led-to-the-thaw-in-uscuba-relations-IOoVIODD1xhRopbulBGm5O/pagina.html>. Acesso em: 30 abr. 2019.

CARLETTI, Anna. Do centro às periferias: o deslocamento ideológico da diplomacia da Santa Sé com o papa Francisco. **Austral: Revista Brasileira de Estratégia e Relações Internacionais**, v.4, n.7, p.218-239, Jan./Jun., 2015. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/austral/article/viewFile/57030/35250>. Acesso em: 29 abr. 2019.

CARTAS do Papa Francisco abriram caminho para acordo entre EUA e Cuba. **Veja.com**, 17 dezembro de 2014. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/mundo/cartas-do-papa-francisco-abriram-caminho-para-acordo-entre-eua-e-cuba/>. Acesso em: 7 jul. 2016.

CUBA-STATI Uniti, Papa Francesco e il Vaticano dietro la svolta. **Corriere Della Sera**, 17 de dezembro de 2014. Disponível em: [https://www.corriere.it/esteri/14\\_dicembre\\_17/cuba-stati-uniti-papa-francisco-vaticano-dietro-svolta-5ae5779c-8612-11e4-a2bf-0fba46a30b83.shtml](https://www.corriere.it/esteri/14_dicembre_17/cuba-stati-uniti-papa-francisco-vaticano-dietro-svolta-5ae5779c-8612-11e4-a2bf-0fba46a30b83.shtml). Acesso em: 29 abr. 2019.

GEERTZ, Clifford. **O Saber Local**. 11.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

GRIGOLETTO, Evandra; DE NARDI, Fabiele Stockmans. Entre a (des) politização e a resistência: o funcionamento dos processos de heroicização construídos pela mídia. SEAD, 7, 13 a 16 out. 2015, Recife, PE. **Anais...** Disponível em: <http://anaisdosead.com.br/7SEAD/SIMPOSIO09/EvandraGrigolettoeFabieleStockmansDeNardi.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2019.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003.

NÓBREGA, Adilson Rodrigues da; BONFIM, Síria Mapurunga. Líder carismático ou diplomata: cobertura da mídia brasileira sobre atuação do papa Francisco na reaproximação EUA e Cuba. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 14, Palhoça, Unisul, 2016. **Anais...** Palhoça, Unisul, 2016. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2016/paper/viewFile/10/165>. Acesso em: 30 abr. 2019.

PAPA diz que está feliz com aproximação EUA-Cuba. 2014. **Portal Terra**, 18 dezembro 2014. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/mundo/oriente-medio/papa-diz-que-esta-feliz-com-aproximacao-eua-cuba,6df1baaea6d5a410VgnCLD200000b2bf46d0RCRD.htm>. Acesso em: 8 jul. 2016.

PAPA Francisco intermediou aproximação entre EUA e Cuba. 2014. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 17 dezembro 2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2014/12/1563703-papa-francisco-intermediou-aproximacao-entre-eua-e-cuba.shtml>. Acesso em: 9 jul. 2016.

PAPA Francisco, o diplomata. **Veja.com**, 20 dezembro 2014. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/papa-francisco-o-diplomata/>. Acesso em: 8 jul. 2016.

PASSOS, João Décio. Os limites do carisma na instituição tradicional: reflexões sobre as reformas do Papa Francisco em chave weberiana. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 12, n. 36, p.1384-1407, out.-dez. 2014. Disponível em:

<http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/P.2175-5841.2014v12n36p1384/7533>. Acesso em: 28 abr. 2019.

PEDRON, Caio César. Papa Francisco: o poder carismático de um líder global. **UNITAS – Revista Eletrônica de Teologia e Ciências das Religiões**, Vitória-ES, v. 3, p. 108-127, jan.-jun., 2015. Disponível em: <http://revista.faculdadeunida.com.br/index.php/unitas/article/view/300/282>. Acesso em: 29 abr. 2019.

RICCARDI, Katia. Cuba-Usa, il giorno della svolta. Obama: “Embargo superato, inizia un nuovo capitolo”. **La Repubblica**, 17 de dezembro de 2014. Disponível em: [https://www.repubblica.it/esteri/2014/12/17/news/cuba\\_liberato\\_il\\_contractor\\_usa\\_alan\\_gross-103128070](https://www.repubblica.it/esteri/2014/12/17/news/cuba_liberato_il_contractor_usa_alan_gross-103128070). Acesso em: 29 de abr. de 2019.

SIMÕES, Paula G.; FERREIRA, Juliana da S. Acontecimento, celebridade e carisma: uma análise da imagem pública do Papa Francisco. **Rev. Comun. Midiática (on-line)**, Bauru/ SP, v.10, n.1, p.70-83, jan./abr. 2015. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/158/159>. Acesso em: 30 de abr. de 2019.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, por que as notícias são como são**. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VUKICEVIC, Boris. Pope Francis and the challenges of inter-civilization diplomacy. **Revista Brasileira de Política Internacional**, v.58, n.2, Brasília, Jul./Dez. 2015. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-73292015000200065](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-73292015000200065). Acesso em: 29 abr. 2019.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Brasília: UnB, 1999, vol. 2.



# A CIRCULAÇÃO DOS DISCURSOS DE ÓDIO BIOPOLÍTICO E INTOLERÂNCIA RELIGIOSA NAS REDES SOCIAIS<sup>1</sup>

*Aline Roes Dalmolin*

## **Introdução**

Este capítulo analisa os entrecruzamentos entre mídia, biopolítica e religião na circulação dos discursos de ódio e intolerância nas redes sociais. Tomam-se como objeto acontecimentos que emergem a partir de um contexto de acirramento da intolerância religiosa e disseminação de discursos de líderes religiosos que reivindicam seu “direito ao ódio” na sociedade brasileira contemporânea.

No texto, analisam-se um conjunto de casos de acontecimentos midiáticos envolvendo violações dos direitos humanos em nome da fé. Em alguns desses casos, verifica-se que a violência simbólica presente nos discursos de ódio biopolítico nas redes sociais acaba por desencadear violência física.

O procedimento metodológico procura observar o processo de circulação (BRAGA, 2012) dos discursos sobre alguns desses acontecimentos, abrangendo tanto as esferas da produção quanto da recepção no processo interacional. Aproximamos, desse modo, casos recentes de crimes de ódio contra integrantes de religiões de matriz africana e acontecimentos emblemáticos como o “linchamento do Guarujá”, que redundou na morte da dona de casa Fabiane Maria de Jesus, em 2014.

A intenção de analisar esse quadro de questões no âmbito da biopolítica busca construir uma reflexão sobre a crescente implicação da vida natural do homem nos mecanismos do poder, a qual se expressa, sobretudo, na prevalência dos domínios da biologia e da sexualidade como objeto da política moderna (FOUCAULT, 2003,

---

<sup>1</sup> O presente texto trata-se de uma versão revista e ampliada do resumo “A circulação do ódio biopolítico e da intolerância religiosa nas redes sociais”, apresentado no I Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais (DALMOLIN, 2017).

2010). A atuação do ódio biopolítico não abre espaço para a dúvida, a pluralidade e para a divergência: aquele com o qual eu não concordo deve ser silenciado, rejeitado ou eliminado (AGAMBEN, 2014).

Neste capítulo, analisaremos a circulação do discurso de ódio biopolítico nas redes sociais digitais, exemplificada através de acontecimentos que envolvem questões de intolerância religiosa. Trata-se de uma série de acontecimentos que emergem a partir da ampla esfera da disputa pela garantia de direitos no âmbito de um Estado como o brasileiro, que se declara laico e democrático, em conflito com determinados setores sociais que reivindicam para si o “direito ao ódio” em nome da religião na sociedade contemporânea.

Em um primeiro momento, levantaremos aspectos gerais sobre os casos analisados a partir de um conjunto de inferências observadas no processo de circulação (BRAGA, 2012) desses acontecimentos. Na sequência, explicitaremos nossa compreensão sobre ódio biopolítico e suas implicações, observando a circulação de comentários em redes sociais abrangendo situações de intolerância religiosa.

Não pretendemos aqui nos empenhar em uma análise exaustiva dos comentários, nem em destrinchar em profundidade as linhas dos acontecimentos, mas em delinear algumas linhas interpretativas de cunho teórico-metodológicas para a compreensão da expressão do ódio nas redes sociais contemporâneas. Desse modo, alinhamo-nos a pesquisadores que vêm se desdobrando sobre fenômenos correlatos como os “tribunais emocionais da internet” (FREIRE FILHO, 2017), “polarização comunicacional” (BRAGA, 2019) e no caso específico do ódio religioso, o da “ex-comunicação” (SBARDELOTTO, 2019).

### **Intolerância religiosa nas redes sociais: entre a violência simbólica e a violência física**

Agressões a fiéis, insultos, depredações de terreiros e ataques desqualificadores de suas práticas religiosas são acontecimentos que se repetem diuturnamente nas últimas décadas no país, e não são atos exclusivamente impetrados por grupos evangélicos. Projetos como o Koinonia e o Mapa da Intolerância Religiosa no Brasil

(GUALBERTO, 2011) são iniciativas que tentam mapear ocorrências de intolerância religiosa no país, cujos levantamentos dão uma ideia sobre os ataques sofridos pelas religiões de matriz africana. Em 2018, dados do Ministério dos Direitos Humanos apontavam que a maioria das denúncias de casos de intolerância religiosa tinham como vítima integrantes das religiões de origem africana, sobretudo envolvendo adeptos da umbanda (SOARES, 2018).

Nas últimas décadas, podemos destacar dentre os casos mais emblemáticos e com repercussão judicial a morte de Mãe Gilda, a suspensão da venda do livro de Edir Macedo sob críticas de discriminação e o caso da menina Kailane, atingida por pedradas ao sair de um culto de umbanda<sup>2</sup>. Mais conhecida como Mãe Gilda, a, Yalorixá do Terreiro Abassá de Ogum morreu no ano 2000, depois de ter a sua imagem depreciada no *Jornal Folha Universal* (GUALBERTO, 2011). O Tribunal de Justiça da Bahia, no dia 6 de julho de 2005, confirmou a condenação da Igreja Universal à indenização por danos morais à família de Gildásia dos Santos e Santos. No dia de sua morte, 21 de janeiro, celebra-se o Dia Nacional de Combate à Intolerância Religiosa. No mesmo ano da divulgação da condenação da IURD no caso de Mãe Gilda, a justiça também proibiu a circulação do livro *Orixás, Caboclos e Guias: Deuses ou Demônios?*, escrito pelo fundador da Igreja, pastor Edir Macedo. A decisão resultou de ação civil pública do Ministério Público Federal solicitando a retirada de circulação em razão do caráter preconceituoso da obra em relação às religiões de origem africana. Contudo, em 2006, a decisão foi revertida em segunda instância, que por sua vez liberou a circulação do livro com base no princípio da liberdade de expressão (CRISTO, 2009).

Nesse contexto, tornam-se preocupantes ações institucionais religiosas que estimulam discursos belicistas focados na adesão a uma “guerra espiritual”, os quais podem acirrar ou mesmo promover conflitos interreligiosos. A polêmica em torno da IURD seria reacendida uma década depois, com o projeto *Gladiadores do Altar*,

---

2 A menina Kaillane Campos, de 11 anos, foi atingida na testa por uma pedra no dia 14 de junho ao sair de um culto do candomblé. Ela vestia trajes afro-religiosos quando foi agredida por dois homens que diziam coisas como “diabo”, “vá para o inferno” e “Jesus está voltando”. Disponível em: PORTAL G1, 2015. Acesso em: 25 jul. 2015.



iniciado em janeiro de 2015. Naquele momento, vários vídeos circularam na rede mostrando um grupo de homens que marcham, prestam continência, gritam palavras de ordem, vestem uniforme e se dizem “prontos para a batalha”.

Segundo a *Folha Universal*, o projeto *Gladiadores do Altar* se resume em um programa de ensino religioso “totalmente pacífico”, que conta com 4.300 participantes em todo país (CRUZ, 2015).

A veiculação na internet de vídeos dos *Gladiadores* gerou polêmica em março de 2015, suscitando muitas críticas por parte de militantes dos direitos humanos, principalmente por parte do deputado federal Jean Wyllys (Psol-RJ), o qual manifestou-se em seus perfis de redes sociais cobrando explicações sobre a natureza do projeto. “O fundamentalismo cristão no Brasil tem ameaçado as liberdades individuais, a diversidade sexual e as manifestações culturais laicas. Agora ele está formando uma milícia que, por enquanto, atende pelo nome de Gladiadores do Altar”, afirmou o deputado em uma postagem na rede social *Instagram*. Integrantes da umbanda e do candomblé, preocupados com o avanço do movimento, protocolaram no Ministério Público Federal em 26 estados, no dia 23 de março de 2015, um pedido de abertura de inquérito civil para investigar possíveis casos de intolerância religiosa. Os temores justificam-se em função de um histórico de reações intolerantes para com religiões afro-brasileiras.

No início de março de 2015, o cartunista Vitor Teixeira<sup>3</sup> manifestou-se em relação ao debate sobre o projeto *Gladiadores do Altar* através de uma charge, que causou polêmica e foi amplamente replicada na *web*. Na imagem, um homem com capacete de gladiador e uma camiseta com o símbolo da Universal enfia uma espada em uma mãe de santo (figura 1). A imagem faz referência à possibilida-

---

3 Vitor Teixeira é um desenhista paulista, que ganhou notoriedade na época dos protestos de junho de 2013. Composta principalmente por charges, sua obra é marcada pelos traços fortes, linhas grossas e figuras expressivas. Seus trabalhos tematizam a questão dos Direitos Humanos, realizando projetos como a HQ, “O inimigo da vez”, que traz forte oposição redução da maioria penal. Disponível em: [http://lounge.obviousmag.org/manifesto\\_da\\_artes/2014/05/vitor-teixeira-o-ilustrador-de-esquerda-e-seus-desenhos-politizados.html](http://lounge.obviousmag.org/manifesto_da_artes/2014/05/vitor-teixeira-o-ilustrador-de-esquerda-e-seus-desenhos-politizados.html). Acesso em: 25 ago. 2015.

de do projeto *Gladiadores* vir a ser utilizado como instrumento para ações de intolerância contra as religiões de matriz afro.

Figura 1 - “Gladiador”, de Vitor Teixeira (2015)



Fonte: Revista Galileu.

Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/>. Acesso em: 30 jun. 2015.

Em função da publicação da charge em seu site pessoal, o cartunista foi interpelado extrajudicialmente pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) no dia 17 de março de 2015, sob a acusação de “incitar ao ódio religioso” por meio de sua ilustração. A IURD solicitou ao *Facebook* a retirada do ar da página de Teixeira, sob ameaça de levar o caso à Justiça. Após negociação entre as partes, ficou decidido que a charge seria apagada pelo autor de seu site pessoal. No entanto, o cartunista em resposta divulga nova charge, a qual mostra duas mãos algemadas com o símbolo da Universal, em alusão à censura sofrida pela medida extrajudicial. Diversos sites e portais de notícias divulgaram o fato, gerando respostas por parte dos interagentes que manifestaram sua opinião sobre a polêmica.

A polêmica em torno da charge se retroalimenta do contexto de intolerância nas redes sociais e os limites extremos que esta pode chegar. Como no exemplo de um dos casos mais assustadores da recente história brasileira, que revela até que ponto a violência simbólica (BOURDIEU, 2011) pode se configurar em violência física, é o do acontecimento conhecido como “linchamento do Guarujá”, que envolveu a disseminação de boatos e informações falsas pela mídia, os quais resultaram no linchamento de Fabiane Maria de Jesus, em 2014. Um grupo de justiceiros populares que, motivados por informações errôneas sobre a suposta vinculação religiosa de uma dona de casa paulista, moradora do Guarujá, acabaram por provocar sua morte. No dia 03 de maio de 2014, ela foi espancada, sofreu traumatismo craniano e chegou a ficar internada na UTI de um hospital, mas acabou morrendo dois dias depois.

A agressão teria sido motivada por uma publicação na página do *Facebook Guarujá Alerta*, que mostrava a foto de uma mulher parecida com Fabiane e acusada de sequestrar crianças. A primeira notícia divulgada sobre o caso na *fanpage Guarujá Alerta* ocorreu no dia 25 de abril e informava sobre uma suposta sequestradora praticante de magia negra. O *Guarujá Alerta* chegou a receber diversas mensagens de seguidores relatando sobre a existência da suposta sequestradora, assim como comentários contendo discurso de ódio (figura 2). No dia 28 de abril, a página do *Guarujá Alerta* fez uma postagem, explicando que não havia nenhum registro policial de sequestro na cidade e confirmando que a história era baseada em boatos (FIGURA 3). No entanto, o esclarecimento não foi suficiente para impedir o linchamento de Fabiane, que ocorreu cinco dias depois, por agressores que nem a conheciam.

Alguns afirmam que Fabiane teria sido vista passando a mão na cabeça de uma criança na tarde do dia 03 de maio, o que teria levantado suspeita sobre o sequestro, outros ainda dizem que a bíblia que Fabiane carregava teria sido confundida com um livro de magia negra. Porém, segundo várias testemunhas, o que de fato desencadeou no linchamento foi à semelhança de Fabiane, que havia pintado o cabelo de loiro um dia antes, com o retrato falado da mulher suspeita divulgado na página do *Guarujá Alerta*.

As notícias sobre o linchamento se espalharam rapidamente. A execução foi filmada pelas câmeras de diversos celulares, tanto de agressores como testemunhas e assim que a inocência de Fabiane veio à tona houve uma comoção nacional. Os jornais fizeram uma ampla cobertura do linchamento e do enterro de Fabiane. *Fantástico*, programa da Rede Globo, exibiu uma reportagem de oito minutos e meio no domingo seguinte à barbárie.

O que ocorreu no Guarujá, em 2014, remonta a uma legítima caça às bruxas, o que prova que os resquícios da Idade Média nos perseguem em pleno século 21. Os agressores se unem em razão de um inimigo em comum e se convencem de que tem a missão social de restabelecer uma suposta ordem por meio do derramamento de sangue dos que não seguem suas regras, muito semelhante ao que acontecia na Santa Inquisição.

Com o advento da internet, o consumidor deixou de ser um mero receptor de informação e passou a ser um produtor cada vez mais ativo dela, porém, apesar de todas as vantagens adquiridas com a rede, o problema da velocidade e quantidade de informação é que, muitas vezes, espaços que poderiam ser usados para informar acabam servindo para a veiculação de fofocas, boatos e desinformação, mostrando um lado perverso ou simplesmente irresponsável das pessoas que estão na posição de legitimidade, o que no caso do “Guarujá Alerta” levou os ditos “justiceiros” a resolverem um suposto crime com suas próprias mãos.

Infelizmente, não podemos pensar que o caso de Fabiane seja um acontecimento isolado. No mundo não virtual, quando alguém diz algo preconceituoso ou problemático é normalmente desencorajado e não continua a propagar a informação, mas na internet ao encontrar respaldo em pessoas com o mesmo pensamento, ainda que errado, os comentaristas persistem no seu prisma. Esses comentários suscitam em outros comentários, contrários ou não, formando uma rede de opiniões e reações e dando sequência a um ódio que provém de todas as partes, em circuitos que circulam e ressignificam dentro de um contexto de intolerância religiosa e livre fluxo discursivo.

## Do discurso de ódio ao ódio biopolítico

Em um gesto inicial de análise desses discursos, pensamos em estender a denominação “discurso de ódio” para “discursos de ódio, intolerância e discriminação”, o que *a priori* pareceu produtivo a fim de se aplicar às expressões adotadas pelos interagentes na rede, pois muitas vezes esses se dirigiam de forma odiosa ao outro. Ao organizarmos nossa observação desses discursos, ficou clara a limitação do conceito de discurso de ódio para interpretar esse fenômeno, que se revela insuficiente.

Os casos observados vão além de um abuso da liberdade de expressão ou de discursos com o sentido de aviltar a integridade de alguém ou de um grupo. Por outro lado, essas situações reportam a sentimentos que vão muito além do mero ódio, englobando indiferença, indignação, desprezo e até mesmo asco (FREIRE FILHO, 2017). Outro problema de utilizarmos esse conceito se refere ao fato de esse assumir uma perspectiva valorativa a respeito do próprio discurso, ou seja, levando a qualificar todos os discursos a partir de uma dicotomia, como odioso ou não odioso. Talvez seja mais pertinente compreender o contexto no qual esse discurso se situa em relação ao ódio biopolítico, pela dimensão discursiva é possível considerar a potencialidade desse discurso de expressar esse ódio, desse modo não se prender ao “reinado do significante” como nos diz Foucault (1996). O que caracteriza o objeto analisado não é o caráter do sentimento que envolve os interagentes, mas a dimensão biológica sendo tomada como objeto do ódio, no qual o sujeito na constituição de sua existência é considerado como uma vida que não merece ser vivida, relegando ao outro o exercício do poder soberano de assim determinar.

O conceito de biopolítica, pensado inicialmente por Michel Foucault e reinterpretado por outros autores como Giorgio Agamben (2014), Peter Pál Pelbart (2008), Antonio Negri (2004) e Antonio Negri e Michael Hardt (2005), oferece-nos uma perspectiva de categoria teórica-interpretativa distinta para não apenas realizar a leitura desses discursos, mas também para

compreender a complexificação da circulação dos discursos em rede que experienciamos no contexto atual.

A intenção de analisar esse quadro de questões no âmbito da biopolítica busca construir uma reflexão sobre a crescente implicação da vida natural do homem nos mecanismos do poder, a qual se expressa, sobretudo, na prevalência dos domínios da biologia e da sexualidade como objeto da política moderna (FOUCAULT, 2003). A biopolítica busca construir uma reflexão sobre a crescente implicação da vida natural do homem nos mecanismos do poder, a qual se expressa, sobretudo, na prevalência dos domínios da biologia e da sexualidade como objeto da política moderna (AGAMBEN, 2014; FOUCAULT, 2003). Conforme Foucault (2003), em nosso tempo a política se tornou integralmente biopolítica, conduzindo a primazia do privado sobre o público, das liberdades individuais sobre os bens coletivos.

O ódio biopolítico expresso nas redes visa a atingir os aspectos eminentemente biológicos dos sujeitos envolvidos: a cor da sua pele, seu caráter de gênero, a natureza de suas práticas sexuais, ou seja, suas divergências em relação a um padrão considerado o correto por aquele grupo em questão. A atuação do ódio biopolítico não abre espaço para a dúvida, a pluralidade e para a divergência: aquele com o qual eu não concordo deve ser silenciado, rejeitado ou eliminado (AGAMBEN, 2014).

A ideia de o ódio se manifestar enquanto uma guerra espiritual, envolvendo o bem contra o mal, a ideia do ressentimento (FASSIN, 2013) e de *self righteousness* (HAIDT, 2012) justificam esse posicionamento radical e que muitas vezes levam as pessoas a se associarem as chamadas pós-verdades ou às *fake news*. Nesse caso, o que faz com que uma notícia passe a circular de forma intensa não se relaciona à veracidade de uma informação, mas se ela condiz com determinada visão ou ideologia, trazendo uma oposição da vontade de verdade à vontade de saber (FOUCAULT, 1996). A ideologia se arvora na condição de doutrina, a qual, segundo Foucault, define uma série de discursos como válidos enquanto rechaça um outro conjunto, o que não condiz com aquilo que define a doutrina. Esse discurso é o discurso do outro, que é excluído desse processo, a ele é negada

a voz, portanto não há espaço para o diálogo, eliminando a condição necessária para haver o debate político. Nesse ponto, o debate transforma-se em um debate biopolítico pois, através da oposição entre bios e zoé, o outro é destituído de sua dimensão política (bios) e relegado ao domínio do biológico (zoé) (AGAMBEN, 2014).

### **Análise transversal: A “mãe de santo esfaqueada” e O linchamento da “bruxa”**

O procedimento metodológico procura observar o processo de circulação dos discursos sobre alguns desses acontecimentos, abrangendo tanto as esferas da produção quanto da recepção no processo interacional. Braga (2012) compreende a circulação como o espaço tanto do reconhecimento quanto dos desvios por parte da recepção. Nessa concepção, o produto mediático não é visto como ponto de partida nem de chegada no fluxo da comunicação, mas como consequência de uma série de expectativas, interesses e ações, que derivam de um processo de retroalimentação (BRAGA, 2012).

A análise empírica é de caráter qualitativa e envolve a análise discursiva de postagens na rede social *Facebook*. Aproximamos, desse modo, casos recentes de crimes de ódio contra integrantes de religiões de matriz africana e acontecimentos emblemáticos como o “linchamento do Guarujá”, que redundou na morte da dona de casa Fabiane Maria de Jesus, em 2014. Os dois casos possuem em comum, para além da potencialidade de acontecimentos que promovem desdobramentos da violência simbólica em violência física, o ódio biopolítico em função da adesão religiosa de suas vítimas ou, no caso do linchamento do Guarujá, uma suposta vinculação a práticas ocultistas.

No caso da polêmica em torno da charge de Vitor Teixeira, o humor agressivo encontra um contraponto na estratégia combativa da IURD no cenário do mercado religioso, a qual pode ser correlacionada ao enfoque do proselitismo religioso adotado pela religião católica no início do século 20. O discurso apologético empenhado por veículos religiosos católicos nos anos

1930 e 1940, que combatiam outras religiões a crescer no cenário religioso brasileiro, como os espíritas, os evangélicos pentecostais e os umbandistas, demarca um perfil comunicacional que contrasta com a postura ecumênica empenhada pelo catolicismo nos últimos anos. Por outro lado, a estruturação de um movimento como o “*Gladiadores do Altar*” por parte da IURD pode estar relacionado ao contexto, trabalhado desde o final da década de 2000 por esta instituição religiosa, de resgate da simbologia do antigo testamento e de práticas antigas do judaísmo, fenômeno que pode estar associado a uma estratégia de posicionamento no mercado, conforme a pesquisadora Magali Cunha (2014).

Esses embates também ocorrem no contexto dos comentários sobre as charges de Vitor Teixeira, no sentido de que os interagentes se dedicam a defender seus pontos de vista em relação à religião em vez de debater o propósito das charges, o que se verifica tanto por parte dos que se enunciam como evangélicos ou mesmo daqueles que se colocam como ateus ou sem vinculação religiosa.

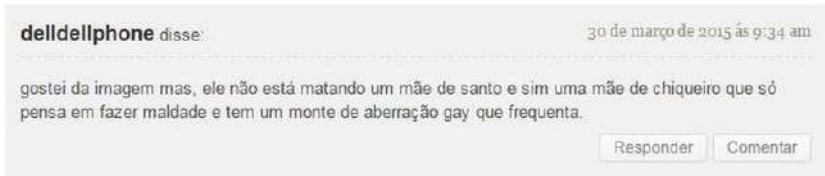
Ao publicar as charges em sua página no *Facebook*, Vitor Teixeira acionou uma rede de intertextualidade que remete a outros textos. Se o leitor quisesse entender a crítica presente no desenho, deveria ter uma leitura apurada sobre o acontecimento de forma bastante ampla, convergindo com leituras que exploraram o caráter bélico dos *Gladiadores do Altar*, como a efetuada por Jean Wyllys, e do próprio histórico de intolerância da IURD para com as religiões de matriz africana. Em vários comentários a respeito das charges, os interagentes se apoiam em acontecimentos anteriores envolvendo a relação entre religião e intolerância para estruturar sua argumentação contra ou a favor do chargista, como o episódio do “chute da santa” pelo bispo Sergio Von Helder, os ataques a terreiros de umbanda na Bahia e o assassinato dos chargistas no semanário *Charlie Hebdo*.

Desse modo, a polêmica sobre as charges acionaram relações discursivas mais amplas que se referem à própria inserção do movimento neopentecostal no Brasil, suas intersecções no contexto da modernidade e às relações entre mídia e religião. Em uma das postagens, retirada de comentários à notícia sobre a polêmica em



torno da publicação da charge no Portal Gospel Mais (CHAGAS, 2015), é possível perceber que o interagente “*delldellphone*” não partilhou dessa rede de intertextualidade, aparentemente considerando a imagem em sua literalidade (figura 2).

**Figura 2 - Comentário do interagente 01**



Fonte: Página Gospel Mais. Acesso em: 30 mar. 2015.

Portanto, mesmo aparentemente concordando com o cartunista, ao relatar ter “gostado da imagem”, o interagente em questão se afilia a uma posição contrária a ele, uma vez que se associa a uma posição de sujeito intolerante e preconceituosa que é objeto da crítica de Vitor Teixeira. Isso mostra a complexidade das relações de sentido presentes na circulação do acontecimento em questão.

A intolerância também pode ser constatada nos comentários dos interagentes na *fanpage Guarujá Alerta*, no contexto temporal que antecedeu o linchamento de Fabiane. Nesses discursos, a violência simbólica aparece na forma de discurso de ódio e incitação ao crime, expressando uma associação discursiva entre as expressões mulher/bruxa/magia negra/cabelo loiro/satanismo.

**Figura 3 - Discurso de ódio dos interagentes da página “Guarujá Alerta”**



Fonte: Facebook Guarujá Alerta. Acesso em: 25 ago. 2015.

Nesses discursos, o fato replica um novo dito relatado que dá origem a mais violência simbólica, novamente dirigida à condição biológica de seus interlocutores. Nesse sentido, destaca-se a crítica à condição social da comunidade em questão e a crítica ao contexto de intolerância religiosa, que algumas vezes é interpretada como crítica à liberdade de culto e “perseguição religiosa”.

### **Considerações finais**

A democratização da informação, por meio das redes sociais, colaborou para uma modificação nos processos de produção e propagação de notícias. Essa participação mais intensa da sociedade nesses processos, no entanto, causou problemas como a disseminação de rumores e a violência simbólica. Embora não se possa ter total controle sobre o que é postado pelas diversas

redes sociais existentes, é imprescindível questionar a origem e a veracidade antes de propagar qualquer informação, pois a sua influência sobre a sociedade pode levar a ações irreversíveis.

Discute-se o papel da mídia e das redes sociais para a disseminação da violência simbólica e do discurso de ódio no contexto atual, fortemente marcado por práticas de intolerância religiosa e pelo desrespeito aos direitos humanos. Há de questionar-se, nos dois casos em análise, a respeito do fato do ódio biopolítico nesses envolverem mulheres como vítimas, seja na figura simbólica da mãe de santo na charge ou na imagem da dona de casa “confundida” com uma bruxa.

A análise aponta, como resultados preliminares, que o contexto de liberdade discursiva que permite a livre manifestação também abre espaço para que exerçamos a política num espaço de “irreflexão”. Fica o questionamento em relação às redes sociais e o seu potencial de estender os domínios da teia biopolítica, quando essas reproduzem a potencialidade do poder soberano em multiplicar virtualmente o regime de exceção.

## REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **Homo Sacer I: poder soberano e a vida nua**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

BRAGA, José L. Circuitos versus campos sociais. *In*: MATTOS, Maria A.; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (org.). **Mediação e Mídiação**. Salvador: Compós/Edufba, 2012, p. 31-52.

BRAGA, José L. Polarização, intolerância e incivilidade como questão comunicacional. Apresentação oral no III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais. **Anais ... Unisinos**, 2019. Disponível em: <http://www.midiaticom.org>. Acesso em: 09 jun. 2019.

CHAGAS, Tiago. Igreja Universal ameaça processar cartunista por conta de charge sobre “Gladiadores do Altar”. **Portal Gospel Mais**, 26 mar. 2015. Disponível em: <http://noticias.gospelmais.com.br/gladiadores-universal-ameaca-processar-cartunista-charge-75206.html>. Acesso em: 25 jul. 2015.

CÓRREA, Jeferson. **Vitor Teixeira**: O Ilustrador À Esquerda E Seus Desenhos Politizados. Obvius, s/d. Disponível em: [http://lounge.obviousmag.org/manifesto\\_da\\_artes/2014/05/vitor-teixeira-o-ilustrador-de-esquerda-e-seus-desenhos-politizados.html](http://lounge.obviousmag.org/manifesto_da_artes/2014/05/vitor-teixeira-o-ilustrador-de-esquerda-e-seus-desenhos-politizados.html). Acesso em: 25 ago. 2015.

CRISTO, Alexandre. Ações do MP focam igrejas evangélicas em expansão. **Portal Consultor Jurídico**, 5 dez. 2009. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2009-dez-05/acoes-ministerio-publico-focam-movimentos-evangelicos-expansao>. Acesso em 30 jun. 2015.

CRUZ, Daniel. Conheça o novo projeto Gladiadores do Altar. **Folha Universal**, n. 1196, 08 mar. 2015.

CUNHA, Magali do N. A interseção mídia religiosa e mercado e a ressignificação bíblica pelos evangélico. **Relegens Thréskeia**, v. 3, n. 1, p. 1–23, 2014.

DALMOLIN, Aline. A circulação do ódio biopolítico e da intolerância religiosa nas redes sociais. **Anais ...Unisinos**, 2017. Disponível em: [http://www.midiaticom.org/pdf/GT\\_02\\_-\\_Midiatizacao\\_da\\_Religiao\\_%E2%80%933\\_B.pdf](http://www.midiaticom.org/pdf/GT_02_-_Midiatizacao_da_Religiao_%E2%80%933_B.pdf). Acesso em: 09 abr. 2018.

FASSIN, Didier. On Resentment and Ressentiment: the politics and ethics of moral emotions. **Current Anthropology**, v. 54, n. 3, p. 249–267, jun. 2013.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 5 ed. São Paulo: Loyola, 1996.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

FOUCAULT, Michel. **Em Defesa da Sociedade**. 2 ed. São Paulo; Martins Fontes, 2010.

FREIRE FILHO, João. Correntes da felicidade: emoções, gênero e poder. **Matrizes**, v. 11, n. 1, p. 61-81, jan./abr. 2017.

GUALBERTO, Marcio Alexandre M. **Mapa da Intolerância Religiosa 2011**: violação ao direito de culto no Brasil. Associação Afro-Brasileira Movimento de Amor ao Próximo: Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: [http://www.defensoria.sp.gov.br/dpesp/Repositorio/39/Documentos/Mapa\\_da\\_intolerancia\\_religiosa\[1\].pdf](http://www.defensoria.sp.gov.br/dpesp/Repositorio/39/Documentos/Mapa_da_intolerancia_religiosa[1].pdf). Acesso em: 03 maio 2015.

GUARUJÁ Alerta. Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Guaruja-Alerta/546948822069818>. Acesso em: 25 jul. 2015.

HAIDT, Jonathan. **The righteous mind**: why good people are divided by politics and religion. New York: Pantheon Books, 2012.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Multidão: guerra e democracia na era do império**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

MENINA vítima de intolerância religiosa diz que vai ser difícil esquecer pedrada. **G1**. 16 jun. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/06/menina-vitima-de-intolerancia-religiosa-diz-que-vai-ser-dificil-esquecer-pedrada.html>. Acesso em: 09 jun. 2019.

NEGRI, Antonio. Para Uma Definição Ontológica da Multidão. **Lugar Comum: Estudos de Mídia, Cultura e Democracia**, n. 19-20, janeiro de 2004 - junho de 2004. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://uninomade.net/lugarcomum/19-20/>. Acesso em: 05 abr. 2015.

PELBART, Peter P. Poder sobre a vida, potência da vida. **Lugar Comum: Estudos de Mídia, Cultura e Democracia**, n. 17, junho de 2008. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://uninomade.net/lugarcomum/17/>. Acesso em: 03 abr. 2019.

REVISTA Galileu. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/>. Acesso em: 30 jun. 2015.

SBARDELOTTO, Moisés. Excomunicação: novos modos de intolerância intrarreligiosa em tempos de midiatização digital. **Anais ... Unisinos**, 2019. Disponível em: [http://www.midiaticom.org/pdf/GT\\_02\\_-\\_Midiatizacao\\_da\\_Religiao\\_%E2%80%93\\_B.pdf](http://www.midiaticom.org/pdf/GT_02_-_Midiatizacao_da_Religiao_%E2%80%93_B.pdf). Acesso em: 09 jun. 2019.

SOARES, Ingrid. Em seis meses, Brasil teve mais de 200 casos de intolerância religiosa. **Correio Braziliense (on-line)**. 03 out. 2018. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2018/11/03/interna-brasil,717238/em-seis-meses-brasil-teve-mais-de-200-casos-de-intolerancia-religiosa.shtml>. Acesso em: 01 jul. 2019.



# NOSSA SENHORA E OS CORPOS CELESTES: A TRADIÇÃO IMAGÉTICA CATÓLICA NO MUNDO DA MODA E DAS CELEBRIDADES

*Patricia S. Machado*

## Introdução

Este ensaio trata da simbologia católica no universo da moda, mais especificamente, da imagem de Nossa Senhora como ícone *fashion* presente em algumas expressões da cultura midiática contemporânea, incluindo o mundo das chamadas “celebridades”. Para tanto, buscaremos refletir sobre as expressões imagéticas e imaginárias que envolvem a representação da religião na mídia.

Nosso olhar será direcionado aos processos comunicacionais presentes na festa de lançamento da edição 2018 da exposição do Instituto de Moda do *Metropolitan Museum* em Nova Iorque (EUA). Denominada *Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination (Corpos Celestes: Moda e Imaginação Católica)*, a exposição de arte aconteceu no *Cloisters* — o museu de arte sacra do *Met* e contou com o apoio do Vaticano, além do empréstimo de 40 itens históricos que são parte do acervo do Pontífice Conselho de Cultura e também com inserção de peças de artistas e designers de moda contemporâneos.

Daremos também atenção ao evento de abertura da exposição — o *Met Gala 2018*. O baile, organizado pela diretora da *Vogue* americana, Anna Wintour, teve uma ampla cobertura da imprensa especializada e também foi objeto de milhares de postagens — positivas e negativas — nas mídias sociais.

Inúmeras celebridades, vestidas com roupas inspiradas na simbologia e ícones católicos, desfilaram pelo tapete vermelho do evento. A imagem, os símbolos e a iconografia de Nossa Senhora foram tema das roupas de artistas (fig. 1), tais como: Madonna, Lilly Collins, Lana Del Rey e Kim Kardashian.

Figura 1 - Stella Maxwell – vestido Moschino



Fonte: Celebmafia (2018). Disponível em: <https://celebmafia.com/wp-content/uploads/2018/05/stella-maxwell-met-gala-2018-11.jpg>. Acesso em: 01 jun. 2019.

Os “looks” usados, incluindo os acessórios e joias, foram selecionados a partir de coleções assinadas por grandes nomes do mundo da alta-costura e que foram influenciados pelas imagens católicas (fig. 2). Os italianos Dolce & Gabbana, Valentino, Versace e Moschino, mas também o francês Jean Paul Gaultier, o espanhol Cristobal Balenciaga e o inglês John Galliano, de ascendência italiana, dentre outros. Em sua maioria, os artistas têm origem em países católicos.



**Figura 2 - Trajes desenhados por C. Balenciaga especialmente para um coro católico em 1964**



Fonte: [angelanealworld.com](https://www.angelanealworld.com/wp-content/uploads/2018/06/Heavenly-B-Choir-cropped-1-of-1.jpg) (2018). Disponível em: <https://www.angelanealworld.com/wp-content/uploads/2018/06/Heavenly-B-Choir-cropped-1-of-1.jpg>. Acesso em: 01 jun. 2019.

Contudo, há uma distinção que nos instiga no tapete vermelho do *Met Gala* 2018. A “teologia” da indústria de entretenimento, parece-nos essencialmente focada na divulgação das marcas e dos produtos-celebridades. Nem a religiosidade tampouco a arte são focos nos tapetes vermelhos.

Nosso questionamento relaciona-se à investigação sobre as nuances de um fenômeno midiático que envolve a instituição católica. Em especial, a midiaticização de imagens e de símbolos considerados sagrados na exposição *Heavenly Bodies*. Ademais, interessa-nos também o contexto em que as celebridades — e as marcas usadas por elas — são aparentemente, os principais objetos de culto.

Em diálogo com os estudos de mídia e religião, do imaginário social, da cultura visual e dos estudos culturais, nossa jornada interpretativa será apoiada pela análise tríplice da Hermenêutica de Profundidade (HP), cunhada por J. B. Thompson (2011).

Começemos com uma apresentação dos aspectos mais importantes de Nossa Senhora enquanto integradora dos mundos.

## **Nossa Senhora reintegradora dos mundos**

A imagem de Nossa Senhora teria o poder de reintegrar os mundos? Julgamos que sim, pois, além de ser a principal representante do Sagrado relacionado ao Feminino no Ocidente e herdeira simbólico-mítica do arquétipo da Grande Mãe (NEUMANN, 2003), a Virgem Maria transita por muitos mundos e está para muito além das igrejas e altares religiosos tradicionais.

Sua imagem pode ser encontrada nas casas dos mais variados tipos de pessoas; está nas entradas de oficinas mecânicas e de bares; nos adesivos colados nas latarias dos carros e nas capelinhas nas estradas construídas e mantidas por anônimos; está nos pingentes pendurados nos pescoços dos católicos “não praticantes” e também nas tatuagens de homens e mulheres considerados “não tradicionais” e por vezes nem mesmo cristãos. Ela também está nos grafites da arte urbana e na alta-costura, já foi tema de telenovela brasileira e também é a heroína em diversas produções hollywoodianas.

Os limites da capacidade comunicativa de Nossa Senhora são existentes, mas há de considerar que eles são tênues em muitas das vezes. As distinções de classe, de gênero, ideológicas e até mesmo religiosas são inegáveis, mas assim como a água, um importante símbolo da dimensão do Feminino, a Virgem católica, mesmo que represada por alguns preconceitos e as óbvias limitações teológicas, flui pelo imaginário, pelas religiosidades, pela cultura e pelos mais diversos meios de comunicação há séculos.

### **Arquétipo, complexidade e imaginário**

Nossa Senhora representa o arquétipo da Grande Mãe. Mas é também a Rainha dos Céus, a Soberana. E é Maria, a heroína humana que, por meio de sua jornada, inspira milhões de mulheres e homens. Complexidade é uma característica que pode ser relacionada à maior representação da dimensão feminina do Sagrado no Ocidente.

São muitos os títulos, denominações e qualidades de Nossa Senhora: é das Graças, da Conceição e da Assunção; é das Dores, dos

Aflitos e também da Boa Morte. Ela é de Guadalupe (México) e de *Lujan* (Argentina); e é também de Lourdes (França) e de Fátima (Portugal). Ela é alva, etérea e silenciosa (*Knock* – Irlanda) e é também negra, terrena e festiva (*Aparecida* – Brasil). Ela é do Céu e também é da Terra. Não ignoramos que ela seja um personagem controverso — aliás, isso só reforça a complexidade que apontamos acima. No entanto, em nosso projeto de pesquisa de doutorado, Nossa Senhora é, segundo nossa hipótese, a reintegradora dos mais diferentes mundos.

Ela está no inconsciente coletivo junguiano. Ela transita pelo o que Castoriadis (1987) chama de “magma do imaginário social”. Nossa Senhora tem uma capacidade de unir, assim como o imaginário — o “cimento social” denominado por Maffesoli (2003).

Nossa Senhora também é parte do imaginário e da imaginação humana antes mesmo do advento do Cristianismo — basta olhar para as imagens das inúmeras deusas de outras mitologias que possuem a mesma iconografia e universo simbólico da Maria católica (fig. 3). Nossa Senhora transita pelo tempo, pelos mitos e religiões, pelas narrativas e também pela cultura, incluindo a cultura midiática.

**Figura 3 - Isis (Panteão Egípcio) e Maria (Catolicismo)**



Fonte: acervo da autora.

## **Sobre a importância dos estudos de religião e mídia**

As discussões sobre a religião na mídia são relevantes, pois o número de pesquisas que buscam compreender o tema está aquém da importância dos fenômenos. Jeremy Stolow (2014) reforça o nosso argumento quando diz que, ao ampliar os estudos sobre o assunto, também avançamos na compreensão da própria religião como elemento da vida social humana. Isto é, ele defende que as pesquisas sobre religião e mídia, indo além “do estudo localizado de comunidades, instituições ou atores específicos” (STOLOW, 2014, p. 155), podem expandir o conhecimento filosófico e metodológico a respeito das ciências humanas e sociais.

Isso também se aplica à expansão dos estudos sobre as expressões rituais fora do universo religioso institucionalizado. Stolow aponta que, para além dos limites do controle das autoridades religiosas, é possível perceber “uma profusão global de novas técnicas de aquisição de conhecimento, expressão ritual e auto-cultivo que são cada vez mais realizados em cenas sociais” e que são produzidos “fora dos locais institucionais ‘habituais’ da prática religiosa, e além do alcance das autoridades religiosas ‘tradicionais’” (STOLOW, 2014, p. 147). Essas práticas são encontradas nas sendas consideradas alternativas, tais como: dos saberes tradicionais, das terapias complementares e também do entretenimento e da cultura de consumo (STOLOW, 2014).

Ainda sobre as relações entre religião e mídia, Magali do Nascimento Cunha (2016, p. 7) destaca que “o ‘religioso’ (aquilo que é relativo ou próprio da religião) é mediação presente nos diferentes processos comunicacionais midiáticos” e que isso se aplica aos campos jornalístico, literário, musical, publicitário e, destacamos, do entretenimento. Para além do funcionalismo, os estudos de mídia e religião podem abarcar, inclusive, aquilo que “passa pela compreensão das significações imaginárias, das representações socioculturais tanto no processo de produção quanto no de recepção”. Ou seja, os fenômenos não religiosos que envolvem a religião.

## **A Igreja na Mídia - metamorfose e relisiência**

Francisco, um papa que tira *selfies* com os fiéis? Fábio de Melo, um padre-cantor com quatorze milhões de seguidores somente em uma de suas mídias sociais? Uma parceria entre o Vaticano e uma exposição de moda no *Metropolitan* de Nova Iorque?

Sim, estamos falando sobre fenômenos que envolvem a Igreja Católica, considerada uma das religiões mais tradicionalistas do planeta em muitos aspectos. Porém, quando se trata de sua inserção no mundo da comunicação contemporânea, ela tem se mostrado uma das instituições mais articuladas e sua presença nos processos comunicacionais midiáticos vai para muito além da religiosidade tradicional. Os processos envolvem também o mundo do entretenimento e do espetáculo. Mas como se deu a relação entre a igreja e a cultura midiática? Levando em consideração a nossa escolha metodológica, a contextualização sócio-histórica na estrutura da HP é parte essencial para a compreensão dos elementos simbólico-discursivos na interpretação/reinterpretação dos fenômenos.

### **O processo de midiaticização da Igreja**

Recorremos às análises da professora Joana T. Puntel (2011) sobre a “trajetória da Igreja-comunicação” para compreendermos parte das nuances da midiaticização do catolicismo.

A trajetória pode ser exposta por meio de fases que envolvem as mudanças de paradigmas históricos, culturais e tecnológicos. Puntel apoia-se também no trabalho de José Marques de Melo para dissertar sobre tais transformações. Partindo da invenção da imprensa e do avanço dos meios de reprodução no século 15, a postura da Igreja foi se modificando aos poucos. Na primeira fase: o controle, a censura e uma atitude mais defensiva sobre como difundir a informação e o conhecimento. Passando à segunda fase, quando a Igreja se vê pressionada pelas transformações sociais e cede, com restrições e cautela, às novas tecnologias — como o cinema e o rádio. Já a terceira fase é marcada por uma postura de conscientização de que o rádio

e a televisão poderiam ser usados como meios de evangelização e de comunicação eclesial. No entanto, foi somente com o advento do Concílio Vaticano II e do (controverso) decreto *Inter Mirifica* (1963) que a Igreja Católica Apostólica Romana se posicionou afirmativa e oficialmente sobre o uso dos meios de comunicação pela religião para produzir um bem social.

Outros decretos, como o *Redemptoris Missio* assinado por João Paulo II, foram promulgados no decorrer dos anos seguintes e abordam temas como a necessidade e importância da comunicação social na evangelização e também sobre temas cotidianos, tais como: a preocupação com a difusão da pornografia, da violência e da ética na publicidade.

No início do século 21, são publicados documentos sobre a “Igreja e a Internet” e também sobre a *new media*, bem como a noção de que a comunicação “refere-se a como relacionar-se em um ‘ambiente’ no qual estamos imersos e do qual participamos”. Toma-se, assim, a percepção de que há “uma cultura, a *cultura midiática*” e que essa envolve a comunicação social (PUNTEL, 2011, p. 222-232). A análise da professora Joana Puntel se expande, no entanto, limitaremos, por ora, aos pontos levantados até aqui.

Mesmo que resumidamente, optamos por abordar a trajetória da Igreja pela comunicação, pois nosso objetivo é mostrar que, apesar de parte das “profecias” alardeadas durante o século 20 que indicavam a secularização e o fim das religiões, o processo descrito acima nos dá a noção de que as instituições religiosas, em especial a Igreja Católica, integram um sistema complexo e adaptável e que abrange a sociedade. Bem como, as movimentações no imaginário social.

A religiosidade, assim como a própria natureza da comunicação, é parte da humanidade. É metamórfica; porém, é também resiliente: transforma-se, modifica-se, mas é capaz de manter sua essência intacta. O mesmo valeria para a religião, em especial, para o Catolicismo?

Sob a ótica que inclui a identidade nos estudos da religião da cultura, Pierre Sanchis diz que “para continuar a ser aceita, a religião parece ter que entrar em negociação mais benevolente com antigos rivais: economia, política, estética, erótica, apreensão intelectual do mundo” (SANCHIS, 2018, p. 67). Posto isso, não é surpresa que,

num mundo de intensa e rápida transformação, a Igreja Católica ainda seja uma das maiores instituições religiosas do mundo.

A capacidade de compreender a cultura midiaticizada, sem desprezar as questões políticas e dos costumes, parece pesar positivamente na balança de sua sobrevivência. Porém, não podemos nos esquecer de que o Catolicismo tem, devido à sua natureza complexa, muitas vertentes e também distintas formas de se comunicar. Para Stig Hjarvard (2012, p. 54), “a sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais”.

Quando a mídia traz determinadas ordens institucionais particulares para o espaço público, essas instituições são confrontadas com questões sobre a legitimidade das regras e a alocação de recursos de outras ordens institucionais e da sociedade como um todo. Por exemplo, como os estudos nos países nórdicos demonstraram, os meios de comunicação promoveram o contato da religião cristã predominante com os valores seculares da sociedade, o que pode levar as organizações religiosas a modificarem seus valores e comportamentos (HJARVARD, 2014, p. 35).

A aparentemente inusitada parceria entre o Vaticano e o *Metropolitan* fortalece a questão levantada por Hjarvard. Ademais, diríamos, incluiu a compreensão sobre a importância da adaptabilidade para a sobrevivência da instituição.

### ***Heavenly Bodies* — Imaginário, o Vaticano e os Papas da moda**

A exposição *Heavenly Bodies — Fashion and the Catholic Imagination* foi produzida pelo Instituto de Moda do *Metropolitan Museum of Art* (o *Met*) e aberta em 10 de maio de 2018. A página de apresentação da exposição mostra que a intenção do evento foi a de estabelecer um diálogo entre o mundo da moda e as peças de arte medieval que compõem o acervo do museu de arte sacra (*The Met Cloisters*). Os ícones e a simbologia bizantina e a ortodoxa também foram incluídas na exposição. Ademais, observa-se a relação contínua entre a moda e a religiosidade católica — incluídas suas práticas e tradições devocionais.

Houve também um diálogo entre o mundo secular e a instituição católica, pois o Vaticano cedeu parte de seu acervo — incluindo alguns itens que nunca haviam saído de Roma. Uma das solicitações do Vaticano foi de que as peças oficiais da Igreja fossem expostas separadamente das peças de alta-costura. Assim, foi montado um setor especial, mais austero, para a exposição das peças (fig. 4).

**Figura 4 - Setor da exposição das peças do acervo do Vaticano**



Fonte: Metropolitan Museum of Art. Disponível em: <https://uploads.metropoles.com/wp-content/uploads/2018/08/25122020/capa22-840x559.jpg>. Acesso em: 01 jun. 2019.

No entanto, a relação entre o Vaticano e a moda não é uma novidade. No artigo *The Metaphorical Nature of Creation: Fashion and the Catholic Imagination*, Andrew Bolton (2018, s/p), cita duas matérias feitas pelas revistas *Newsweek* (2005) e *Esquire* (2007) que proclamavam o Papa Bento XVI como um ícone da moda religiosa por conta de seus mocassins vermelhos (supostamente) feitos pela Prada<sup>1</sup>.

---

1 Bolton diz na entrevista que os sapatos vermelhos de Bento XVI foram feitos pelo designer italiano Andriano Stefanelli. Contudo, verificamos que, apesar de Stefanelli ter presenteado o Papa com um par de sapatos, o sapateiro 'oficial' de Bento XVI é Antonio Arellano, um imigrante peruano que vive em Roma.



## O encantamento nos olhos católicos

“Os católicos veem o mundo através de olhos encantados”. A frase de Andrew Bolton (AMERICA, 2018) dialoga diretamente com tema que exploramos brevemente em nossa dissertação de mestrado<sup>2</sup> e que buscamos aprofundar na jornada do doutorado. As expressões profundamente imagéticas do Catolicismo — popular ou institucional — expõem uma das características mais marcantes de uma religião que, apesar das raízes abraâmicas iconoclastas, possui uma relação intrínseca com a imagem.

A larga produção de imaginária de vulto, nos setecentos, tinha explicação no Concílio de Trento, que manteve todas as formas tradicionais de piedade e confirmou, também, o culto às imagens (DELUMEAU, 1973, p. 102; REYCEND, 1786, Conc. Trid., Sessão XXV). A Contra-Reforma e o Concílio deram ênfase à proliferação das imagens como multiplicadoras da própria fé. Elas se faziam presentes sob diversas formas, em todos os espaços religiosos, ou nos espaços de manifestação pública e coletiva de religiosidade, como as procissões (FLEXOR, 2005, p. 165).

É possível enxergar na religiosidade Católica a relação íntima e de iconofilia com as imagens e os símbolos, além de uma teatralidade que deixa explícitas até mesmo as raízes arcaicas pré-cristãs do Catolicismo. Recorrendo aos estudos da cultura visual, lembramos que:

O aspecto da presença física, do ato icônico, da expressividade ou da performance (força performativa) do símbolo religioso que faz que ele não seja simplesmente ignorado ou tolerado no sentido de uma convivência sem interação: símbolos religiosos provocam reações, às vezes, extremas como atitudes idólatras ou iconoclastas, outras vezes, reações mais moderadas, porém ainda intensas, na forma e atitudes iconófilas (RENDERS; ALBUQUERQUE, 2018, p. 178).

O Catolicismo, nesse sentido, é uma religião imagética e isso vai muito além das questões teológicas. Aqui estamos considerando a perspectiva do mito, do inconsciente coletivo ou ainda, do imaginário

---

2 MACHADO, Patricia Santos. **A Mulher além do Bem e do Mal**: Malévola e a representação cinematográfica do feminino integrado. 149 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2016.

social. Maffesoli (2001, p. 76) diz que o imaginário é o que produz a imagem e que “a existência de um imaginário determina a existência de conjuntos de imagens. A imagem não é o suporte, mas o resultado”.

Um dos exemplos desse resultado é a visível influência que os elementos católicos presentes no imaginário social têm sobre a criação dos designers de moda que participaram da exposição. Na entrevista concedida por Bolton ao canal oficial da *America Magazine – The Jesuit Review* do *Youtube*, ele destaca que tanto a religiosidade católica quanto os designers de moda contam suas histórias e se comunicam por meio das metáforas. Não por acaso, a imagem e a iconografia de Nossa Senhora é a mais recorrentemente identificada nas coleções dos estilistas (fig. 5) e também na exposição (fig. 6).

**Figura 5 - Criação de Dolce & Gabbana, Coleção Primavera 2017**



Fonte: [https://assets.vogue.com/photos/57e7f6827af31fbd54355214/master/pass/\\_ARC0806.jpg](https://assets.vogue.com/photos/57e7f6827af31fbd54355214/master/pass/_ARC0806.jpg). Acesso em: 01 jun. 2019.

Figura 6 - Criação de Jean Paul Gaultier em meio às imagens tradicionais. Seção *Cult of the Virgin — Heavenly Bodies — The Cloisters Museum, 2018*



Fonte: <https://www.metmuseum.org/-/media/images/exhibitions/2018/heavenly-bodies/exhibition-galleries/18.jpg?w=720&h=260&hash=374CA5C0F9A710889EF4DD50A12E451F2C0411BF>.  
Acesso em: 01 jun. 2019.

Na entrevista coletiva de lançamento da exposição (OLIVEIRA, 2018), Bolton declarou que a moda tanto afirma as lealdades quanto às diferenças religiosas. Ademais, mesmo que a moda não seja considerada um “meio” próprio das ideias de sagrado ou divino, ainda assim o vestuário é essencial quando o assunto é religião.

A declaração de Bolton nos fez pensar sobre os contextos em que essas vestes (e a moda) são usadas/expostas e de como um traje religioso tradicional, ou ainda uma criação de alta-costura, pode ser ligado ao sagrado, ao profano ou, ainda, ligado à dimensão do grotesco.

Salta aos olhos a possibilidade de que a ambientação e a forma com a qual a exposição do *Cloisters* foi montada tenham resultado numa certa capacidade de sacralização do profano, mais do que numa possível profanação do sagrado.

Dentre as muitas possibilidades do sucesso da *Heavenly Bodies*, consideramos o contexto em que ela foi apresentada. As roupas criadas pelos designers foram expostas em manequins inanimados (fig. 7) semelhantes às imagens “de vestir” (fig. 8) típicas do século 16 e propagadas, principalmente, pelo catolicismo ibero-americano.

**Figura 7 - MET 2018 - *Heavenly Bodies- Fashion and the Catholic Imagination***



Fonte: <https://mondomoda.files.wordpress.com/2018/05/met-2018-heavenly-bodies-fashion-and-the-catholic-imagination-getty-1.jpg>. Acesso em: 01 jun. 2019.

**Figura 8 - Nossa Senhora da Graça – Imagem de vestir ou “da roca” - Vale da Pinta – Portugal**



Fonte: <http://www.tejoradiojornal.pt/wp-content/uploads/2015/08/nossa-sr-da-Graca.jpeg>. Acesso em: 01 jun. 2019.

Além disso, o “cenário” da exposição também nos remete ao clima de sacralidade. A estrutura do *Met Cloisters* foi erigida a partir da incorporação de partes de cinco claustros medievais franceses transportados para os Estados Unidos na década de 1930. Assim, o próprio ambiente, apesar de não ser um templo, é também uma imagem (o resultado) de elementos religiosos presentes no imaginário.

Contudo, convém considerar também que, no Catolicismo popular, representar Nossa Senhora ou mesmo outros santos por meio de vestimentas e símbolos sacros faz parte da devoção em algumas ocasiões. Do pagamento de promessas à dramatização de passagens bíblicas, essas práticas, ainda que não oficialmente aceitas pela Igreja, não são por ela condenadas (fig. 9). A tradição é a tal ponto integrada às práticas que até mesmo a página eletrônica oficial do Santuário de Aparecida publicou uma matéria em que é explicada a tradição popular de vestir as crianças como os santos — e também como Nossa Senhora (fig. 10).

Figura 9 - Devotas de Nossa Senhora representando seus títulos



Fonte: encurtador.com.br/qrwGW. Acesso em: 01 jun. 2019.

Figura 10 - Crianças vestidas como Santo Antonio e N. S. Aparecida

A12 Redação

MENU: igreja livros c/2019 espiritualidade

30P DUVIDAS RELIGIOSAS CONTATO

POREDDAMBO COG | ENHOREIA | 01 OUT 2016 - 09:48 | ATUALIZADA EM 01 OUT 2016 - 09:48

## Por que pais vestem filhos pequenos como santos?

f t s ...

FAÇA SUBSCRIÇÃO

RECEBA NOTÍCIAS

Cadastre seu e-mail e receba notícias diariamente:

Seu nome:

Limite: 20 caracteres. Ex.: João Silva

Seu e-mail:

Ex.: email@email.com

A tradição de vestir crianças como santos da Igreja Católica é muito antiga. Não há dados precisos sobre como começou. O costume vem da devoção popular e nunca foi obrigatório, ou institucionalizado, nem mesmo é uma catequese oficial que a igreja educa ou orienta.

Fonte: acervo da autora (2019).

A exposição *Heavenly Bodies - Fashion and the Catholic Imagination* foi um sucesso de público e considerada a mais importante já feita pelo instituto do museu. Mas o baile de abertura da exposição, o *Met Gala 2018*, foi alvo de protestos de alguns católicos mais tradicionalistas (fig.11) sob a acusação de 'blasfêmia'.

Figura 11 - Protesto liderado pela TFP na abertura do *Met Gala* 2018



Fonte: [https://s3.amazonaws.com/anf-2018/06-Jun/Articles/MET%20Rally%20Report/1879-Heavenly-Bodies-Protest\\_Image-2.jpg](https://s3.amazonaws.com/anf-2018/06-Jun/Articles/MET%20Rally%20Report/1879-Heavenly-Bodies-Protest_Image-2.jpg). Acesso em: 01 jun. 2019.

### ***Met Gala* 2018 – O Olimpo da cultura midiática no tapete-vermelho**

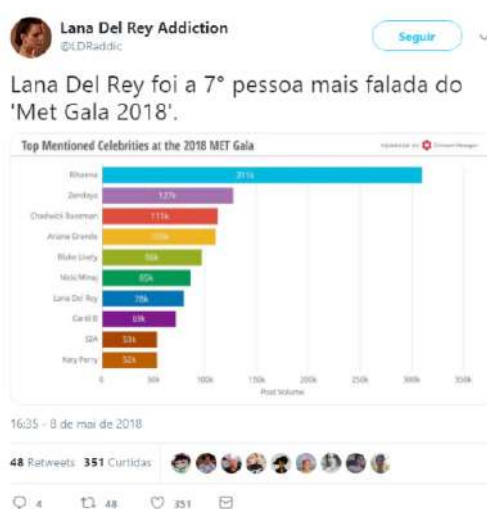
Considerado o mais importante “tapete vermelho” dos eventos anuais dos EUA, o *Met Gala* é organizado por Anna Wintour, “todo-poderosa” da *Vogue* — desde 1995. O evento beneficente é também conhecido como o “Oscar do mundo *fashion*” e é uma festa-show em que se constela a união entre o mundo da arte, de personalidades da alta-costura da moda e das celebridades da indústria do entretenimento. Cada uma das edições marca a abertura da exposição anual do *Costume Institute*, além de arrecadar fundos para o departamento de moda do *Metropolitan Museum*.

As celebridades mais conceituadas pela indústria e público — e também as efêmeras, que duram apenas uma temporada — desfilam com os trajes confeccionados especialmente para a ocasião. Diferentemente das “imagens de vestir” setecentistas ou ainda das manequins inanimadas da exibição e das crianças vestidas de santo das tradições populares citadas anteriormente, no tapete vermelho do *Met Gala* 2018, a “contemplação” é outra.

O “culto” e a devoção realizada nos altares das redes sociais são dedicados às celebridades e, principalmente, aos *looks* por elas usados. As fotos, os memes e as montagens postadas no *Instagram* ou

as *hashtags* dos 'tts' no *Twitter* funcionam como ex-votos e a graça alcançada é vibrar com a “vitória” de assistir à diva (deusa) preferida ser laureada com o *look* mais badalado. O número de curtidas e compartilhamentos pode definir qual foi a “divindade” mais cultuada (fig. 12). Por outro lado, há também uma espécie de manifestação de “mimese” girardiana na penitência daqueles que foram condenados pelos piores visuais ou foram deixados ao silêncio da falta de comentários nas redes e colunas especializadas.

**Figura 12 - Tweet de um fã clube da cantora Lana Del Rey**



Fonte: acervo da autora (2019).

Alberto da Silva Moreira (2008) fala sobre um processo de “deslocamento do religioso” como parte das transformações presentes na cultura da modernidade tardia. As instituições ligadas às mais diversas formas de entretenimento — e que fazem parte do que ele chama de “complexo midiático-cultural” — passam a desenvolver as funções que antes eram exclusivas das instituições religiosas.

Mesmo que as roupas usadas pelas celebridades (fig. 13) tenham sido inspiradas pela simbologia católica (fig.14) e criadas pelos mesmos designers, os elementos imaginários, religiosos e culturais sofrem um deslocamento (fig. 15 e 16).

**Figura 13 - Lily Collins – Nossa Senhora das Dores**



Fonte: <https://i.pining.com/564x/13/c5/3a/13c53ab6bb4edfcb13e040f-500744dc4.jpg>. Acesso em: 01 jun. 2019.

**Figura 14 - Nossa Senhora das Dores**



Fonte: <http://mediablogs.arautos.org/ifte/files/2014/09/Nossa-Senhora-das-Dores.jpg>. Acesso em: 01 jun. 2019.

**Figura 15 - Interação no Twitter**



Fonte: acervo da autora (2019).



Figura 16 - Meme compartilhado com a #MetGala2018



Fonte: <https://i.pinimg.com/564x/ed/63/28/ed6328220b78b25da323c8ccfc2fb68e.jpg>  
Acesso em: 01 jun. 2019.

## Reflexões e Perspectivas

Nas palavras de Giles Lipovetsky, “a socialização dos seres por intermédio da tradição, da religião, da moral cede terrenos cada vez mais à ação da informação midiática e das imagens” (2009, p. 193). Não concordamos totalmente com tal análise, pois a ideia de deslocamento nos parece mais adequada que “perda” de terreno. Como falamos inicialmente, se considerarmos o imaginário como o “magma” de Castoriadis ou ainda como o “cimento” societal de Maffesoli, consideraremos também que ele é móvel, flexível e adaptável. A religiosidade, assim como a comunicação, é parte do imaginário. Desse modo, como parte, possui também a mesma natureza maleável. O fenômeno de midiaticização da igreja católica também revela tal natureza.

A nosso ver, a parceria estabelecida entre o Vaticano, o *Metropolitan Museum* e os designers de moda para a realização da exposição *Heavenly Bodies* parece expressar bem esse deslocamento do religioso, mas de forma resiliente e preservando a essência da religiosidade católica. Algo a considerar é que não foram registrados protestos diretos à exposição em si.

Quanto ao *Met Gala* 2018, dentre as muitas questões envolvidas, e longe de ser um “incômodo moralista”, o que nos provoca é: Qual a natureza mais profunda de tal fenômeno midiático? Qual é a expressão cultural e imaginária mais latente? Trata-se do profano sacralizado? Ou do sagrado profanado? Consideramos também: existe um diálogo complexo entre as duas dimensões?

Ademais, tais conteúdos imagéticos no contexto em que o evento acontece e as nuances “über-midiáticas” do baile envolveriam também a inserção da discussão sobre o belo e o grotesco — temas que envolvem a religião — nos processos comunicacionais apresentados neste estudo?

Sabemos da complexidade de nossas questões e da inexistência de respostas absolutas. Assim, deixaremos os leitores e leitoras com suas reflexões e essa discussão para nossos estudos futuros. Seguindo o objetivo inicial deste ensaio, o que nos interessa no momento é a investigação sobre a capacidade da imagem de Nossa Senhora transitar pelos mundos e, conseqüentemente, ser também um meio comunicativo e de reintegração.

## REFERÊNCIAS

AMERICA – The Jesuit Review. **INSIDE The Met’s “Heavenly Bodies” with Curator Andrew Bolton and Fr. James Martin, S.J.** 2018. (7m00s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jXxmXLRvokk>. Acesso em: 02 maio 2019.

BOLTON, Andrew. *The Metaphorical Nature of Creation: Fashion and the Catholic Imagination*. New York: **The Met**, 2018. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/blogs/now-at-the-met/2018/heavenly-bodies-fashion-catholic-imagination-introduction>. Acesso em: 28 abr. 2019.

CASTORIADIS, Cornelius. **As encruzilhadas do labirinto**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987, vol. 3.

CUNHA, Magali do Nascimento. Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 23, n. 2, 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/download/22280/14177>. Acesso em: 14 abr. 2017.

FLEXOR, Maria Helena Ochi. Imagens de roca e de vestir na Bahia. **Revista Ohun**, v. 2, n. 2, 2005.

HJARVARD, Stig. Mediatization: Theorising the Media as Agents of Social and Cultural Change. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>. Acesso em: 20 abr. 2019.

HJARVARD, Stig. Mídiaatização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929>. Acesso em: 20 abr. 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Editora Companhia das Letras, 2009.

MACHADO, Patricia Santos. **A Mulher além do Bem e do Mal**: Malévola e a representação cinematográfica do feminino integrado. 149 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2016.

MAFFESOLI, Michel. Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade. **Revista Famecos**, v. 8, n. 15, p. 74-82, 2001. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

MAFFESOLI, Michel. A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). **Revista Famecos**, v. 10, n. 20, p. 13-20, 2003. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3198/2463>. Acesso em: 20 abr. 2019.

METROPOLITAN MUSEUM. Heavenly Bodies: Fashion ant the Catholic Imagination. **The Met Cloisters**. Nova Iorque: Metropolitan Museum of Art, 2018. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2018/heavenly-bodies>. Acesso em: 20 abr. 2019.

MOREIRA, Alberto da Silva. O deslocamento do religioso na sociedade contemporânea. **Estudos de Religião**, v. 22, n. 34, p.70-83, 2008. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6342547.pdf>. Acesso em 20 abr. 2019.

NEUMANN, Erich. **A Grande Mãe**: um estudo fenomenológico da constituição feminina do inconsciente. São Paulo: Cultrix, 2003.

OLIVEIRA, Jorge Marcelo. MET 2018: confira algumas peças da exposição 'Corpos Celestes: Moda e Imaginação Católico'. **Mondomoda**. 07 maio 2018. Disponível em: <https://mondomoda.com.br/2018/05/07/met-2018-exposicao/>. Acesso em: 27 abr. 2019.

PUNTEL, Joana T. A Igreja a caminho na Comunicação. **Teocomunicação**, Porto Alegre, v. 41, n. 2 p. 221-242, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/25529639.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2019.

RENDERS, Helmut; ALBUQUERQUE, Ana Lúcia de. Cruz e Chamas como logotipo, ornamento, arte litúrgica e símbolo religioso. **Estudos de Religião**, v. 32, n. 1, p.159-190, jan.-abr. 2018. ISSN Impresso: 0103-801X – Eletrônico: 2176-1078. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/ER/article/download/8475/6230>. Acesso em: 02 abr. 2019.

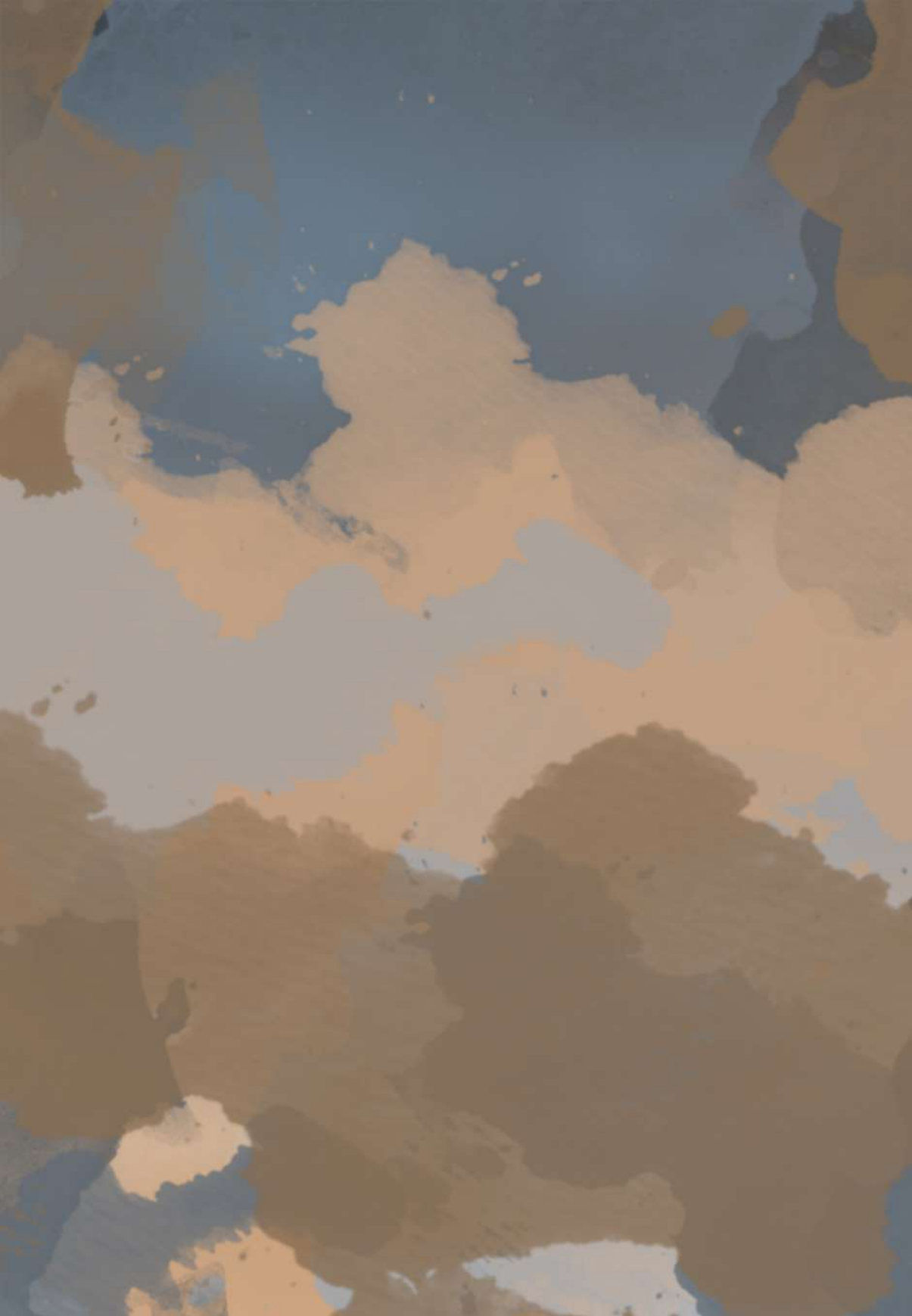
SANCHIS, Pierre. **Religião, cultura e identidades**: matrizes e matizes. São Paulo: Editora Vozes, 2018.

STOLOW, Jeremy. Religião e Mídia: notas sobre pesquisas e direções futuras para um estudo interdisciplinar. **Religião e sociedade** [online], vol.34, n.2, p.146-160, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rs/v34n2/0100-8587-rs-34-02-0146.pdf>. Acesso em: 14 abr.2019.

THOMPSON, John. **Ideologia e Cultura Moderna**. São Paulo: Vozes, 2011.

Parte 3

# Linguagens Religiões e Mídias



# CONSUMO DE FICÇÃO SERIADA POR JOVENS ADVENTISTAS: A RESSIGNIFICAÇÃO DO DISCURSO RELIGIOSO NAS PRÁTICAS DO COTIDIANO

*Allan Novaes*  
*Lizbeth Kanyat*

## Introdução

Este estudo encontra-se na intersecção entre os estudos de recepção, estudos de linguagem e estudos de religião e tem por objetivo pesquisar as práticas de consumo de ficção seriada de jovens adventistas, considerando a disparidade entre o discurso religioso e a resignificação dele realizada pelos sujeitos receptores. Diante disso, o problema de pesquisa se configura na seguinte pergunta: como o discurso religioso sobre consumo de ficção seriada é resignificado por jovens adventistas que assistem ficção? A análise parte do pressuposto de que a religião é uma mediação importante nas interações sujeito-ficção seriada do caso estudado justamente pelo fato de ser um grupo cujo consumo cultural está em franco crescimento, acompanhando a expansão do mercado audiovisual, ao passo que o discurso religioso adventista tende a ser proibitivo ou restritivo.

Iniciamos o texto apresentando o discurso religioso da Igreja Adventista do Sétimo Dia, denominação de tradição evangélica, sobre a normatização das relações do crente com produtos midiáticos — particularmente com a ficção. Em seguida, apresentamos a incidência da mediação do discurso religioso no consumo de ficção seriada no grupo estudado. Por fim, tecemos breves reflexões sobre como a doutrina adventista é resignificada e articulada na vida cotidiana.

## **Linguagem e discurso**

O presente trabalho inscreve-se nos estudos da linguagem (BAKHTIN, 1988; ORLANDI, 1999; BRANDÃO, 2012) por analisar os discursos religiosos adventistas sobre o consumo de mídia, com ênfase na ficção televisiva, ultrapassando o nível puramente gramatical e linguístico (o fonema, a palavra, a frase) e buscando os aspectos extralinguísticos que condicionam a sua produção. Desde a perspectiva discursiva, interessa-nos estudar a língua no seu uso efetivo, isto é, como se dá a produção de sentidos entre os interlocutores situados social e historicamente. Essa perspectiva teórica está ancorada na noção de que todo signo é ideológico (BAKHTIN, 1988), possui significado culturalmente dotado e está sujeito à avaliação. Estudar o discurso implica conhecer a formação discursiva na qual ele está inscrito. A formação discursiva, por sua vez, define-se como aquilo que numa formação ideológica dada determina o que pode ser dito (ORLANDI, 1999). Portanto, iniciaremos a nossa análise pelo estudo dos discursos adventistas em documentos e publicações institucionais, o que corrobora o seu caráter canônico, dentro de uma perspectiva histórica e cultural. Uma vez que o discurso é o efeito de sentido entre interlocutores (ORLANDI, 1999), os achados da primeira parte serão chave para aferir a incidência dos discursos religiosos sobre a ficção nas práticas de consumo de jovens membros da denominação.

### **O discurso institucional adventista sobre mídia e ficção seriada**

Historicamente, grupos evangélicos conservadores têm desenvolvido um relacionamento pioneiro e, ao mesmo tempo, conflituoso com a mídia, especialmente a eletrônica ou audiovisual (SCHULTZE, 1996; BENDROTH, 1996; WOODS JR, 2013; CAMPBELL, 2013; SHULTZE; WOODS JR, 2008). Ao passo que esses movimentos religiosos entendem que a mídia pode ser usada como uma ferramenta



evangelística eficiente e poderosa, eles também a criticam como um “instrumento do Diabo” que ameaça os valores e crenças da fé cristã.

Com os adventistas do sétimo dia, a situação não foi muito diferente, de forma que a relação histórica entre o adventismo e a mídia pode ser descrita como uma alternância sucessiva entre uma atitude de engajamento missionário e uma postura de demonização dos *media*. A Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) foi uma das mais proeminentes denominações a se valer do rádio e da TV — nos primórdios dessas tecnologias — como instrumento missionário nos EUA e no Brasil (LAND, 2005, 2009a, 2009b, 2009c e 2009d) através dos programas *It is written*, *Faith for today* e *The voice of prophecy* (em suas versões brasileiras, respectivamente: *Está escrito*, *Fé para hoje* e *Voz da Profecia*).

Atualmente, a IASD possui uma estrutura de comunicação com capilaridade nos cinco continentes do globo: 61 editoras com publicações em 369 idiomas e dialetos; 65 centros de produção de mídia, com estações de rádio e televisão, produção de conteúdo digital, incluindo jogos, e produção de filmes para divulgação evangelística; cerca de uma dúzia de cursos superiores de Comunicação Social, formando os futuros líderes e profissionais da malha comunicacional adventista. Paradoxalmente, sendo uma comunidade mundial diversa e heterogênea, círculos adventistas consideram ir ao cinema, assistir a novelas e ouvir músicas não cristãs como atitudes reprováveis ou pecaminosas, condenando produtos que contêm elementos de ficção ou fantasia, e rejeitando a cultura pop em geral (NOVAES; CARMO, 2017, 2018).

Em sua tese doutoral, Novaes (2016) apresentou um estado da arte de trabalhos acadêmicos sobre a relação do adventismo com o cinema e a televisão e mapeou a literatura adventista popular oficial sobre mídia em inglês de 1951 a 2007, buscando identificar o discurso institucional adventista sobre comunicação e os *media*. Foram parte do *corpus* mais de uma dezena de livros publicados por editoras oficiais da IASD em língua inglesa. Nessa análise, identificaram-se algumas ênfases que marcam a relação IASD-mídia desde os anos 1950, influenciando como a denominação vê e se relaciona com os

produtos e fenômenos midiáticos hoje em dia. O que determina e direciona a maneira como a IASD usa a mídia e compreende o *ethos* comunicacional é baseado no contexto de urgência da narrativa adventista do “Grande Conflito”.

De acordo com essa perspectiva, Cristo e Satanás estão em guerra pelo destino da humanidade, buscando influenciar os seres humanos em suas decisões. O clímax desse conflito ocorrerá, segundo a crença adventista, na segunda vinda de Cristo à Terra. Diante desse paradigma, o adventismo acredita que o diabo procura destruir o senso de urgência adventista, impedindo-os de cumprir a tarefa divina de anunciar o iminente retorno de Jesus. Se o diabo se esforça para cumprir seu propósito antes do iminente fim dos tempos, a lógica encontrada na literatura adventista é que deve existir ainda mais compromisso com a urgência e a vigilância espiritual entre os crentes que devem preparar o mundo para o retorno de Jesus. Esse compromisso envolve reconhecer as estratégias de Satanás para enganar o “povo remanescente de Deus”. Na literatura popular oficial adventista sobre a mídia, Hegstad (1974, p. 30), na obra *Mind manipulators*, argumenta que “não há nada que o príncipe do mal tema mais do que conheceremos suas técnicas”, e é por isso que “é nossa obrigação descobri-las”. A mídia se destaca entre os métodos do diabo, descreve o autor adventista, já que Satanás “usa invenções do homem — televisão, rádio, drogas” a fim de explorar “seu potencial para o mal” (HEGSTAD, 1974, p. 29).

Contudo, mesmo com um forte discurso de demonização das mídias, em boa parte das publicações adventistas, os crentes são convidados não apenas a lutar pelo “fim do sistema midiático”, mas a “manter a santidade” enquanto produzem conteúdo religioso através das mídias (SCRAGG, 1972, p. 136). Embora reconhecendo o mau uso que pode ser feito da mídia, os adventistas entendem que precisam apropriar-se das tecnologias de comunicação para espalhar o evangelho, “apressando” o retorno de Jesus. Supõe-se que os meios de comunicação, especialmente os eletrônicos, podem levar a mensagem adventista a lugares improváveis, que não seriam alcançados pelos métodos evangelísticos “tradicionais”. Assim, a televisão e outras mídias são consideradas tecnologias para a pregação do evangelho,

mesmo que sejam usadas pelo diabo de forma “inadequada” (WHEELER, 1993). Dessa forma, o discurso institucional adventista promove uma aliança improvável entre demonização e sacralização, atribuindo à primeira aos produtos “seculares” e à segunda ao uso das tecnologias midiáticas com roupagem e conteúdo religioso.

De acordo com o estudo de Novaes (2016), essa perspectiva negativa e demonizadora foi mais intensa na literatura adventista sobre a mídia entre os anos 1950 a 1980, mas desde a década de 1990 foi amenizada devido a, entre outros fatores: a consolidação da malha comunicacional adventista, destacando-se a criação do *Adventist Media Center*; a expansão do *Hope Channel* (Rede Adventista de TV internacional) e Rede Novo Tempo de Comunicação; e iniciativas como a *Net 95* (campanha de evangelismo via satélite). Desde então, a compreensão adventista sobre os meios de comunicação tem se tornado mais otimista, e a perspectiva utilitarista tem se sobreposto à abordagem demonizadora. Outro fator importante é o surgimento de uma nova geração de comunicadores adventistas, que resultou da consolidação de vários cursos de bacharelado em Comunicação Social em países como Estados Unidos, Brasil e México. Com qualificação profissional e treinamento acadêmico, esses novos comunicadores promoveram um abandono do amadorismo com o qual algumas instituições adventistas tratavam a comunicação ao longo dos anos, quando ministros sem qualificação técnica lideravam essa frente de trabalho da igreja. A partir do momento em que pastores davam espaço a profissionais e especialistas egressos das instituições de ensino adventistas, a comunicação da igreja cresceu por meio da criação de centros de mídia em várias sedes administrativas da denominação em todo o mundo.

No entanto, mesmo com essa transição gradual de postura e mentalidade, certos pressupostos continuam influentes na relação adventismo-mídia, em especial no que se refere ao consumo de produtos midiáticos ficcionais, sejam eles impressos ou audiovisuais. Um dos mais proeminentes deles remete ao período fundador da denominação e tem que ver com o que Ellen White, uma das idealizadoras do movimento adventista e profetisa da denominação,

escreveu sobre ficção literária e romances (MCARTHUR, 1987; TIDWELL JR, 2013; TORRES, 2013; VIRMES JR, 2017).

Uma vez que Ellen White foi criada como metodista, sua teologia tem influência do Metodismo Wesleyano (FORTIN, 2013). No século 19, os metodistas eram conhecidos por buscar a perfeição na santidade, o que implicava evitar histórias fictícias e a maioria das formas de entretenimentos comerciais que, acreditava-se, poderiam degradar a mente. McArthur (2014, p. 245) explica que “qualquer tipo de ficção permaneceu suspeita durante grande parte do século 19”, e a retórica negativa sobre a ficção nos primórdios do metodismo e também nos escritos de Ellen White “às vezes pode ser indistinguível”. Por conta de declarações de Ellen White que reprovam literaturas populares de seu tempo, os adventistas as interpretaram como evidência de que era necessário evitar qualquer tipo de ficção, e que o consumo de romances colocaria em risco a espiritualidade do crente (TIDWELL JR, 2013). Assim, a recomendação de que se deve ler não ficção somente é uma prática que permanece em vários círculos da denominação atualmente.

Essa atitude “anti-ficção” também se manifestou em relação às produções audiovisuais, conforme indicado no livreto *Motion Pictures and Television*, de 1951, primeira publicação oficial e popular da Igreja Adventista sobre a mídia (MISSIONARY VOLUNTEER DEPARTMENT, 1951). Nessa publicação, produções cinematográficas ou televisivas que retratassem qualquer tipo de ficção dramática ou cenas fantasiosas são tomadas como entretenimento inaceitável para os adventistas. As primeiras recomendações sobre cinema e TV para os crentes enfatizavam o gênero de não ficção, como documentários, programas da natureza etc., como descrevem os estudos de Moon (1994) e Kanyat (2017). Como resultado dessa relação complexa entre adventistas e literatura ficcional, veículos e produtos midiáticos como rádio, TV, histórias em quadrinhos e games foram — e em alguns círculos ainda o são em alguma proporção — considerados impróprios para uso evangelístico ou inadequados para consumo da membresia. Mesmo com os esforços recentes da denominação na produção de séries e filmes, como apontado nos

estudos de Kanyat (2017)<sup>1</sup>, a atitude de anti-ficção permanece, entre outros exemplos, como indicado em estudos atuais sobre as produções digitais adventistas (NOVAES, 2019). Abaixo segue um excerto do Manual oficial da Igreja Adventista do Sétimo Dia (2010, p. 153-154), em sua última versão, evidenciando como o problema da ficção ainda é um elemento importante no discurso institucional adventista.

Lamentavelmente, no entanto, os modernos meios de comunicação de massa podem levar continuamente a seus espectadores representações teatrais e outras dramatizações com influências que não são saudáveis nem enobrecedoras. Se não formos seletivos, esses meios trarão seus sórdidos programas diretamente para nossos lares. [...] Devemos evitar tudo o que dramatize, apresente visualmente ou sugira os pecados e crimes da humanidade — homicídio, adultério, roubo e males semelhantes, os quais são em elevado grau os responsáveis pela decadência da moralidade. Em vez disso, devemos encontrar deleite no grande e divino mundo da natureza e no romance dos agentes humanos e das obras divinas.

## **Empiria e Metodologia<sup>2</sup>**

Os discursos religiosos enunciados nos documentos e literatura adventista descritos na seção anterior figuram como agentes mediadores da produção de discursos dos sujeitos, com particular incidência sobre a membresia e suas práticas de consumo midiático. Usamos aqui o conceito de mediação, pois como a pesquisa comunicacional tem evidenciado que o significado não é dado, ele é negociado. Portanto, apesar de a igreja se constituir uma instituição normatizadora para o membro, os usos que os sujeitos fazem do discurso institucional é altamente diverso. Outros discursos, muitas vezes de outras formações discursivas e outras filiações ideológicas, intersectam os sujeitos na disputa pelo sentido. Dito de outro modo,

---

1 Kanyat (2017) apresenta uma lista de produções audiovisuais adventistas de 2012 a 2017, indicando um crescente interesse da denominação nessa frente evangelística.

2 A primeira e segunda etapa da pesquisa empírica foram executadas com o auxílio de Matheus Pelissari da Silva e Fernando Gomes de Oliveira, membros do grupo de pesquisa Excelsior!, do Unasp. Os assistentes de pesquisa revisaram o questionário e o roteiro da entrevista em profundidade, fizeram contato com dos sujeitos selecionados para o convite e o agendamento das entrevistas, auxiliaram de modo geral nos dias de aplicação das mesmas e fizeram a decupagem dos áudios.

avaliar ou conhecer um novo signo implica mobilizar o capital cultural adquirido, que em suma são signos ideológicos já conhecidos. Nas palavras do filósofo: “conhecer um signo consiste em aproximar o signo apreendido de outros signos já conhecidos; em outros termos, a compreensão é uma resposta a um signo por meio de signos” (BAKHTIN, 1988, p. 32). Por isso, o signo, afirma-se mais uma vez, é ideológico, mutante e refrata uma nova realidade — aquela apreendida pelo sujeito.

Para verificar como o discurso religioso sobre consumo de ficção seriada é ressignificado por jovens adventistas que assistem ficção foram realizadas uma entrevista piloto e cinco entrevistas em profundidade com jovens adventistas estudantes do Centro Universitário Adventista de São Paulo, *campus* Engenheiro Coelho, cidade da Região Metropolitana de Campinas. É importante mencionar que a pesquisa empírica realizada para este trabalho não busca exaurir a problemática, mas, ao contrário, é uma aproximação preliminar do objeto empírico com o intuito de tatear a produção de sentido de jovens adventistas sobre o consumo de ficção televisiva e a ressignificação do discurso religioso por eles realizada.

A primeira etapa da empiria consistiu na seleção da amostra qualitativa. Para isso, um questionário estruturado online foi aplicado a 57 respondentes e teve por objetivo formar uma base de dados da qual os participantes da segunda etapa seriam selecionados. O questionário não buscou a representatividade estatística, e seus dados foram usados exclusivamente para identificar e convidar para as entrevistas em profundidade os respondentes que cumpriram certos critérios de seleção. O questionário foi composto pelo seguinte elenco de itens/perguntas.

1. Idade
2. Nacionalidade
3. Estado
4. Gênero
5. Qual é o tipo de programa a que você mais gosta de assistir?
6. Qual é o dispositivo que você usa com mais frequência para assistir às séries/novelas/etc. que você mais gosta?

7. Quais são as suas três séries/novelas/etc. favoritas?
8. Qual foi a maior loucura que já fez para assistir à sua série favorita?
9. Em relação a seus programas favoritos, que tipo de espectador você se considera:

Comprometido: assisto a todos os episódios de todas as temporadas;

Regular: assisto à maioria dos episódios;

Casual: assisto a alguns episódios esporadicamente.

10. Por quais motivos você gosta de assistir a seu programa favorito?
11. De alguma maneira os seus programas favoritos impactam a sua vida cotidiana?
12. Você é batizado na Igreja Adventista do Sétimo Dia?
13. Você se considera um adventista praticante?
14. Você gostaria de participar da segunda etapa desta pesquisa na qual conversaremos pessoalmente sobre os seus programas preferidos? Se sim, escreva aqui abaixo o seu contato (número de celular ou e-mail) para combinar o dia e horário.

A segunda etapa da empiria consistiu na realização de entrevistas em profundidade semiestruturada com sete pessoas escolhidas dentre os 57 respondentes do questionário. Os critérios para a escolha foram:

1. Ter-se declarado membro oficial e praticante da Igreja Adventista do Sétimo Dia;
2. Ter-se identificado como telespectador comprometido dos seus programas preferidos;
3. Ter sinalizado interesse em participar da segunda etapa da pesquisa.

Os critérios acima correspondem às questões 12, 13 e 14 do questionário. As respostas às demais perguntas foram úteis como informação preliminar para familiarizar os pesquisadores sobre os hábitos de consumo dos sujeitos no dia da entrevista.

Optamos pela entrevista como técnica de coleta de dados privilegiada para colher do informante a sua própria interpretação sobre as suas práticas, suas maneiras de pensar e também — na maneira em que ele é considerado como representativo de seu grupo ou de uma fração dele — sobre os diversos componentes de sua sociedade e seus diferentes meios de pertencimento (POUPART, 2008). Ainda que se tratem de construções parciais e parceladas da realidade,

esse é considerado um eficiente método para dar conta do ponto de vista dos atores sociais. De igual forma, nós pesquisadores também nos consideramos reconstrutores da maneira pela qual os primeiros reconstróem a realidade. O roteiro da entrevista em profundidade foi o seguinte:

*Quebra-gelo e consumo cultural*

1. Qual é seu nome?
2. Sua idade?
3. O que faz da vida?
4. O que você faz no tempo livre?
5. Qual é sua série favorita?
6. Do que se trata essa série?
7. Como e quando você assiste a essa série? (plataforma e rituais)
8. Você consome outros conteúdos da série além da própria série?

*Discurso religioso*

9. Em que momento da sua vida você começou a assistir à série?
10. Por que você acompanha a série \_\_\_\_\_?
11. O que você mais gosta na série \_\_\_\_\_?
12. Quais são seus personagens favoritos? Por quê?
13. De alguma maneira o que você assiste afeta a sua vida cotidiana?
14. Você acha que o fato de você ser adventista influenciou a sua resposta anterior?
15. O que a igreja diz sobre o consumo de séries?
16. O que você acha disso?

Com o intuito de conduzir as entrevistas com rigor e conseguir colher a experiência e pensamentos dos sujeitos entrevistados, seguimos três princípios indicados por Poupart (2008):

1) *Obter a colaboração do entrevistado*: aceitar realizar a entrevista não é a mesma coisa que obter a colaboração do entrevistado. O entrevistado pode opor resistência ou demonstrar desinteresse pela atividade, fazendo que as suas respostas sejam apressadas ou superficiais, ou até mesmo se recuse a continuar a entrevista. A primeira estratégia para despertar o engajamento e a colaboração foi explicar a importância da pesquisa. Como todos os jovens que participaram



são estudantes universitários, eles valorizaram a experiência como uma oportunidade de amadurecimento acadêmico.

2) *Colocar o entrevistado à vontade por elementos de encenação:* A escolha do dia, horário e local da entrevista foram estrategicamente designados para promover uma atmosfera confortável e familiar para que os informantes pudessem se expressar da forma mais espontânea possível, sem a pressa do tempo por compromissos subsequentes e sem interrupções do ambiente. As entrevistas foram realizadas em uma sala de aula no prédio em que eles estudam em dias nos quais não há aulas. O gravador foi colocado posicionado com muita discrição, fora do campo visual direto do sujeito, mas perto o suficiente para captar o áudio. A disposição das cadeiras formou um círculo para emular uma relação horizontal entre os interlocutores e evitar o clássico modelo professoral e linear. As entrevistas foram realizadas individualmente com a presença de um autor entrevistador, o sujeito entrevistado e um dos assistentes de pesquisa mencionado anteriormente em nota de rodapé. A indumentária foi adaptada às condições da entrevista, buscando atenuar as diferenças de posição social. Esforçamo-nos para incentivar o informante a falar dando a ele sinais de escuta atenta, afirmação e empatia. Não foram feitas anotações enquanto a entrevista ocorria, porém, imediatamente após a despedida do informante, anotações detalhadas foram feitas em uma espécie de diário de campo.

3) *Ganhar a confiança do entrevistado:* Não basta convencer uma pessoa a participar da pesquisa nem criar um contexto que lhe permita estar à vontade na situação de entrevista. É necessário para o êxito da pesquisa que o sujeito se sinta confiante para falar “a verdade”. A primeira estratégia foi garantir, antes do início da entrevista, o anonimato. Em seguida, foi afirmado que não há resposta errada, todas são certas e o que nos interessa é conhecer verdadeiramente os seus pensamentos e sentimentos em relação à sua série favorita. Como o objeto motivador da fala desperta entusiasmo no entrevistado, os discursos se tornaram significativos. Isso quer dizer que os entrevistados se engajaram em discursos íntimos, afetivos e experiências pessoais de maneira “natural” e “espontânea”.

## **Análise interpretativa**

A coleta de dados atingiu rapidamente o critério de saturação. A saturação “é menos um critério de constituição da amostra do que um critério de sua avaliação metodológica” (PIRES, 2008, p. 198). Do ponto de vista operacional, ele indica quando o pesquisador deve parar a coleta de dados. Do ponto de vista metodológico, ele permite generalizar os resultados para o conjunto do universo da análise. Existem dois tipos de saturações: saturação empírica e saturação teórica (GLASER; STRAUSS, 1967). Segundo Pires (2008), a saturação empírica designa o fenômeno pelo qual o pesquisador julga que as últimas entrevistas não trazem mais informações novas ou diferentes para justificar uma ampliação do material empírico. A saturação empírica permite a saturação teórica, isto é, quando os dados não acrescentam nenhuma propriedade nova ao conceito uma vez que o objetivo do pesquisador é desenvolver as propriedades dos conceitos mobilizados e assegurar-se de sua pertinência teórica e de seu caráter heurístico. Apresentaremos, a seguir, as três principais análises das informações colhidas até o ponto de saturação.

### **Como o consumo de ficção seriada “afeta” o cotidiano?**

A nossa intenção era encontrar resposta a essa questão na pergunta número dezoito, na qual se interrogou o entrevistado sobre o que diz a igreja a respeito do consumo de séries. Contudo, a resposta a essa problemática veio antes, quando na pergunta dezesseis os informantes responderam se de alguma maneira o que você assiste afetou a sua vida cotidiana. A palavra “afetar”, interpretada no senso comum e pelos entrevistados como sinônimo de influenciar, foi um gatilho mental que evocou nos discursos dos sujeitos os discursos religiosos institucionais tradicionalmente proibitivos em relação ao consumo de entretenimento “mundano”. As respostas aqui buscaram separar o sagrado do profano, isto é, o corpo considerado “templo do Espírito Santo” da acalentada série televisiva. Afetar ou influenciar é uma palavra que, dentro da

formação discursiva religiosa, carrega conotações negativas e, por isso, remeteu invariavelmente ao ato de “admitir” a predominância de conteúdo desfavorável e moralmente duvidoso nos conteúdos midiáticos. Dessa forma, a resposta dos entrevistados partiu de um impulso negativo como ilustrado na fala do respondente A:

*Nossa, eu não sei, pelo menos essa série não, porque como eu falei, ele [o seu personagem favorito] gosta de aproveitar a vida, bebe, sai, e eu não faço isso pelos meus princípios cristãos. Isso não afeta porque não me deixo levar por isso, não tenho vontade de sair pra beber...*

O informante B indicou previamente na entrevista que a motivação maior que tem para assistir é conhecer um produto midiático altamente consumido por jovens que são alvo de ações evangelísticas das quais ele participa. Desse modo, a série seria um elo entre seu alvo e ele, um pretexto para iniciar e manter relacionamentos em uma importante atividade que realiza semanalmente por vários meses. Então, quando questionado sobre as formas como a série afeta a sua vida cotidiana, ele respondeu:

*Afeta tipo... Olha eu acho que não.. tô pensando aqui... eu acho que não mesmo. Só nessa questão do evangelismo mesmo... utilizar como ponte... mas para mim na minha vida assim.. não.. acho que não... tipo, eu não percebo.. eu não vejo nada... eu só uso como entretenimento mesmo...*

Nessa resposta, ainda é evidenciada a dicotomia feita na prática adventista conservadora entre as coisas sérias, isto é, a razão, o culto, o intelecto e as coisas fúteis e banais como o lúdico, a brincadeira, a emoção.

### **Quem é porta-voz do discurso religioso?**

Quando buscamos conhecer o discurso religioso adventista sobre o consumo de ficção seriada na visão dos entrevistados, percebemos que esse é mediado por figuras de autoridade religiosa e moral, tais como mãe, pai, avô, avó ou outro familiar. A fonte da informação não é diretamente a instituição por meio de seus documentos ou

literatura oficial. Os porta-vozes do discurso religioso citados são integrantes da esfera doméstica ou pastoral, conforme as falas dos entrevistados abaixo elucidam quando perguntados sobre o que a igreja diz a respeito do consumo de séries.

*Eu vejo pelos meus avós que são pastores, eles falam que [as séries] não são boas, pois acabam afetando... E não é para assistir várias séries ao mesmo tempo porque pode dar uma bugada. Assiste um episódio ou dois no máximo, aí depois vai ler um livro (Entrevistado C).*

*As pessoas mais antigas falam que as séries vão te influenciar para o mal e que tudo que a gente assiste influencia. Eu não me sinto influenciada a beber como na série porque eu já tenho isso dentro de mim. Agora, se a pessoa tem mente fraca e já tem vontade de beber, não há nada dentro da igreja que vai impedir. Não é a série que vai fazer ela beber (Entrevistada A).*

Apesar da literatura adventista e alguns de seus textos e documentos oficiais no decorrer de sua história indicarem a proibição ou abstinência como atitudes ideais em relação ao consumo de ficção audiovisual, percebe-se que o discurso internalizado pelos entrevistados — e que é colocado em xeque por suas práticas e hábitos de consumo midiático — vem de atores religiosos não institucionalizados. Esse discurso adventista sobre a mídia que alterna uma postura demonizadora ou outra mais moderada e utilitarista, como apontado em seção anterior, aparece nas respostas dos entrevistados à mesma pergunta. Para eles, a denominação não é clara em suas normativas sobre o relacionamento da membresia com a mídia, o que se torna evidente quando se percebeu, por meio das entrevistas, que não são documentos institucionais ou estudos teológicos que constroem os repertórios dos jovens entrevistados sobre consumo midiático, mas a tradição advinda de familiares e líderes informais no contexto doméstico e eclesial local.

*Eu não vejo pelo menos uma posição definida. Cada pastor tem sua opinião pessoal, e acaba influenciando a própria comunidade dentro da igreja (Entrevistado D).*

*Da igreja, assim, como organização, eu vejo um pouco de atraso e algum progresso em alguns locais... Tipo, eles não têm uma posição sobre essa questão da mídia, que acho que seria mais essa questão de mídia em geral né..?! Da igreja como congregação, eu vejo muito atraso, muito atraso. Falta de conhecimento nesse ponto (Entrevistado B).*

## Como o discurso religioso é ressignificado?

As entrevistas em profundidade revelaram que jovens adventistas consomem ficção seriada com regularidade e desenvolvem uma relação afetiva e de longa duração com as suas séries preferidas. Essa relação é sustentada pelos mecanismos de identificação e projeção. Os telespectadores encontram nos seus personagens favoritos a possibilidade de viver no imaginário outras vidas e a oportunidade de organizar a sua própria experiência com o mundo de forma que ele pareça mais compreendido, explicado e decantado. Como corroborado pela literatura (ECO, 1997), as narrativas ficcionais possibilitam dar sentido ao mundo real, pois elas proporcionam ao homem a oportunidade de utilizar infinitamente a sua faculdade criativa para perceber o mundo, reconstituir o passado, repensar o presente e projetar o futuro. Nesse sentido, as séries levantam discussões não apenas sobre a vida diária, a política e questões culturais, mas também sobre questões existenciais. Verificamos, portanto, que o discurso religioso é mais incidente, enquanto mediação cultural, no julgamento feito sobre os temas que a série propõe, e não sobre o próprio consumo ou a abstinência de programas televisivos.

Uma vez que os jovens reconhecem que o discurso religioso a respeito de ficção televisiva é enunciado por líderes religiosos (sejam eles pastores ou não) e é formulado a partir de tradições em vez de estudos teológicos, a normatização popular sobre se pode ou não consumir ficção perde relevância. Quando os entrevistados foram perguntados acerca de sua opinião a respeito do discurso religioso a respeito do consumo de ficção, o discurso foi contestado.

*Acho que é bobeira porque as gerações vêm mudando sempre, a igreja não pode ser a mesma. Não tem como ser, gente! Até concordo quando falam de não colocar as coisas que não fazem bem dentro da igreja, mas tem coisas que mudaram que não são como antigamente (Entrevistado A).*

*Quando eu era mais nova, quando eu tinha uns 13 ou 14 anos, eu fiquei lendo vários livros da Ellen White. Eu lembro que uma das informações que, tipo, pegou na minha vida e que me fez passar não sei quantos anos sem consumir filmes, nem série, nem nada, foi uma frase que dizia que os dependentes da ficção só têm uma saída: total abstinência. Aí eu levei aquilo como "tema-mor" na minha vida, eu não podia assistir filmes, eu*

*não podia fazer nada, não podia ler. Só coisas reais e não sei o que lá. Então, eu restringi a minha vida de uma tal maneira que... depois você entende, por exemplo, tem várias pessoas ainda na igreja que acreditam que filme é coisa do demônio, que cinema é coisa do demônio, não sei o que mais é coisa do demônio, tudo é a armadilha do demônio. Mas, eu acredito que se Deus permitiu que fosse criada determinada tecnologia, Deus não é capaz de usar? Ele já usou tantas, tantas e tantas formas, por que ele não usaria o cinema e as séries? Então... Eu gosto muito de uma frase de Paulo que ele fala que de tudo retende o que é bom, então quando eu vejo séries, quando assisto filmes, eu tento tirar lições, que é de uma base minha, tento tirar lições para a minha vida como pessoa, como cidadã, como uma consumidora. Então tipo, eu tento tirar! (Entrevistada D).*

Por outro lado, os jovens percebem a aproximação institucional da produção midiática ficcional e reconhecem que a denominação busca utilizar a dramaturgia como linguagem para se comunicar com um público habituado ao seu consumo.

*Eu acho que, tipo, ainda se tem muito preconceito quanto ao audiovisual em si, mas eu acho que está começando a abrir. Um exemplo disso é que na última semana santa<sup>3</sup> teve série. Foi uma série de, se não me engano três, quatro capítulos, que, tipo, já está começando a abrir a cabeça. Mas acho que é um longo caminho até as pessoas perceberem, tipo, as qualidades, o que tem dentro de uma série, filme, e como isso pode ajudar na pregação do evangelho.*

O paradoxo entre a tradição popular proibitiva e a emergência de uma indústria audiovisual adventista concentra o discurso religioso na disputa pelo significado dos valores expressos pelas tramas e não pelo consumo ou abstinência em si.

### **Considerações finais**

O presente texto consistiu em analisar brevemente o discurso institucional adventista sobre mídia e consumo de séries televisivas, levando em consideração a influência de uma postura anti-ficção oriunda da narrativa fundante da denominação e ainda presente atualmente em vários círculos do adventismo. A partir da condução

---

<sup>3</sup> Semana Santa é um programa evangelístico da IASD, que ocorre na semana da paixão de Cristo, em abril, e que nos últimos anos promove um longa-metragem de conteúdo religioso produzido pela denominação para ser transmitido nas igrejas em toda a América do Sul.

de entrevistas semiestruturadas com jovens universitários adventistas a respeito do consumo de séries televisivas e sua percepção e ressignificação do discurso religioso adventista, constatou-se que a prática cotidiana de consumo de ficção pelos jovens adventistas entrevistados representa a tensão decorrente do choque entre tradição e modernidade no uso que o movimento faz das tecnologias midiáticas para fins missionários.

Dessa forma, ao investir em produções midiáticas com objetivos evangelísticos, mas ainda manter-se vinculado a pressupostos, práticas e tradições do período fundador no que se refere à atitude anti-ficcional, os jovens adventistas em questão demonstram que o discurso tradicional de abstinência ou demonização dos conteúdos midiáticos não é suficiente para definir práticas e hábitos. Contudo, esse mesmo discurso ainda se mantém presente nas questões relativas à percepção que a juventude entrevistada possui do posicionamento da denominação a respeito das práticas cotidianas de consumo midiático.

## REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail Voloshinov. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1988.

BENDROTH, Margaret. Fundamentalism and the media, 1930-1990. In: STOUT, Daniel, BUDDENBAUM, Judith. **Religion and mass media: audiences and adaptations**. Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage Publications, 1996.

BRANDÃO, Helena. Enunciação e construção do sentido. In: FÍGARO, Roseli A. (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2012.

CAMPBELL, Heidi. Evangelicals and the Internet. In: WOODS JR, Robert (Org.). **Evangelical Christians and popular culture: pop goes gospel**. Volume 1: film, radio, television and the Internet. Santa Barbara, CA: Praeger, 2013.

ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. São Paulo: Cia. das Letras, 1997.

FORTIN, Denis. The theology of Ellen G. White. In: FORTIN, Denis; MOON, Jerry (Eds.). **Ellen G. White encyclopedia**. Hagerstown: Review and Herald, 2013, pp. 241-286.

GLASER, Barney G; STRAUSS, Anselm L. **The Discovery for Grounded Theory: Strategies for qualitative research**. Chicago: Aldine, 1967.

HEGSTAD, Roland. **Mind manipulators**. Washington: Review and Herald, 1974.

IGREJA Adventista do Sétimo Dia. **Manual da Igreja Adventista do Sétimo Dia**. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2016.

KANYAT, Lizbeth. O adventista e a ficção televisiva. *In*: NOVAES, Allan; CARMO, Felipe (Orgs.). **O adventista e a cultura pop**. Engenheiro Coelho: Unaspres, 2017.

LAND, Gary. The Voice of Prophecy. *In*: LAND, Gary (ed.). **Historical dictionary of Seventh-Day Adventists**. Lanham: Scarecrow Press, 2005.

LAND, Gary. Evangelism. *In*: LAND, Gary (ed.). **The A to Z of Seventh-day Adventists: The A to Z guide series**, n. 43. Lanham: Scarecrow Press, 2009a.

LAND, Gary. Faith for today. *In*: LAND, Gary (ed.). **The A to Z of Seventh-day Adventists: The A to Z guide series**, n. 43. Lanham: Scarecrow Press, 2009b.

LAND, Gary. It is written. *In*: LAND, Gary (ed.). **The A to Z of Seventh-day Adventists: The A to Z guide series**, n. 43. Lanham: Scarecrow Press, 2009c.

LAND, Gary. The voice of prophecy. *In*: LAND, Gary (ed.). **The A to Z of Seventh-day Adventists: The A to Z guide series**, n. 43. Lanham: Scarecrow Press, 2009d.

McARTHUR, Benjamim. Amusing the masses. *In*: LAND, Gary (ed.). **The world of Ellen G. White**. Washington, EUA: Review and Herald, 1987, pp. 177-192.

McARTHUR, Benjamim. Culture. *In*: AAMODT, Terrie; LAND, Gary; NUMBERS, Ronald (eds.). **Ellen Harmon White**. New York: Oxford University Press, 2014, pp. 244-261.

MISSIONARY Volunteer Department. **Motion Pictures and television**. Washington: Review and Herald, 1951, p. 8.

MOON, Jerry. **Adventist versus the movies: 1910-1950**. Monografia (Seventh-day Adventist Theological Seminary) – Andrews University, Estados Unidos, 1994.

NOVAES, Allan. **O problema adventismo-televisão: uma análise do pensamento adventista sobre a TV a partir da tipologia de H. Richard Niebuhr em Cristo e cultura**. 325f. Tese (Doutorado em Ciência da Religião) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

NOVAES, Allan. Seventh-day adventists in the digital age. *In*: GRANT, August; STURGILL, Amanda; CHEN, Chiung; STOUT, Daniel (eds.). **Religion online: How digital technology is changing the way we worship and pray**. Volume 2: Faith Groups and Digital Media. Santa Barbara: Praeger, 2019.



NOVAES, Allan; CARMO, Felipe. **Adventismo em quadrinhos**: as relações entre a Igreja Adventista e a 9ª arte. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2018.

NOVAES, Allan; CARMO, Felipe (orgs.). **O adventista e a cultura pop**. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2017.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1999.

PIRES, Álvaro P. **Amostragem e pesquisa qualitativa**: ensaio teórico e metodológico. In: POUPART, Jean *et al.* A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Trad. Ana Cristina Nasser. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

POUPART, Jean. A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: POUPART, Jean *et al.* **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Trad. Ana Cristina Nasser. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

SCRAGG, Walter. **The media, the message, and man**: Communication God's love. Nashville: Southern Publishing Association, 1972.

SCHULTZE, Quentin. "Evangelicals" uneasy alliance with the media. In: STOUT, Daniel; BUDDENBAUM, Judith. **Religion and mass media**: audiences and adaptations. Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage Publications, 1996.

SCHULTZE, Quentin; WOODS JR; Robert (Orgs.). **Understanding evangelical media**: the changing face of Christian communication. Downers Grove, IL: IVP Academic, 2008.

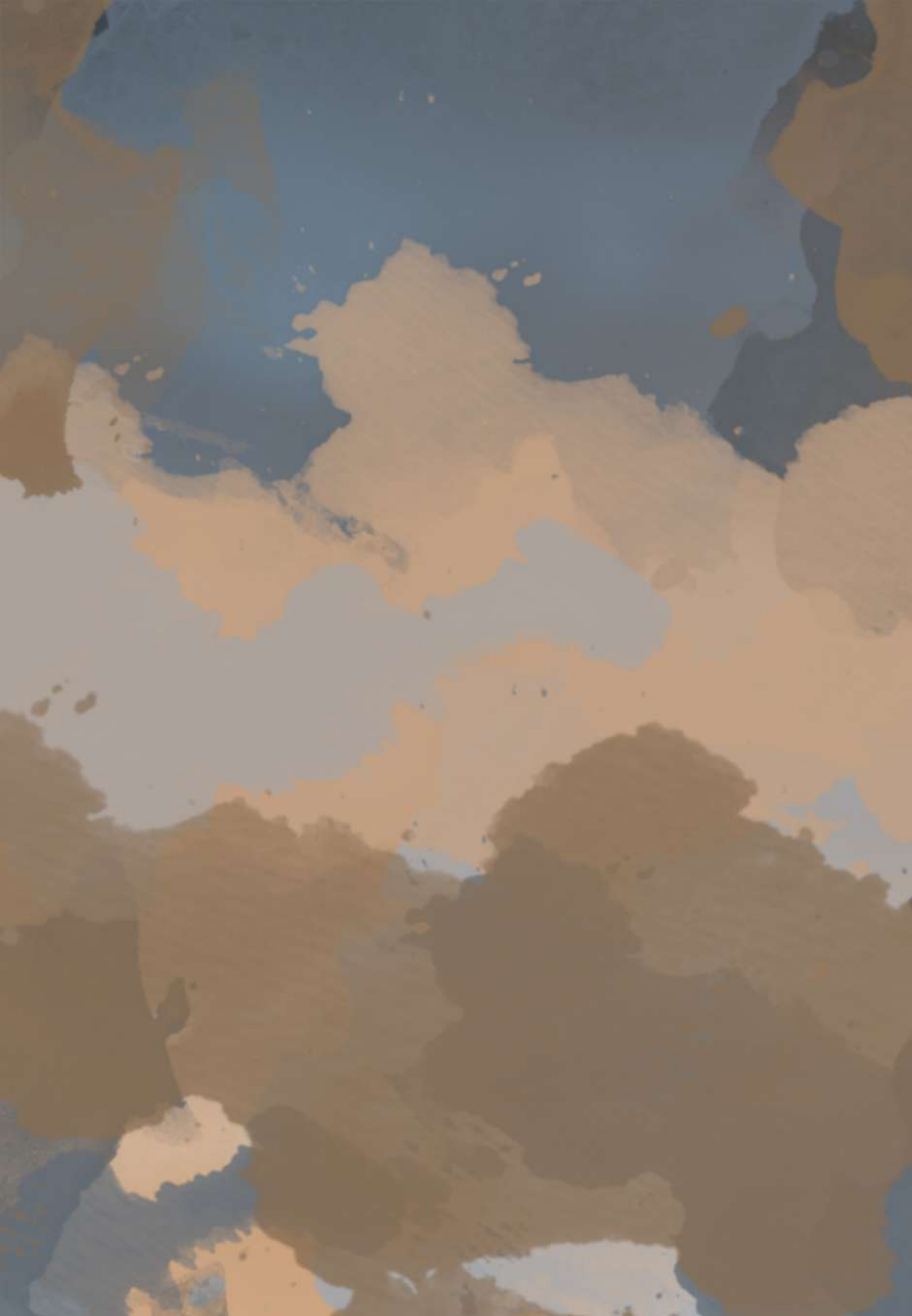
TIDWELL JR, Charles. Literature and reading. In: FORTIN, Denis; MOON, Jerry (Eds.). **The Ellen G. White encyclopedia**. Hagerstown: Review and Herald, 2013, pp. 943-946.

TORRES, Milton. Ellen G. White e a ficção literária. **Kerygma**, v.9, n.2, p.153-162, 2013.

VIRMES JR, Clacir. O adventista e a literatura de ficção: produção e crítica literária no adventismo brasileiro. In: NOVAES, Allan; CARMO, Felipe (Orgs.). **O adventista e a cultura pop**. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2017.

WHEELER, Joe. **Remote Controlled**: how TV affects you and your family. Hagerstown: Review and Herald, 1993.

WOODS JR, Robert. Introduction. In: WOODS JR, Robert (Org.). **Evangelical Christians and popular culture**: pop goes gospel. Volume 1: film, radio, television and the Internet. Santa Barbara, CA: Praeger, 2013.



# CATÓLICOS HIPERMODERNOS: A TRANSFORMAÇÃO DE MÚSICAS SECULARES EM RELIGIOSAS NO YOUTUBE<sup>1</sup>

*Daniel Aloisio dos Santos Silva*

## Introdução

Este artigo tem como objetivo, de modo geral, analisar a relação dos meios de comunicação com a Igreja Católica. Para isso, os objetos de estudo são dois canais do *YouTube* de músicos católicos, *Projeto Laus Deo* e *sistercristinaVEVO*. Os canais são conhecidos no meio digital por terem vídeos de covers ou *mashups*<sup>2</sup> de músicas seculares. Nesse caso, observa-se que tais canções, ao serem regravadas por esses músicos, perdem o seu caráter original e ganham um novo sentido de cunho religioso. Há um fenômeno de apropriação religiosa de músicas seculares, algo que influencia a espiritualidade dos fiéis religiosos que consomem essas “novas canções”.

Diante dessa realidade, surge o questionamento: como a apropriação de músicas seculares por esses canais religiosos no *YouTube* modifica a forma de se viver a religião? A hipótese desta pesquisa é que esse fenômeno não só modifica, como também favorece o surgimento de novas formas de se viver a religião através da transformação progressiva da canção secular em religiosa, sintoma de uma espiritualidade hipermoderna.

O artigo começa com uma explanação sobre a relação histórica dos meios de comunicação com a Igreja Católica. Antigamente, era observado um tom condenatório dessa instituição aos novos meios de comunicação e aos avanços tecnológicos. Progressivamente, a Igreja passou a se utilizar desses meios como ferramentas de

---

1 Artigo orientado pela professora Ravena Sena Maia e desenvolvido na disciplina Comunicação e Atualidade II do Curso de Comunicação – jornalismo da Facom-UFBA.

2 O *mashup* é uma canção criada a partir da mistura de duas ou mais canções pré-existentes, normalmente pela transposição do vocal de uma canção em cima do instrumental de outra, de forma a se combinarem.

evangelização. Hoje, observa-se um “inculturamento” da mensagem cristã na cibercultura, criando, assim, o que Spadaro (2012, p. 13) define de ciberteologia.

Em seguida, o leitor é convidado a conhecer a história do *YouTube* e sua relação com a música. Muitas religiões, em especial a Igreja Católica, começaram a se utilizar da plataforma. Por trás do simples desejo dos indivíduos ou grupos religiosos de promoverem uma “evangelização” através dos canais de *YouTube*, observa-se que essa presença religiosa na Rede é um reflexo do “contexto no qual a fé é chamada a se exprimir não por uma mera vontade de presença, mas por uma conaturalidade do cristianismo com a vida dos homens” (SPADARO, 2012, p. 25).

Depois, os canais *Projeto Laus Deo* e *sistercristinaVEVO* serão devidamente apresentados, bem como suas características e principais informações que sejam importantes para a análise dos canais. Essa análise será feita através do estudo dos conteúdos dos *mashups* ou covers publicados e os comentários observados nos vídeos. Esse estudo foi feito sob um enfoque filosófico e sociopolítico de teóricos da comunicação, como Joanna T. Puntel e Antônio Spadaro, os quais contribuem com as reflexões sobre a relação da Igreja com os meios de comunicação e a ciberteologia; e Gilles Lipovetsky, que contribui com a noção de hipermodernidade.

## Os Meios de Comunicação e a Igreja Católica

A relação da Igreja Católica com os meios de comunicação é historicamente complexa. A Igreja sempre se interessou pela comunicação, “segundo os critérios e cultura da época, bem como o grau de compreensão da Igreja em cada período” (PUNTEL, 2011, p. 222).

Em nível teológico, é profunda a relação entre a comunicação e espiritualidade. O teólogo e comunicólogo Antônio Spadaro diz que:

O Cristianismo é fundamentalmente um evento comunicativo. Tudo na revelação cristã e nas páginas bíblicas transpira comunicação: os céus narram a glória de Deus, os anjos são meus mensageiros e os profetas falam em seu nome. A sua maneira tudo — an-

jos, sarça ardente, mesas de pedra, sonhos, asnos, tons, sussurros e sopros de vento ligeiro — pode se tornar um dos meios que realizam essa comunicação (SPADARO, 2012, p. 24).

Já em nível prático, essa relação entre comunicação e fé se dá através de inúmeros fenômenos observados na sociedade. Segundo Marques de Melo (1985) citado por Puntel (2011, p.222), quando se trata da Igreja Católica, uma das mais antigas instituições do mundo ainda em atividade, é possível identificar quatro fases na trajetória entre Igreja e Comunicação: 1) Censura e repressão; 2) Aceitação desconfiada; 3) Deslumbramento ingênuo; e 4) Avaliação crítica.

A **primeira fase** é caracterizada pelo período de censura e repressão da Igreja aos meios de comunicação. Essa fase começa de maneira modesta no século 15 logo com o surgimento da prensa gráfica criada por Johannes Gutenberg, o que permitiu a massiva impressão e popularização de livros, como a Bíblia. Segundo Silva (2010 p. 19), citado por Freitas Reis e Souto (2016, p. 159), no início, a Igreja até viu com bons olhos o surgimento da imprensa, como uma possibilidade de expansão do conhecimento. No entanto, no século 16, com a Revolução Protestante, a Igreja passa a manter uma posição defensiva, buscando controlar as mensagens difundidas que atacavam o poder exercido.

Esse cenário começa a mudar somente no final do Século 19, quando se inicia a **segunda fase**. Nesse momento, mudanças profundas começam a acontecer na Igreja, caracterizada pela aceitação e até utilização dos novos meios, mas ainda com certa desconfiança. Foi nesse contexto que surgiu a Rádio Vaticano, por exemplo, em 1931. Essa rádio existe até hoje.

No entanto, nessa segunda fase, ainda havia uma vigilância sobre a imprensa, cinema e rádio. Isso pode ser destacado, por exemplo, na encíclica *Vigilanti Cura* escrita pelo Papa Pio XI em 1936: “é geralmente para o mal que o cinema exerce sua influência. [...] é uma das supremas necessidades do nosso tempo fiscalizar e trabalhar com todo afinco para que o cinema não seja uma escola de corrupção” (VC 26). Dentre tantos argumentos, o pontífice destacou no texto o mal que a arte cinematográfica poderia causar devido às

“salas semi-obscuras” (VC 24) e “sedução dos atores e atrizes” (VC 25). Para Puntel (2011, p.224), “a Igreja teve sérias dificuldades em reconhecer os valores positivos nos meios de comunicação e em perceber suas potencialidades para atuar como instrumentos na defesa da dignidade dos seres humanos”.

Um verdadeiro marco nessa trajetória entre Igreja e Comunicação é o Concílio Vaticano II, que buscou fomentar uma aproximação da Igreja com o mundo moderno. Dentre os assuntos tratados, os meios de comunicação tiveram destaque no decreto *Inter Mirifica* publicado em 1963. Aqui surge a **terceira fase**, na qual a Igreja passa a olhar para esses novos meios como “maravilhosas invenções da técnica que, principalmente nos nossos dias, o engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus” (IM 1).

No decreto, a Igreja não deixa de chamar a atenção para a necessidade do “reto uso” dos meios de comunicação e denuncia as consequências ruins à sociedade humana quando tais meios não são bem utilizados. Mesmo assim, no texto, a Igreja reconhece os valores positivos da mídia, encoraja a participação consciente dos fiéis católicos nesse ambiente e até institui o Dia Mundial das Comunicações, celebrado no Dia da Ascensão do Senhor, no domingo posterior à celebração litúrgica de Pentecostes, com data que se altera em cada ano.

Desde então, a Igreja se inseriu cada vez mais nos meios de comunicação e demonstrou interesse em adaptar a sua milenar tradição aos novos meios tecnológicos. Os Papas João Paulo II, Bento XVI e Francisco publicaram comunicados, instruções e documentos que discutem as variadas questões oriundas dos meios de comunicação. Em 2018, por exemplo, a mensagem do Papa Francisco para o 52º Dia Mundial das Comunicações abordou o problema das *FakeNews*. Isso corresponde a **quarta e atual fase**, na qual a Igreja se propõe a fazer uma avaliação crítica da realidade nessa era da cibercultura.

É também nessa fase que se desponta o conceito de ciberteologia, que busca unir à cibercultura os elementos teológicos da sociedade. O teólogo e comunicólogo Antônio Spadaro definiu a ciberteologia como

A inteligência da fé em tempos de rede, isto é, a reflexão sobre a ‘pensabilidade’ da fé à luz da lógica da rede. Referimo-nos à reflexão que nasce da pergunta sobre o modo no qual a lógica de rede, com suas potentes metáforas que trabalham o imaginário, além da inteligência, possa modelar a escuta e a leitura da Bíblia, o modo de compreender a Igreja e a comunhão eclesial, a Revelação, a liturgia, os sacramentos: os temas clássicos da teologia sistemática. A reflexão é importantíssima porque resulta fácil constatar como a internet cada vez mais contribui para construir a identidade religiosa das pessoas e se isto é verdadeiro em geral, será cada vez mais para os chamados ‘nativos digitais’ (SPADARO, 2012, p. 40).

O autor parte do pressuposto de que a revolução digital influencia o exercício da fé, não só devido às novas possibilidades de evangelização através da rede, mas sobretudo devido aos pontos de contato e de interação produtiva que existem entre a rede e o pensamento cristão. Se a internet muda a forma de o ser humano pensar, muda a forma como se pensa a fé, amplificando as potencialidades do seu exercício, modificando a forma como se reza e ultrapassando as fronteiras da própria religião. Isso pode ser verificado nos inúmeros fenômenos religiosos encontrados no meio digital, como Missas ao vivo, portais e aplicativos religiosos e até grupos de oração virtuais. Com a internet, o que é religioso ou teológico ganha novas dimensões. Por isso, a pergunta fundadora da reflexão ciberteológica é: “se as [...] tecnologias digitais modificam o modo de comunicar e até mesmo de pensar, qual o impacto que terão no modo de fazer teologia?” (SPADARO, 2012, p. 39).

Além da Ciberteologia, é durante a quarta fase que surge o conceito de “hipermodernidade”, termo criado pelo filósofo francês Gilles Lipovetsky, que representa o momento atual da sociedade. Para ele, passou-se o tempo da modernidade. Agora estamos na era do “hiper”, na qual os valores criados na modernidade são exacerbados, elevados de forma exponencial.

Hipercapitalismo, hiperclasse, hiperpotência, hiperterrorismo, hiperindividualismo, hipermercado, hipertexto — o que mais não é hiper? O que mais não expõe uma modernidade elevada à potência superlativa? Ao clima de epílogo segue-se uma sensação de fuga para adiante, de modernização desenfreada, feita de mercan-

tilização proliferativa, de desregulamentação econômica, de ímpeto técnico-científico, cujos efeitos são tão carregados de perigos quanto de promessas (LIPOVETSKY, 2004, p. 53).

Relacionando os dois conceitos, Amaro da Silva (2015, p. 404-405) considera que a ciberteologia não é uma teologia da comunicação, mas sim uma teologia que reflete sobre a vida hipercomunicativa. Ou seja, os fenômenos estudados pela ciberteologia são sintomas de uma sociedade hipermoderna, que, dentre diversos aspectos, influencia na maneira de se viver a espiritualidade.

### ***Youtube***

O *YouTube* surgiu em fevereiro de 2005 como uma plataforma de compartilhamento de vídeos na internet. Foi criado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, que posteriormente venderam o domínio do site para o *Google* no final de 2006. Desde então, o *YouTube* passou a se configurar como uma das maiores redes sociais do mundo, com a possibilidade de seus usuários compartilharem e assistirem a vídeos, interagindo entre si através da função “comentário”, “inscrever-se” e “gostei” ou “não gostei” (BAGGIO LIMA, 2018, p. 10).

No *YouTube*, é possível encontrar vídeos em diversos formatos sobre diversos assuntos. De produções amadoras a conteúdos de alto investimento, essa rede social contribuiu para a modificação da forma como se consome conteúdos audiovisuais. No entanto, observa-se que o *YouTube* não é mais somente um fenômeno de compartilhamento de vídeo, mas também de áudio. Isso se observa nos vídeos publicados que possuem apenas uma imagem que não se altera com o passar do tempo, uma vez que o foco do produto é o conteúdo sonoro, normalmente uma música, gravação de áudio ou até um *podcast*.

Nesse sentido, diversas canções começaram a ser publicadas e até lançadas nessa plataforma. Aos poucos, o *YouTube* se tornou um serviço para o consumo de músicas. Clipes oficiais, amadores, paródias, *mashups*, covers, CD e até DVD estão presentes na plataforma. Tudo isso aconteceu mesmo sem o *YouTube* funcionar exatamente



como um serviço de *streaming* de música. Essa rede social sempre foi usada por seus usuários como uma alternativa para acompanhar artistas, escutar canções e publicar músicas. Como define Silva Júnior (2016, p. 6), seria “uma espécie de *streaming* alternativo”. Isso se deu, principalmente, com a criação do serviço “reprodução automática”, que permitiu a escuta aleatória de músicas sem interrupção.

Recentemente, foi lançado o aplicativo “*YouTube Music*”, o serviço de *streaming* musical oficial do *Google*. A plataforma se assemelha a outros aplicativos de música como *Deezer* e *Spotify*, estabelecendo uma assinatura paga que permite ao usuário escutar músicas sem anúncio, no modo *off-line* e em segundo plano. Esse novo serviço é baseado nos vídeos publicados no *YouTube*, o que dá a possibilidade ao usuário de escutar a música e ver o clipe ao mesmo tempo.

Com a crescente escuta da música gospel (e da indústria gospel como um todo), o *YouTube* se tornou um local onde diversas canções religiosas foram compartilhadas. Seguindo a mesma lógica dos outros estilos musicais, é possível encontrar no *YouTube* clipes oficiais, amadores, paródias, *mashups*, covers, CD e até DVD gospels.

Antigamente, a música religiosa, desde os hinos, salmos e louvores encontrados na Bíblia até o canto gregoriano, era utilizada para auxiliar na oração do fiel. “Quem canta reza duas vezes”: essa é uma frase comum na tradição católica, comumente atribuída a Santo Agostinho, embora não haja evidência de que o santo tenha mesmo dito isso. Ainda assim, essa frase representa a “função” religiosa que a música deve ter: fazer rezar.

Antes a música religiosa só podia ser consumida pela mediação direta da Igreja. Atualmente, com o advento de uma indústria cultural religiosa, esse consumo se tornou mais diversificado, com as características próprias da hipermodernidade. Esse é um fenômeno *ciberteológico*, no qual se observa que, por trás do aparente desejo de evangelizar através da música pelo *YouTube*, está a conseqüente inculturação da mensagem cristã na cibercultura.

Para uma das instituições mais antigas e tradicionais como a Igreja Católica, que tanto criticou os avanços tecnológicos e comunicacionais, render-se à cibercultura é reconhecer que o homem também

muda ao passo da modificação da realidade. Transformam-se os meios, mas também o próprio homem e a sua cultura. A ciberteologia é um bom exemplo disso.

### *sistercristinaVEVO*

O canal do *YouTube sistercristinaVEVO*, um dos objetos deste estudo, é a plataforma onde são publicadas os clipes oficiais da cantora Cristina Scuccia, mais conhecida como Sister Cristina. Ela é uma freira ursulina italiana vencedora do programa *The Voice of Italy* em 2014. Nesse período, Sister Cristina se tornou popular no mundo todo por ter o vídeo da sua audição no programa “viralizado” pela internet, não só pelo fato de uma freira participar do *The Voice*, mas também pela música cantada no programa, a premiada canção *No One*, de Alicia Keys, que não possui conotação religiosa. Atualmente, esse vídeo possui mais de 99 milhões de visualizações no canal do *YouTube* do programa.

Aliás, existem diversos vídeos no *YouTube* de Sister Cristina cantando músicas seculares e religiosas. No entanto, o canal *sistercristinaVEVO* possui apenas três vídeos, clipes oficiais de músicas de trabalho da cantora. Das três músicas, duas são originalmente religiosas e uma é secular, a versão da canção *Like a Virgin*, de Madonna.

*Like a Virgin* é uma canção que possui considerável conotação sexual, símbolo da década de 1980. O clipe da canção interpretado por Madonna foi gravado em Veneza e nele é possível observar a presença de elementos que remetem ao erótico, sexo e prazer. Não há nada de religioso na canção.

Já a versão católica da música dialoga e ao mesmo tempo rompe com a versão original. O clipe de Sister Cristina também foi gravado em Veneza, mas mostrando aspectos da cidade que ressaltam a sacralidade da região. A batida sensual da música deu lugar a uma melodia suave. Agora é possível observar inúmeros elementos religiosos na canção.

Em uma reportagem publicada no site da *Veja*, Sister Cristina afirmou que a letra da música pode ser interpretada como uma

“alegoria do chamado de Deus” e ela tenta expressar isso na sua versão que possui mais de seis milhões de visualizações no *YouTube*. O vídeo possui também centenas de comentários em diversos idiomas, como manifestações positivas de pessoas que se sentiram tocadas pela canção, mesmo sem ser católicas:

(...) O que é apropriado e o que não é? Os limites que os outros colocam são apropriados? Ou talvez seja apropriado trazer a alegria e a fé além das margens da crença comum? Se a Sister Cristina conseguiu transformar um desleixado *like a virgin* anos 80 em uma obra-prima de estilo, exalando delicadeza e amor, então a escolha da música não poderia ser mais bem sucedida. Os passos para evangelizar o mundo devem ser feitos de acordo com as estradas do mundo, mas não “para o mundo”. Vamos liderar pela voz extraordinária da Sister Cristina pelas ruas do mundo... e você verá que o mundo mudará de estrada. Em toda esta sobreposição de perguntas, respostas e comentários, gostaria de agradecer à Congregação das Irmãs Ursulinas da Sagrada Família, que com esse projeto têm acreditado, acredita e acreditará no futuro, porque na dificuldade incontestável do projeto, a sua clarividência ajudará a trazer alegria a um mundo que, inconscientemente, tem uma grande necessidade de voltar a crer. (Trecho do comentário do canal *Zappi Amato*, 2015, tradução minha).<sup>3</sup>

Basta mudar a performance e a música muda de significado. Ela é oposta ao que Madonna representa e defende e o mesmo acontece com o significado da letra da canção. Sister Cristina coloca a música de cabeça para baixo: pode um dia ter sido obscuro, mas no novo contexto é tão inocente, puro e belo. Eu realmente aprecio o que ela fez. Ela conquistou outro ponto sombrio para Cristo. Ela é realmente muito corajosa, porque ela deve ter sido consciente dos possíveis equívocos e mal-entendidos no início. (Comentário do canal *Jacek R. S.*, 2015, tradução minha).<sup>4</sup>

---

3 (...) *Quindi che cosa è appropriato e cosa non lo è? I confini che gli altri pongono sono appropriati? O forse è appropriato portare gioia e fede oltre gli scontati margini del credere comune? Se Suor Cristina è riuscita a trasformare una sciatta “like a virgin” anni 80 in un capolavoro di stile trasudante delicatezza e amore, allora la scelta dei brani non potrebbe essere più riuscita. I passi per evangelizzare il mondo devono essere fatti secondo le strade del mondo ma non “per il mondo”. Lasciamoci condurre dalla voce straordinaria di Suor Cristina per le vie del mondo.... e vedrete che il mondo cambierà strada. In tutto questo sovrapposi di domande, risposte e commenti vorrei rivolgere un ringraziamento alla congregazione delle “Suore Orsoline della Sacra Famiglia” che in questo progetto hanno creduto, credono e crederanno in futuro, perché nella indiscutibile difficoltà del progetto la loro lungimiranza contribuirà a portare gioia in un mondo che, inconsapevolmente, ha un gran bisogno di tornare a credere.*

4 *Just change the performer and the change of the meaning will also follow. It's like: she's opposite of what Madonna represents and advocate for and the same happens with the meaning of the song's lyric. Sister Cristina puts the song upside down. It might have been obscene, but in the new context it's so innocent, pure and beautiful. I really enjoy what she has done. She's*

Eu sou ateu, mas isso não significa que esta versão de *Like A Virgin* não possa me emocionar. Irmã Cristina tem uma voz bonita, poderia muito bem compartilhar esse talento... Além disso, o produto do álbum vai para a caridade, eu não vejo o que há de errado com tudo isso. (Comentário do canal *Erynith Mawen*, 2015, tradução minha).<sup>5</sup>

Portanto, através da versão católica da música *Like a Virgin*, divulgado no canal do *YouTube* da cantora *Sister Cristina*, é possível observar o fenômeno de apropriação religiosa da música secular. Os comentários do clipe demonstram o quão impactante é esse fenômeno no meio religioso.

### ***Projeto Laus Deo***

O canal do *YouTube* *Projeto Laus Deo*, outro objeto deste estudo, surgiu no final de 2015 e é composto atualmente por Lívia Figueiredo, Doug Meneses e Daniel Lira. Os três fazem covers e *mashups* de músicas católicas com músicas seculares. No total, o canal possui 4 mil inscritos e mais de 240 mil visualizações com apenas 20 vídeos publicados, sendo 16 *mashups* e quatro covers. Com tamanho sucesso no meio religioso, os jovens integrantes do *Laus Deo* começaram a fazer shows pelo país.

*Laus Deo* é um termo latim que em português significa “Louvor a Deus”. O canal se descreve no *YouTube* como: “através de *mashups* de músicas religiosas e seculares, o projeto *Laus Deo* traz uma proposta inovadora ao encontrar Deus em tudo já que Ele mora em cada um de nós”. Sendo assim, para os integrantes do projeto, é possível louvar a Deus até com as músicas seculares. Se antes a música religiosa só podia ser consumida através da mediação da Igreja, agora ela pode ser até uma música secular, já que é possível “encontrar Deus em tudo”.

---

*conquered another dark spot for Christ and with Him. She's indeed very brave, because she must have been aware of the possible misconceptions and misunderstandings at the outset.*

*5 Sono atea, ma ciò non significa che questa versione di Like A Virgin non possa emozionarmi. Suor Cristina ha una bella voce, tanto vale condividere questo talento...inoltre, il ricavato dell'album andrà in beneficenza, non vedo cosa ci sia di male in tutto questo.*

O vídeo mais visto do canal, com mais de 24 mil visualizações, é o *mashup* feito com as músicas “Lanterna dos Afogados”, da banda Os Paralamas do Sucesso, e “Segura a minha mão”, do cantor católico Davidson Silva. Um outro vídeo que fez bastante sucesso, com quase 24 mil visualizações, foi o *mashup* das canções “Primeiros erros”, do Capital Inicial, e “Leva um tempo”, do cantor católico Bruno Camurati, que chegou a assistir e compartilhar o vídeo nas suas redes sociais. O cantor ainda gravou junto com o *Laus Deo* um outro *mashup* da sua música “Feliz” e “Happy”, de Pharrell Williams.

Nesses *mashups*, assim como na versão católica de *Like a Virgin*, a canção secular ganha uma conotação religiosa, o que é reforçado pela presença da canção católica que integra o conjunto. O vídeo é construído para fazer com que quem o assista possa rezar com essas canções, como é o propósito de toda música religiosa. Observa-se que esse objetivo é alcançado quando se lê os comentários dos vídeos, também positivos em sua maioria:

[...] Vocês salvaram minha noite, ouvindo vocês cantarem foi como se Jesus estivesse me abraçando de verdade. Que Deus ilumine vocês e que nossa mãezinha cubra vocês com seu manto sagrado. (Trecho do comentário do canal *Victor Freire*, 2019, no *mashup* das músicas *Pés cansados*, de Sandy, e *Abraço de Pai*, de Walmir Alencar).

Sempre soube que ‘Me espera’ e ‘Pés cansados’ eram mais que canções, e sim orações. Parabéns pelo lindo trabalho. (Comentário do usuário Renan Moraes, 2018, no *mashup* das músicas *Me espera*, de Sandy com Thiago Iorc, e *Ao partir do pão*, de Walmir Alencar).

*cara*. vocês são surreais! *to* até agora me perguntando como não pensei nisso antes! canto *mi* música secular pra Jesus! (Comentário do usuário Iago Araújo, 2017, no *mashup* das músicas *Primeiros erros*, do Capital Inicial, e *Leva um tempo*, de Bruno Camurati).

Assim, observa-se um fenômeno de apropriação de músicas seculares para fins religiosos pelo *Projeto Laus Deo*, que se utiliza da plataforma *YouTube* como espaço de divulgação e consumo dessas canções por parte dos fiéis católicos.

## Católicos Hipermodernos

Como já foi dito anteriormente, a ciberteologia reflete a vida hipercomunicativa. Os fenômenos estudados pela ciberteologia, como o uso de músicas seculares para fins religiosos, são sintomas de uma sociedade hipermoderna, que influencia a maneira que se vive a espiritualidade.

No período da modernidade, houve uma diminuição do poder da religião e o aumento do processo de secularização. O progresso científico promovia a crença de um futuro de bem-estar, possível de ser planejado, no qual a religião não seria mais necessária. Foi assim que surgiram as famosas expressões de críticas à Igreja como “a religião é o ópio do povo” e “Deus está morto!”.

Na hipermodernidade, nem Deus, nem a religião morreram. Há sim um “revivescimento do passado” que extrapola o culto às tradições. Isso faz que, dentre outras coisas, o religioso tenha o status de “dignidade social” de um povo que se identifica, mesmo que de maneira transitória, com aquela religião. Deus e a religião, portanto, continuam vivos, mas não da mesma maneira de antigamente. A própria religião, que antes criticava a modernidade, adapta-se à hipermodernidade para continuar a existir.

Os movimentos que reavivam a chama do sagrado ou das raízes estão muito longe de ser de mesma natureza e de manter a mesma relação com a modernidade liberal. No Ocidente, muitos deles se apresentam com traços que se conciliam perfeitamente com a cultura liberal do indivíduo legislador de sua própria vida. Prova disso são as famosas “religiões à la carte”, os grupos e redes que combinam as tradições culturais do Oriente e do Ocidente, os quais utilizam a tradição religiosa como meio de auto-realização subjetiva dos adeptos. Aqui, não há nenhuma antinomia com a modernidade individualista, pois a tradição fica à disposição dos indivíduos, “mexida”, mobilizada como via de auto-realização e de integração comunitária. A era hipermoderna não põe fim à necessidade de apelar para tradições de sentido sagrado; ela simplesmente as rearranja mediante individualização, dispersão, emocionalização das crenças e práticas. Com a primazia do eixo do presente, crescem as religiões “desregulamentadas” e as identidades pós-tradicionais. (LIPOVETSKY, 2004, p. 93-94).

O que Lipovetsky disse é resumido por Rodrigues da Silva (2009, p. 7) como uma espécie de identidade religiosa que surge com a hipermodernidade, na qual

Ocorre um esvaziamento do predomínio da instituição: experiências centradas no indivíduo, acesso direto ao sagrado e a visão do divino como algo impessoal e imanente. O fiel promove um trabalho de mediação cultural e uma elaboração da religião, que inclui a mudança ou reinterpretação no discurso ou na prática religiosa como leigo (RODRIGUES DA SILVA, 2009, p. 7).

Na Igreja Católica, essa “mudança ou reinterpretação no discurso ou na prática religiosa” acontece ao ser fornecido mais protagonismo aos leigos na Igreja, graças ao Concílio Vaticano II, o mesmo Concílio que promoveu o decreto *Inter Mirifica*, citado anteriormente. A partir desse Concílio, diversas iniciativas católicas surgiram e se espalharam no Brasil e no mundo. Tratam-se, sobretudo, de iniciativas que dialoguem com a realidade atual. Ou seja, iniciativas hipermodernas para um tempo de espiritualidades hipermodernas.

Os canais religiosos citados são exemplos dessas iniciativas. Eles são hipermodernos não só por se utilizar da música secular para fins religiosos, mas também por promoverem, mesmo que inconscientemente, uma nova forma de se viver a religião, na qual o indivíduo leigo é o protagonista e mediador, não mais a figura da Igreja ou do sacerdote. Se o indivíduo quiser, ele pode rezar com uma música secular, independentemente da sua religião ou até mesmo da sua crença em Deus. Isso é observado nos comentários dos vídeos expostos anteriormente: “Eu sou ateu, mas isso não significa que esta versão de *Like A Virgin* não possa me emocionar”; “foi como se Jesus tivesse me abraçando de verdade”; “Sempre soube que ‘Me espera’ e ‘Pés cansados’ eram mais que canções, e sim orações”;

A canção secular e a canção religiosa se misturam de um modo que é possível observar uma transformação progressiva da música secular em religiosa. Isso é um sintoma de uma sociedade hipermoderna, na qual o indivíduo faz a sua própria “elaboração da religião”, o que modifica a tradicional forma de se viver o sagrado. Surgem, assim, novas formas de religiosidade e de expressão da fé, muitas

vezes ligadas aos avanços tecnológicos, ao mundo digital e às características hipermodernas do mundo.

### Conclusão

A tradicional Igreja Católica por muito tempo manteve um olhar de desconfiança em relação aos avanços tecnológicos, principalmente no que tange o surgimento dos meios de comunicação. Somente em 1963, com o decreto *Inter Mirifica*, publicado durante o Concílio Vaticano II, foi possível observar uma clara mudança nesse aspecto. A partir de então, a Igreja passa a considerar os novos meios como “maravilhosas técnicas” e passa a se utilizar cada vez mais deles. Isso é aprofundado com o advento do meio digital e o surgimento da cibercultura, na qual surge também a ciberteologia, um diálogo da fé em tempos de rede.

Essa fé se exprime na cibercultura através de inúmeras formas e ações, frutos de um tempo hipermoderno. A ciberteologia se insere, assim, na hipermodernidade pelo fato de os fenômenos estudados pela ciberteologia serem sintomas de uma sociedade hipermoderna, ou seja, serem também objetos de estudo da hipermodernidade.

Nesse caso, o artigo apresentou dois canais no *YouTube*, *Projeto Laus Deo* e *sitercristinaVEVO* para analisar, sob a ótica da ciberteologia e da hipermodernidade, o uso das músicas seculares para fins religiosos e como isso modifica a forma de se viver a religião. Observou-se que esse fenômeno promove uma transformação progressiva da música secular em religiosa por meio da possibilidade de se rezar escutando uma música que originalmente não possui fins sacros. Logo, surge, uma nova forma de se viver a religião, relacionada ao consumo e à apropriação religiosa da música secular. Isso é ciberteológico, pois é fruto da Fé em rede, para a rede. Também é hipermoderno, pois é centrado no indivíduo que reelabora a religião e até as práticas da oração como algo pessoal e imanente.



## REFERÊNCIAS

BAGGIO LIMA, Estela. **Representações de si no canal Jout Jou Prazer**: como se constrói o discurso de Julia Tolezano no *YouTube*. Porto Alegre: UFRGS, 2018.

FREIRA que cantou “Like a Virgin” diz que meta é evangelizar. **Veja**, São Paulo, 28 out. 2014. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/freira-que-cantou-like-a-virgin-diz-que-meta-e-evangelizar/>. Acesso em: 11 dez. 2018.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os Tempos Hipermodernos**. Tradução de Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

PAULO VI. **Inter Mirifica**, sob os meios de comunicação social. Disponível em: [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19631204\\_inter-mirifica\\_po.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html). Acesso em: 11 dez. 2018.

PIO XI. Encíclica **Vigilante Cura**. Disponível em: [http://w2.vatican.va/content/pius-xi/pt/encyclicals/documents/hf\\_p-xi\\_enc\\_29061936\\_vigilanti-cura.html](http://w2.vatican.va/content/pius-xi/pt/encyclicals/documents/hf_p-xi_enc_29061936_vigilanti-cura.html). Acesso em: 11 dez. 2018.

PUNTEL, Joanna T. A Igreja a caminho na comunicação. **Teocomunicação**, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, 2011.

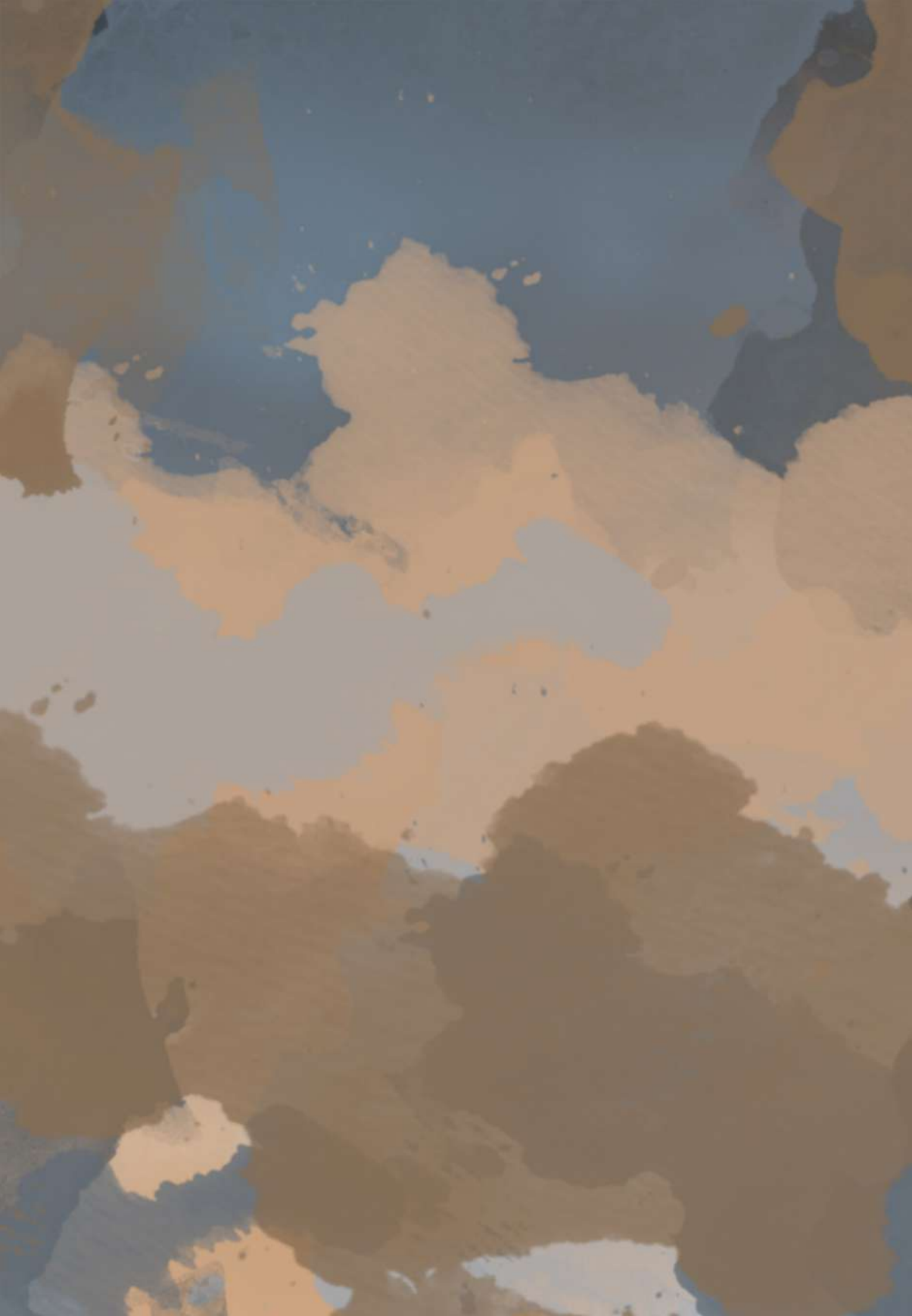
REIS, Marcos Vinicius de Freitas; SOUTO, Josias Freitas. A Relação Igreja-Imprensa: o nascimento da Imprensa Católica no século XXI. **Diversidade Religiosa**. João Pessoa, v. 6, n. 1, p. 152-182, 2016.

SILVA, Aline Amaro da. Ciberteologia: teologia no cenário contemporâneo global. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL SOCIEDADE DE TEOLOGIA E CIÊNCIAS DA RELIGIÃO, 28. 2015. Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: SOTER, 2015. p. 400-406.

SILVA, Gabriel Rodrigues da. **Os meios de comunicação na Igreja Católica**: novos rumos e uma Canção Nova. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2009.

SILVA JÚNIOR, Flávio. Na Onda do Streaming: Plataformas Digitais Sonoras no Mercado Musical Brasileiro. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 18. 2016. Caruaru – PE. **Anais eletrônicos**, Caruaru: Intercom, 2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-1314-1.pdf>. Acesso em: 11 dez. 2018.

SPADARO, Antônio. **Ciberteologia**: pensar o cristianismo nos tempos de rede. Tradução de Cacilda Rainho Ferrante. São Paulo: Paulinas, 2012.



# A SOMBRA DA FLORESTA SE FEZ MITO: O BOTO E O MALANDRO DA UMBANDA NA ENCRUZILHADA DO CINEMA

*Douglas Junio Fernandes Assumpção<sup>1</sup>*  
*Hertz Wendel de Camargo<sup>2</sup>*

Boto, Matinta Perera, Curupira, Cobra Grande, Anhangá, Cai-pora, Uirapuru dentre outros personagens e mitos<sup>3</sup> estão presentes no imaginário daqueles que integram a região Amazônica. Algumas dessas narrativas dialogam com mitos universais ou, ainda, há muito tempo invadiram outras paragens brasileiras, compondo o que podemos chamar de imaginário brasileiro. Não pretendemos discutir nesse trabalho se as narrativas míticas amazônicas advêm de um processo histórico, mas apontar para um processo de composição imaginal caleidoscópica, no qual simbologias, arquétipos, ritos, totems, tempo e pensamento mágico se mesclam, se complementam e formam novos sentidos no tempo e no espaço tendo como suporte a oralidade e sua representação por meio de “uma nova cultural oral” (ALMEIDA, 1994), como o cinema. Pois “quando narramos coisas verdadeiras, mas passadas, é da memória que extraímos, não as próprias coisas, que passaram, mas as palavras concebidas a partir das imagens que elas gravaram no espírito, como impressões, passando pelos sentidos” (RICOEUR, 2007, p. 27).

Assim, podemos afirmar que o homem está inserido, por meio de diferentes narrativas, em uma realidade ao mesmo tempo imaginária

---

1 Pós-doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia (UNAMA). Doutor em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Pesquisador do grupo de pesquisa - Estudos de Capital Social e Cultural no contexto da mídia contemporânea (UNAMA/CNPq). E-mail: rp.douglas@hotmail.com

2 Doutor em Estudos da Linguagem pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), professor do curso de Publicidade e Propaganda da UFPR. Professor do PPGCOM-UFPR. Líder do grupo de pesquisa ECCOS – Estudos em Comunicação, Consumo e Sociedade. E-mail: hertzwendel@gmail.com

3 Escolhemos incluir no mesmo termo — “mito” — os conceitos de conto e lenda para que não ocorra uma confusão conceitual, pois partimos da estrutura diegética do mito, do conto e da lenda, bem como sua conexão com a cultura popular, a oralidade e o pensamento mágico.

e imagética. Neste sentido, as crenças populares da região compõem não apenas um determinado contexto sociocultural, mas incluem suas visualidades enquanto interfaces da cultura local, colaborando para que seus mitos se disseminem no mundo contemporâneo, em parte, graças ao consumo de distintas mídias, artes e experiências estéticas. O sentido de visualidade aqui tratado está intimamente vinculado ao conceito de imagem apresentado por Norval Baitello Junior, em seu livro *A era da iconofagia* (2005), no qual apresenta uma noção de imagem que vai além do visual. Para o autor, as imagens podem ser, além de visuais, táteis, olfativas, sonoras, proprioceptivas. A essas classes de imagens, Camargo (2013) acrescenta as imagens arquetípicas, rituais, totêmicas, temporais, mágicas e míticas. Portanto, ao se tratar dos mitos amazônicos, quando traduzidos para imagens e sons em movimento, carregam sob sua superfície sensações, símbolos e sombras da Amazônia, memórias de aromas, texturas e sabores, arquétipos, magias, tempos sagrados e profanos, mitos. São as sombras da floresta por trás da luz, do som e do movimento que estão em projeção, já que o cinema representa a “ritualização e reatualização do mito” (CAMARGO, 2013, p. 78).

Em suas origens, o teatro grego era a proposição de uma narrativa imaginária, mas que acabava por influir na realidade política e comportamento dos espectadores. Temos, então, a Amazônia como um tipo de espaço cênico atravessado por representações sensíveis que propõem uma estetização do imaginário amazônico.

Eldorado para uns, inferno verde para outros; paraíso para os que veem como objeto de estudo, tortura para que quantos o tomam como objeto de conquista ou ambição, Amazônia não tem sido outra coisa, como realidade histórica, social e econômica, senão agigantado cenário de uma das mais ingentes experiências tropicais do homem (MOREIRA, 1960, p. 91).

Percebe-se que a identidade da região reconhecida como “inferno verde”, “Eldorado”, “Pulmão do Mundo”, dentre outros, pode advir tanto de diversas literaturas quanto de produções midiáticas como o cinema, a televisão, o jornalismo, a propaganda política, a publicidade. Todos colaboram com a construção das visualidades

amazônicas a partir de seus elementos constitutivos regionais. Conforme Loureiro (2000, p. 117), “a impressão que se tem é que o homem, diante da exuberância tropical do seu teatro de cores, numa ânsia de diferença, buscasse a síntese, a redução ao essencial, ao elemento universal”. A floresta se faz de outros elementos, além de paisagem amazônica, é forjada em uma realidade imediata — ou seja, se estabelece por uma função material, lógica e objetiva — e mediada — com a função mágica, encantadora e estética (LOUREIRO, 2000).

### **Os mitos e as encruzadas**

Observa-se que cada mito é um ponto para onde convergem os caminhos de uma intrincada encruzilhada. Os mitos amazônicos carregam em sua essência uma potencialidade constituída durante o seu movimento em diferentes contextos. Conforme os sentidos postos em circulação, diferentes imaginários — europeu, indígena e africano — compõem suas narrativas. Se pelo imperialismo cultural os europeus criaram vazios nas mitologias e rituais sagrados de índios e africanos, estes, ao preencher os vazios, também criaram rupturas, ou seja, colocaram em circulação novos sentidos, pois pertencem a culturas de síncope.

Educados na lógica normativa, somos incapazes de atentar para as culturas de síncope imprevisíveis e criam maneiras imaginativas de se preencher o vazio, com corpos, vozes, cantos. O problema é que para reconhecer isso temos que sair do conforto dos sofás epistemológicos e nos lançar na encruzilhada da alteridade, menos como mecanismo de compreensão apenas (normalmente estéril) e mais como vivência compartilhada. A síncope é a arte de dizer quando não se diz e não dizer quando se está dizendo (SIMAS; RUFINO, 2018, p. 19).

Os mitos persistem, amadurecem, se adaptam. Durand (1989, p. 38) discorre que o mito é “a narrativa que legitima, tal e qual fé religiosa ou mágica, a lenda e suas intimações explicativas, ou contos populares ou as narrativas romanesca”. Desse modo, entre as diversas narrativas (literárias, cinematográficas, artísticas,

mediáticas, orais) interligam-se, cada uma a seu modo, ao mosaico imaginal sobre a Amazônia.

Os mitos, efetivamente, narram não apenas a origem do mundo, dos animais, das plantas e do homem, mas também de todos os acontecimentos primordiais em consequência dos quais o homem se converteu no que é hoje — um ser mortal, sexuado, organizado em sociedade, obrigado a trabalhar para viver, e trabalhando de acordo com determinadas regras. Se o mundo existe, se o homem existe, é porque os Entes sobrenaturais desenvolveram uma atitude criadora no princípio. Mas após a cosmogonia e a criação do homem, ocorreram outros eventos e o homem, tal qual é hoje, é resultado direto daqueles eventos míticos, é constituído por aqueles eventos (ELIADE, 1992, p. 16).

A partir deste ponto de vista, é perceptível o vínculo entre o homem e os mitos; trata-se de um *religare* antigo. Joachim (2010, p. 119) aponta que esse aspecto histórico, místico e sagrado molda o comportamento do homem como modelo de compreender, ver e sentir a vida. Assim, os mitos são produtos de uma construção nascida na circulação, uma criação das encruzadas.

As encruzilhadas e suas esquinas são campos de possibilidade, lá a gargalhada debocha e reinventa a vida, o passo enviesado é a astúcia do corpo que dribla a vigilância do pecado. O sacrifício ritualiza o alimento, morre-se para se renascer. O solo do terreiro Brasil é assentamento, é o lugar onde está plantado o axé, chão que reverbera vida (SIMAS; RUFINO, 2018, p. 13).

A partir do conceito de “epistemologia da encruzilhada” (DRAVET, 2018) e dos mitos nos conduziremos “[...] a um tipo de consciência que é espiritual” (CAMPBELL, 2008, p. 15), inferimos que os mitos amazônicos postos em circulação se encontram nas encruzilhadas mágico-míticas da cultura brasileira com outras narrativas e mitologias, especialmente as religiões ameríndio-afro-brasileiras como a Umbanda, pois

[...] As religiões afro-brasileiras são uma das chaves da cultura popular brasileira, podendo-se constatar sua presença marcante nos mais diversos campos de nossa civilização, incluindo literatura, música, cinema, teatro, dança, carnaval, lutas marciais, culinária,

estética, moralidade, pensamento e visões de mundo. Difícil pensar o Brasil sem recorrer à Umbanda e ao Candomblé e seus congêneres (PRANDI, 2014, p. 9).

Portanto, pretendemos apontar, neste trabalho, quais elementos da mitologia umbandística — em especial o mito do Malandro — se cruzam com o mito amazônico do Boto. Para tanto, partiremos de um estudo antropológico do filme *Ele, o Boto* (1987), direção de Walter Lima Junior, considerando a compreensão por Belting (2007, p. 14-15) de que o homem não é o dono das imagens, mas um lugar das imagens, corpo em posseção pelas imagens. As imagens e sons em movimento do cinema possuem corpos em posseção de sentidos. É na encruzilhada do cinema e “[...] na encruzilhada de saberes que se praticam os ebós epistêmicos” (SIMAS; RUFINO, 2018, p. 23) que pretendemos transitar e encontrar Exu, princípio dinâmico e criativo de todo ato comunicativo: o filme, a fala, o mito.

### **Zé Pelintra, mito brasileiro**

Os estudos das religiões ameríndio-afro-brasileiras, em que posicionamos temporariamente a Umbanda, apontam para resultados cada vez mais interessantes sobre essa religião. A ideia de uma religião ainda em processo de formação, inacabada e, por isso mesmo, “temporária” em todas as classificações revela uma religião altamente adaptada à sociedade do consumo. Essa religião tem por essência o multiculturalismo, com traços acentuados do catolicismo, candomblé, kardecismo e o xamanismo ameríndio<sup>4</sup>, porém com tendências a absorver outras linguagens e práticas religiosas. Por exemplo, o Terreiro de Umbanda Vovó Benta, em Curitiba, dialoga com práticas hinduístas, literalmente realizando rituais e eventos onde o “namastê” e o “saravá” se complementam.

Dessa maneira, fica fácil compreender que essa religião é, por um lado, o reflexo da diversidade, da história, das políticas e do

---

<sup>4</sup> Estudos do grupo de pesquisa ECCOS apontam para algumas particularidades da Umbanda praticada em Curitiba, PR. A prevalência de pelo menos quatro vertentes religiosas é uma característica marcante da religião nessa cidade. No entanto, ao observar outros terreiros, como no caso de Londrina (região Norte do Paraná), os traços candomblecistas são menos evidentes.

multiculturalismo brasileiros e, por outro lado, mostra-se em sintonia com um mercado religioso contido em uma sociedade do consumo para a qual ela se apresenta adaptável, midiática, estratégica, imagética e mágica. Enfim, todos são terreiros de umbanda, mas na mesma cidade (assim como no mesmo estado, como é o caso do Paraná), é possível encontrar filosofias, linguagens, sincretismos e práticas rituais, muitas vezes de vanguarda, que naturalmente respondem a interesses de diferentes públicos, dos mais jovens aos idosos, consciente do mercado religioso hegemônico — onde imperam religiões como o catolicismo, o pentecostalismo e o espiritismo — bem como no mercado religioso segmentado — umbandas, candomblés, juremas, catimbós, pajelanças, entre outras.

Constituída oficialmente como religião em São Gonçalo (RJ) em 1908, a Umbanda se espalhou pelo Brasil e, ainda sofrendo diferentes níveis de preconceitos e perseguições por conta de diferentes religiões, conseguiu se adaptar a diferentes regiões onde crenças e mitos se misturam a suas narrativas, a exemplo da Umbanda praticada em Belém (PA), como fortes traços da mitologia amazônica.

Um dos mitos mais conhecidos da umbanda é o do Malandro, o conhecido Zé Pelintra. Ele representa um arquétipo universal da malandragem (o trickster) e mantém afinidades com outro malandro, mas da Amazônia: o Boto. A respeito da aproximação entre esses dois mitos, o Boto e o Zé Pelintra, a partir do filme *Ele, o Boto* (1987) é que versa este texto.

Os sentidos em torno da figura desse personagem mítico, Zé Pelintra, movimentam-se entre o maltrapilho e humilde até o boêmio devasso e bem-apegoado. Como já destacaram Augras (1997), Ligiero (2004) e Dealtry (2009), há uma dificuldade típica do levantamento histórico da trajetória do malandro, pois nos deparamos tanto com os enredamentos entre realidade e imaginário, quanto com a complexidade típica em estabelecer uma linearidade dos mitos na cultura. Como já apontou Rocha (2010), todo mito é construído seguindo uma lógica de bricolagem. O mito é um tecido cultural em que os fios de sua trama possuem uma história própria, mas que se complementam e criam outras semioses ao se cruzarem, formando



do tecido da cultura. Sobre a presença da entidade em diferentes terreiros, representações e performances:

Entendo que há um líder Mestre que está no centro irradiando para diferentes lados parecendo estar em muitos lugares ao mesmo tempo. Exemplifico da seguinte forma: se você envolver um papel com vários furos em uma lâmpada, teremos vários pontos de luz irradiando. Estes pontos de luz podem se multiplicar. Assim dá-se sua presença em diversos lugares ao mesmo tempo (Bergstein, entrevista, 2018).

Em termos umbadísticos, Zé Pelintra não só habita diferentes encruzilhadas, ele também é uma encruzilhada de outras encruzadas. “Zé Pelintra representa uma figura singular e transgressora, histórica e ficcional, que pertence a vários universos a um só tempo” (LIGIÉRO, 2004, p. 25).

As informações sobre esse mito têm seus primeiros passos no catimbó no Nordeste brasileiro. Conforme Dandara e Ligiéro (2013), o catimbó é um dos herdeiros da pajelança — prática religiosa amazônica com traços predominantemente indígenas com a finalidade de cura sob intercessão de forças sobrenaturais. A aderência entre o catimbó e a umbanda se dá no âmbito das migrações brasileiras, do Nordeste para a capital federal da época.

O vínculo entre ambas é a devoção à cura com base na magia das plantas e das palavras de encantamento e o culto aos mestres, que no catimbó são divididos entre pretos-velhos e caboclos, também conhecidos como encantados. Segundo Prandi (2004), encantados são espíritos de homens e mulheres (pretos-velhos, caboclos e demais entidades — nessa classificação, o Boto é um encantado) que “morreram ou passaram diretamente para o mundo mítico, invisível” (p. 7), nesse caso, sem passar pela experiência da morte. Não podemos descartar uma via de mão dupla em que a umbanda carioca também influenciou na reconfiguração das religiões ao passo que se irradia do Rio de Janeiro para outras regiões desde 1908, alimentando e sendo alimentada por esse panteão da encantaria brasileira. Não cabe, neste momento, detalhar o contexto de surgimento da umbanda. Por enquanto, é importante

compreendermos que é nessa ambiência de circulação de sentidos mito-religiosos, dos dialogismos e da multiculturalidade, onde nasce Zé Pelintra, ora reconhecido como exu, ora como mestre — um arquétipo sob influências europeias, africanas e indígenas. Por fim, Seu Zé é um dos mais importantes mitos da encantaria nacional (Figura 01).

**Figura 01 - Imagem estátua de Zé Pelintra**



Fonte: Arquivo pessoal de um dos autores (2019).

No catimbó, sua iconografia é de um mestre com os pés no chão, camisa e calças brancas, chapéu de palha, lenço vermelho no pescoço, um sertanejo apessoado, chamado de Zé do Sertão, um “outro” Pelintra (Ligiéro, 2004). Assunção (2004) explica que o mestre é uma entidade com “caráter de espírito intermediário, podendo encontrar-se na direita, como na esquerda” (p. 196) e que “[...] Seu Zé Pelintra passou a ser difundido a partir do encontro da

jurema com a umbanda” (p. 197). A chegada ao Rio, do sertão para a capital, foi um grande passo para Seu Zé, que se adaptou à realidade da metrópole. Sua iconografia torna-se mais urbana, sua vestimenta aponta para a distinção social. Como todo malandro, empresta sem data de devolução elementos visuais e performáticos dos sambistas da Lapa dos anos 1930 sob influência, em alguns elementos, do cinema americano.

O terno branco do malandro. A dignidade do negro subestimado e subalternizado. A elegância de valores da tradição africana adaptados à dúbia modernidade do bas-fond carioca. Estigmatizado ou quase herói, o malandro transgressor e individualista tanto reflete quando funda um caminho coletivo, tornado santo pros seus e pros outros mito e referência. [...] Pois o malandro, tornado santo, não é apenas o que engana e o que se apropria do que é do outro para seu proveito e projeto pessoal, mas o que quer redefinir as regras de um jogo que lhe são injustificadamente desfavoráveis (MOURA, 2004, p. 16-17).

Nosso “divino malandro”, como bem intitulou Zeca Ligiéro (2004), traz, em sua performance e iconografia, elementos multiculturais de origem banta. De acordo com o autor, na tradição congo-angolana, as cores básicas são quatro e estão associadas ao cosmograma congolês *dikenga*, que narra os quatro pontos da trajetória do Sol em torno do planeta e, também, da trajetória do homem no mundo (THOMPSON; CORNET, 1981). Conforme Fu-Kiau (2016), o preto representa o vazio inicial que passa para o vermelho que representa a plenitude das forças da vida, depois para o branco que indica a morte e a transposição do limiar (a *kalunga*), o rio que separa os mundos dos vivos e dos mortos e, por fim, o amarelo é o renascimento, a vida que surge a partir do mundo dos espíritos. “Dessas, sem dúvida, o branco, que simboliza o encontro com a morte, com o mundo dos ancestrais; e o vermelho, a forte ligação com a energia vital solar, [...]” (LIGIÉRO, 2004, p. 59) não parecem ser escolhas aleatórias, pois o branco e o vermelho são as cores simbólicas do nosso santo malandro, cores que também estão associadas a Ogum na Umbanda descrita como “pé-no-chão”, pois em variações do mito, Zé Pelintra é filho ou protegido desse orixá.

Entretanto, nosso malandro é ancestral. Há na figura de Zé Pelintra um encontro entre o imaginário indígena e o africano — esse último, na figura de Exu. Para muitos sacerdotes da umbanda e autores da extensa literatura umbandista, Zé Pelintra é um exu ou, pelo menos como descreve Assunção (2004), uma entidade alçada da esquerda, que foi moralizada e ascendeu como entidade de luz, deixando seu passado abjeto para trás, mas sem perder totalmente seu vínculo. Por isso mesmo, Zé Pelintra transita nas diferentes linhas (da esquerda — exus e pombagiras — e da direita — caboclos, pretos velhos), promove curas, dá conselhos sempre acompanhados de sua risada histriônica e sua grandiloquência. Há momentos em que ele se manifesta como baiano, sertanejo, preto velho, malandro da Lapa, como exu. E dessa figura da mitologia africana, Exu, ele herdou a estrutura deslizante. “Assim, é possível compreender que Exu é, ao mesmo tempo, positivo e negativo. Pai nosso e diabo. Os pares não se excluem, ao contrário, agregam-se” (DEALTRY, 2009, p. 30). Conforme a autora,

Ao retirar de Exu o papel de mensageiro e intérprete entre os mundos dos vivos e dos mortos, a umbanda termina por eliminar o aspecto religioso do orixá e reforçar seu atributo mágico/diabólico. Absorvido como o “mal”, Exu perde a capacidade de quebrar a tradição e as regras, de questionar o socialmente aceito, de promover mudanças. E, por mais paradoxal que seja, aprisionado em diabo, ele se torna menos perigoso à ordem estabelecida. Desprovido do seu caráter dialético, Exu torna-se uma entidade fixa e submetida aos orixás e entidades de luz (DEALTRY, 2009, p. 22).

Zé Pelintra, Zé Pilintra, Seu Zé ou simplesmente chamado de Malandro, um dos mais conhecidos personagens da mitologia umbandista e líder da linhagem dos malandros<sup>5</sup>, representa um arquétipo com várias facetas. Pela observação participante, em quatro anos de pesquisa em terreiros de umbanda em Curitiba, pode-se

---

5 Outros malandros conhecidos na umbanda brasileira: Zé Tenório, Zé Pretinho, Malandro Camisa Preta, Malandrinho, Malandro do Morro, Zé Navalha, Zé do Coco, Malandro Sete Navalhas, Zé Malandro. Das entidades femininas dessa linhagem podemos citar Maria Navalha, Maria do Morro, Maria Preta, Maria do Cais, Malandra Ritinha, Malandra do Cabaré.

afirmar que tal qual um dado (objeto de jogos de sorte/azar), a entidade possui seis faces muito bem definidas.

A primeira face é a da virilidade, que corresponde aos papéis de galanteador, hábil jogador, negociador perspicaz, bom de briga e implacável com os inimigos. Outra faceta é a da linguagem, onde se encontram a empatia com seus interlocutores, a eloquência, o humor, a retórica e a performance. Outra das facetas é a de herói, pois dá voz aos oprimidos, intercede pelos fracos, almeja a justiça, aplaca as diferenças de classe, abre os caminhos, está sempre a serviço de quem o solicita. “[...] a figura do malandro encarnado por Zé Pelintra se coloca miticamente como um quase herói, um vencedor que triunfa ao burlar a ordem estabelecida e implementar a sua própria ordem/caótica [...]” (LIGIÉRO, 2004, p. 175).

Uma quarta face, talvez a mais reconhecida de sua personalidade, é do hedonismo. Zé Pelintra cultua todos os prazeres: seu apreço pelas mulheres, bebidas, cigarros, músicas, movimentos corporais. A dança é uma metáfora à liberdade corporal, ao entusiasmo (palavra cuja raiz é *entheos*, no grego significa “ter o corpo invadido por deuses”) traduzido em alegria, festa, deboche, teatralidade, celebração da vida. As duas últimas faces desse dado são justamente o lado da esquerda (exus e pombagiras) e o da direita (pretos-velhos e caboclos), marcando a principal característica da entidade: suas transições, deslocamentos, assimetrias, disrupções, enfim, sua circulação. Em suma, adentrar o terreiro em que Zé Pelintra se manifesta é como tentar a sorte, jogar o dado, porque nunca poderemos prever qual faceta nos será revelada, pois a dubiedade, a zona cinzenta, a encruzilhada e todos os caminhos possíveis são sua morada.

Nesse aspecto, Zé Pelintra é um dos mais populares *tricksters* na mitologia brasileira. Conforme Jung (2000, p. 259), o *trickster* surge nos mitos mundiais como um ser de origem cósmica e essência divino-animal, ao mesmo tempo, superior ao homem, pelas qualidades sobre-humanas, e inferior por sua loucura inconsciente. No entanto, ele busca um desenvolvimento da consciência muito mais intenso, pleno, por meio do seu desejo de conhecimento. Para Hyde

(2017, p. 17), o “[...] *trickster* é a corporificação mítica da ambiguidade e da ambivalência, da dubiedade e da duplicidade, da contradição e do paradoxo”.

Saravá Seu Zé Pelintra, moço do chapéu virado.  
Na direita ele é maneiro, na esquerda ele é pesado.  
[...]<sup>6</sup>

Nesse ponto, o nosso malandro se aproxima das características de Exu da mitologia africana.

Culturalmente falando, nosso personagem descende de antigas populações bantas. Mas alguns elementos que caracterizam sua atuação, como o apetite por bebida e fumo, a sexualidade exacerbada e o comportamento matreiro, são igualmente observados no caráter ambivalente e telúrico do Exu iorubá/fon. Assim, nosso Zé comunga dos mesmos elementos dessa dupla tradição na qual se destaca a vertente banta, presente também nos antigos Catimbós nordestinos ou nas antigas Macumbas cariocas ou paulistas (LIGIÉRO, 2004, p. 77).

Entre todas as entidades da Umbanda, Zé Pelintra é quem representa o desalinhar da própria Umbanda, pois a identidade e a sobrevivência das religiões brasileiras também “[...] requerem que haja espaço para figuras cuja função é expor e desorganizar as próprias coisas nas quais as culturas se baseiam” (HYDE, 2017, p. 19).

Como *trickster*, durante os rituais da umbanda (as giras), Zé Pelintra promove a desordem para que tudo se reorganize. Promove o movimento, a circulação. “Assim, para que haja organização, é preciso interações; para que haja interações, é preciso encontros; para que haja encontro, é preciso desordem (agitação, turbulência)” (MORIN, 2005, p. 404).

---

<sup>6</sup> Trecho de ponto cantado para Zé Pelintra no Terreiro de Umbanda Vovó Benta, em Curitiba. A maior parte dos pontos cantados em terreiros circulam, sofrem corruptelas, se transformam com o tempo e não possuem autoria identificada em boa parte, pois, muitas vezes, são criados coletivamente. Alguns pontos de umbanda chegaram à cultura pop, especialmente o samba, e cantores como Zeca Pagodinho, Martinho da Vila e Zeca Baleiro são disseminadores de canções que dialogam muito com as canções de terreiros.

Em quais pontos podemos encontrar os traços comuns entre Zé Pelintra e o Boto que são representados no filme de Walter Lima Junior?

### **O Boto, um encantado brasileiro**

*No uivo do vento, na força do Mar  
na beira do rio, Rei Boto subiu  
com os príncipes e princesas.  
Com os mestres do Mar  
Rei Boto está aqui pra saudar Oxalá.  
No horizonte brilhou uma estrela no mar.  
É mãe Iemanjá, que vai nos salvar.<sup>7</sup>*

O livro *Lendas e mitos do Brasil* (2007), de autoria de Maria José de Castro Alves e Maria Antonieta Pereira, coordenadoras do Programa de Ensino e Extensão *A Tela e o Texto* da Faculdade de Letras da UFMG, apresenta diversos capítulos relacionados à mitologia e ao folclore brasileiro. Dessa obra, extraímos o seguinte mito:

Existem dois tipos de botos na Amazônia, o rosado e o preto, sendo cada um de diferente espécie com diferentes hábitos e envolvidos em diferentes tradições. Viajando ao longo dos rios, é comum ver um boto mergulhando ou ondulando as águas à distância. Comenta-se que o boto preto ou tucuxi é amigável e ajuda a salvar as pessoas de afogamentos, mas dizem que o rosado é perigoso. Sendo de visão ineficiente, os botos possuem um sofisticado sistema de sonar que os ajuda a navegar nas águas barrentas do Rio Amazonas. Depois do homem eles são os maiores predadores de peixes. A lenda do Boto é também uma crença que o povo costuma lembrar ou dizer como piada quando uma moça encontra um namorado nas festas de junho. É tradição junina do povo da Amazônia festejar os Dias de Santo Antônio, São João e São Pedro. Nessas noites se fazem fogueiras e se queimam foguetes. Também há consumo de comidas típicas e se dançam quadrilhas ao som alegre das sanfonas. As lendas contam que nessas noites, quando as pessoas estão distraídas celebrando, o boto rosado aparece transformado em um bonito e elegante rapaz, mas sempre usando um chapéu, porque

---

<sup>7</sup> Ponto cantado na Tenda Miry Santo Expedito, em Belém - PA, autoria de Tamilly Silva.

sua transformação não é completa e suas narinas se encontram no topo de sua cabeça fazendo um buraco. Como um cavalheiro, ele conquista e encanta a primeira jovem bonita que encontra, leva-a para o fundo do rio, engravidando-a, e nunca mais volta para vê-la. Durante essas festividades, quando um homem aparece usando um chapéu, as pessoas pedem para que ele o retire para que não pensem que é um boto. E quando uma jovem engravida e não se sabe quem é o pai da criança, é comum se dizer que é um “filho do boto” (ALVES; PEREIRA, 2007, p. 55-57).

Como podemos perceber, há uma divisão entre o bem e o mal relacionada entre as duas espécies de boto. O preto é do bem, ajuda o homem. O rosado, é malandro, engana as mulheres e os homens. Por ser uma cor mais exótica, considerando os tons da floresta, dos rios e animais que tentam se esconder na natureza, a cor rósea da pele do Boto o destaca no cenário natural amazônico, ele não pretende se esconder, mas busca se revelar.

A cor rosa, matiz derivado do vermelho, está mais próxima aos sentidos relacionados ao amor, ao sexo, ao erotismo, aos jogos de sedução. Portanto, pensamos, essa cor do animal como um indício das pulsões mágicas, imaginais e discursivas acerca do animal que, ao mesmo tempo, é mito e totem. O totem é um elemento da natureza (geralmente animal) que representa um grupo humano. O Boto, como animal totêmico, representa o mundo dos homens no mundo dos deuses, e o mundo dos deuses no mundo humano. Concomitantemente, sagrado e profano. Apesar de Lévi-Strauss (1975) afirmar que o totemismo perdeu sua força no ambiente urbano e no mundo moderno, verificamos que sua força ainda resiste nas imagens técnicas por meio do consumo do cinema. O cinema promove a ritualização e reatualização do mito amazônico, o apresentando como *trickster* e o aproximando a outros *tricksters* de outras culturas (como Loki, Exu, Anansi, Hermes, Mauí, Coiote) e da nossa, no caso, o Malandro da Umbanda.

Como *trickster*, o Boto se vincula, também como animal totêmico, aos malandros Coiote, Corvo e Raposa nas culturas indígenas norte-americanas ou à Aranha, nas culturas africanas. Para as culturas ameríndias do Canadá e EUA, o Coiote é o malandro que



transita, sempre está na estrada, que circula e se comunica com deuses e homens.

[...] todos os *tricksters* têm ‘o pé na estrada’. São senhores do intermédio. Um *trickster* não vive no círculo familiar; [...]. Ele é espírito das passagens que dão para fora e das encruzilhadas nos limites da cidade. [...] É o espírito da estrada ao anoitecer, que corre de uma cidade a outra e não pertence a nenhuma delas (HYDE, 2017, p. 15).

O Boto, da mesma forma, é ponte entre o mundo mito-mágico da floresta e os homens. Ele vive nas águas, mas se transforma em homem, vem a terra. Nas festas dos ribeirinhos (região da intermediação entre terra e água), ele se manifesta, ou seja, sempre no entremeio, na encruzilhada. “A estrada que o *trickster* percorre é uma via espiritual tanto quanto uma via de fato. Ele é o iniciado que consegue transitar, e entre os vivos e os mortos. Como tal, é algumas vezes o mensageiro dos deuses e outras o condutor das almas, [...]” (HYDE, 2017, p. 16).

O filme, *Ele, o Boto* (1987), dirigido por Walter Lima Junior, tem como protagonista o ator Carlos Alberto Riccelli, no papel do Boto. O filme retrata, a partir do mito Amazônico, o boto, transformado em homem, que sai pelas ruas e festas da cidade (Figura 02).

Figura 02 - Conjunto de frames do filme *Ele, o Boto* (1987)



Fonte: Frames do filme *Ele, o Boto* (1987).

- [...] O boto é um bicho danado, cê sabe disso.
  - Você desculpa eu me intrometer.
  - Pois não, pode falar.
  - Mas é que isso lembra uma velha história... do tempo que os homens andavam nus. Eles traziam o peixe sabe como?
  - Matavam o boto?
  - Não. Saía pra pescar de noite. Não é nessa hora que o boto caça mulher de homem?
  - Olha as ideia... cê é daqui?
  - Não. Viajo muito.
- (*ELE, O BOTO*, 1987).

O personagem se apresenta com gestual que remete ao animal aquático, possui um movimento corporal flexível, gestos rápidos, mas ondulantes, como se estivesse fluindo entre as pessoas, da mesma forma como persegue os peixes e desvia das raízes da floresta submersa na época da cheia. No lugar do sonar natural, o boto-homem tem o olhar penetrante, que magnetiza, seduz, atrai. As mulheres são para ele a presa. A fluência, a malemolência corporal, a esperteza, a

sabedoria do momento certo de atacar e fugir, a habilidade em desviar a atenção e criar intrigas entre os homens, fazem do Boto um *trickster*, e outras características o aproximam do Zé Pelintra da Umbanda. Justamente o que chama a atenção durante a trama é a similaridade entre ações e visualidades que tornam a narrativa cinematográfica uma representação da persistência de imagens, sentidos e diegeses circulantes entre o Boto e Zé Pelintra, entre o mito e o cinema nacional. O filme dirigido por Lima Junior (1987), revisto em 2019, opera com elementos presentes no imaginário nacional incorporados a arquétipos universais. Por meio das vestimentas (traje branco e chapéu) assim como descrito na lenda do Boto e presente nas representações visuais de Zé Pelintra, se evidencia uma similaridade na construção da identidade visual dos personagens.

**Quadro 1 - Comparações visuais e comportamentais entre os tricksters brasileiros**

Características	Boto	Zé
Sedutor com as mulheres		
Protetor das mulheres		
Transita pelos ambientes periféricos/abjetos da sociedade		
Adepto dos prazeres da bebida, da dança, do sexo		
Engana os homens		
Aconselha as pessoas		
É protetor de homens, ajuda quem precisa		
Usa roupas elegantes – terno e chapéu panamá		
Veste-se de branco		
Egoísta		
Adepto das jogatins, jogos de azar		

Fonte: os autores (2019).

## Considerações finais

Concluimos que o *trickster* como arquétipo se manifesta em diferentes culturas e, na cultura brasileira, seus traços podem ser encontrados nos personagens do mito amazônico, o Boto, e no personagem mito-religioso Zé Pelintra que, ao lado de Iemanjá e Ogum, é um dos personagens da mitologia umbandística mais reconhecidos pelos seguidores e, até mesmo, não seguidores da religião.

Ao desenvolver a comparação entre os personagens míticos, temos a real percepção de que ambos — imagética, discursiva e simbolicamente — são o mesmo ente ou, pelo menos, que o Boto é uma variante mais mística e mágica de Zé Pelintra.

No início do estudo, procuramos analisar a composição do imaginário amazônico, destacando que a construção do mito na região se estabelece por narrativas — em sua maioria orais — que integram o sistema cultural da Amazônia, permitindo criar um imaginário da região estereotipado pelas diversas vozes por meio dos processos culturais. Esse mesmo imaginário acaba por circular de outras maneiras, por exemplo, por meio do cinema e, assim, se cruzam no tempo e no espaço estabelecendo por meio dos encruzamentos socioculturais partindo das próprias narrativas míticas e/ou religiosas.

O Boto como variante amazônica de Zé Pelintra se estabelece por meio da construção cultural que mergulha no campo midiático, deleitando-se e pulverizando-se na esteticidade do cinema, propondo uma fragmentação do mito frente às diversas narrativas globalizadas. A exemplo, pudemos observar que o filme convoca todos elementos de visualidade e de atitudes de Zé Pelintra, refletido na personagem do Boto em toda trama. A vestimenta, o modo de se relacionar, a “malandragem” e a atração por mulheres, prazeres e festas traduzem uma unicidade com Zé Pelintra e integram o sentido mitológico do personagem Boto para o filme.

Dessa forma, observamos que as trajetórias de Zé Pelintra e do Boto são construídas sob dois paradoxos. Um com boa intenção e outro com más ações, dando-lhes, em determinado momento nas narrativas, uma admiração e, em outras situações, a sensação de temor, ira. A combinação de perfis, entre ambos os mitos, possibilita repensar Zé Pelintra e o Boto de forma semelhante, em que as personagens possuem uma carga mítica igualitária que os caracteriza como, em primeiro lugar, uma figura “real” e outro, neste caso o Boto, como uma adaptação de Zé Pelintra para o contexto Amazônico, que foi forjado através expressão da sociedade, dando-lhe características culturais locais.

Aponta-se, então, que as narrativas míticas traduzidas para cinema visam à sobrevida — uma forma de registrar, reatualizar, resistir —, mas dando uma nova roupagem às construções e produções mitomísticas-espirituais da sociedade, fazendo que se torne conhecida para que os sentidos identitários e locais se eternizem. Tendo o Boto como registro da Amazônia, tem-se Zé Pelintra como identidade da Umbanda. É como se o mito umbandista pudesse sobreviver em diferentes contextos culturais brasileiros, assumindo sua função de trickster e equilibrando as assimetrias da religiosidade de matriz ameríndio-afro-brasileira.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Milton José de. **Imagens e Sons a Nova Cultura Oral**. Campinas, SP: Autores Associados, 1994.

ALVES, Maria de Castro; PEREIRA, Maria Antonieta. **Lendas e Mitos do Brasil**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.

ASSUNÇÃO, Luiz. Os mestres da Jurema. In: PRANDI, Reginaldo (Org.). **Encantaria brasileira: o livro dos mestres, caboclos e encantados**. Rio de Janeiro: Pallas, 2004.

AUGRAS, Monique. Zé Pelintra, patrono da malandragem. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Negro Brasileiro Negro**, n. 25, p. 43-49. Rio de Janeiro: IPHAN, 1997.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BELTING, Hans. **Antropologia de la imagen**. Trad. Gozalo Maria Vélez Espinosa. Madri: Katz Editores, 2007.

BERGSTEIN, Tânia. **Tânia Bergstein**: depoimento [out. 2018]. Entrevistador: Hertz Wendel de Camargo. Curitiba, Terreiro de Umbanda Vovó Benta, 2018. Entrevista concedida ao projeto “Etnografias urbanas: mitos, consumo e narrativas contemporâneas” do PPGCOM-UFPR.

CAMARGO, Hertz Wendel de. **Mito e filme publicitário: estruturas de significação**. Londrina, PR: Eduel, 2013.

CAMPBELL, Joseph. **Mito e transformação**. Trad. Frederico N. Ramos. São Paulo: Ágora, 2008.

- DANDARA; LIGIÉRO, Zeca. **Iniciação à umbanda**. Rio de Janeiro: Pallas, 2013.
- DEALTRY, Giovanna. **Malandragem na literatura e no samba**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2009.
- DRAVET, Florence. Epistemologia da encruzilhada. Palestra. **Simpósio Umbanda 110 anos – Interfaces: Sociedade, Ciências Sociais e Comunicação**. Dia 15 de novembro de 2018. Organização: Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (PPGCOM/UNIP).
- DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. Lisboa: Presença, 1989.
- ELE, O BOTO. Direção. Walter Lima Junior. [S.l]: Embrafilme, 1987. 1 DVD. (86 min).
- ELIADE, Mircea. **Mito do eterno retorno**. Trad. ução de José Antônio Ceschin. São Paulo: Mercuryo, 1992.
- FU-KIAU, Kimbwandende K. Bunseki. **Ntangu-Tandu-Kolo: o conceito bantu-kongo do Tempo**. Trad.: Mo Maiê. 2016. Disponível em: <http://terreirodegriots.blogspot.com/2016/12/ntangu-tandu-kolo-o-conceito-bantukongo.html> Acesso em: 22 ago. 2019.
- HYDE, Lewis. **A astúcia cria o mundo**. Trickster: trapaça, mito e arte. Trad.: Francisco R. S. Innocêncio. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.
- JOACHIM, Sébastien. **Poética do imaginário: leitura do mito**. Ecife: Editora Universitária UFPE/EdUFPE, 2010.
- JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Trad.: Maria Luiza Appy, Dora Mariana R. Ferreira da Silva. Petrópolis (RJ): Vozes, 2000.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **Mito e significado**. Lisboa: Edições 70, 1985.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **Totemismo hoje**. Trad.: Malcolm Bruce Corrie. Petrópolis, (RJ): Vozes, 1975.
- LIGIÉRO, Zeca. **Malandro divino: a vida e a lenda de Zé Pelintra, personagem mítico da Lapa carioca**. Rio de Janeiro: Record: Nova Era, 2004.
- LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Cultura Amazônica: uma poética do imaginário**. Belém: Cejup, 2000.
- MOREIRA, Eidorfe. **Amazônia: o conceito e a paisagem**. Rio de Janeiro: SPVEA (Serviço de Documentação). Coleção Araújo Lima, 3. 1960.

MORIN, Edgard. **O método 1: a natureza da natureza**. Trad.: Ilana Heineberg. Porto Alegre, RS: Sulina, 2005.

MOURA, Roberto. Prefácio. *In: LIGIÉRO, Zeca. **Malandro divino**: a vida e a lenda de Zé Pelintra, personagem mítico da Lapa carioca*. Rio de Janeiro: Record: Nova Era, 2004.

PRANDI, Reginaldo (Org.). **Encantaria brasileira**: o livro dos mestres, caboclos e encantados. Rio de Janeiro: Pallas, 2004.

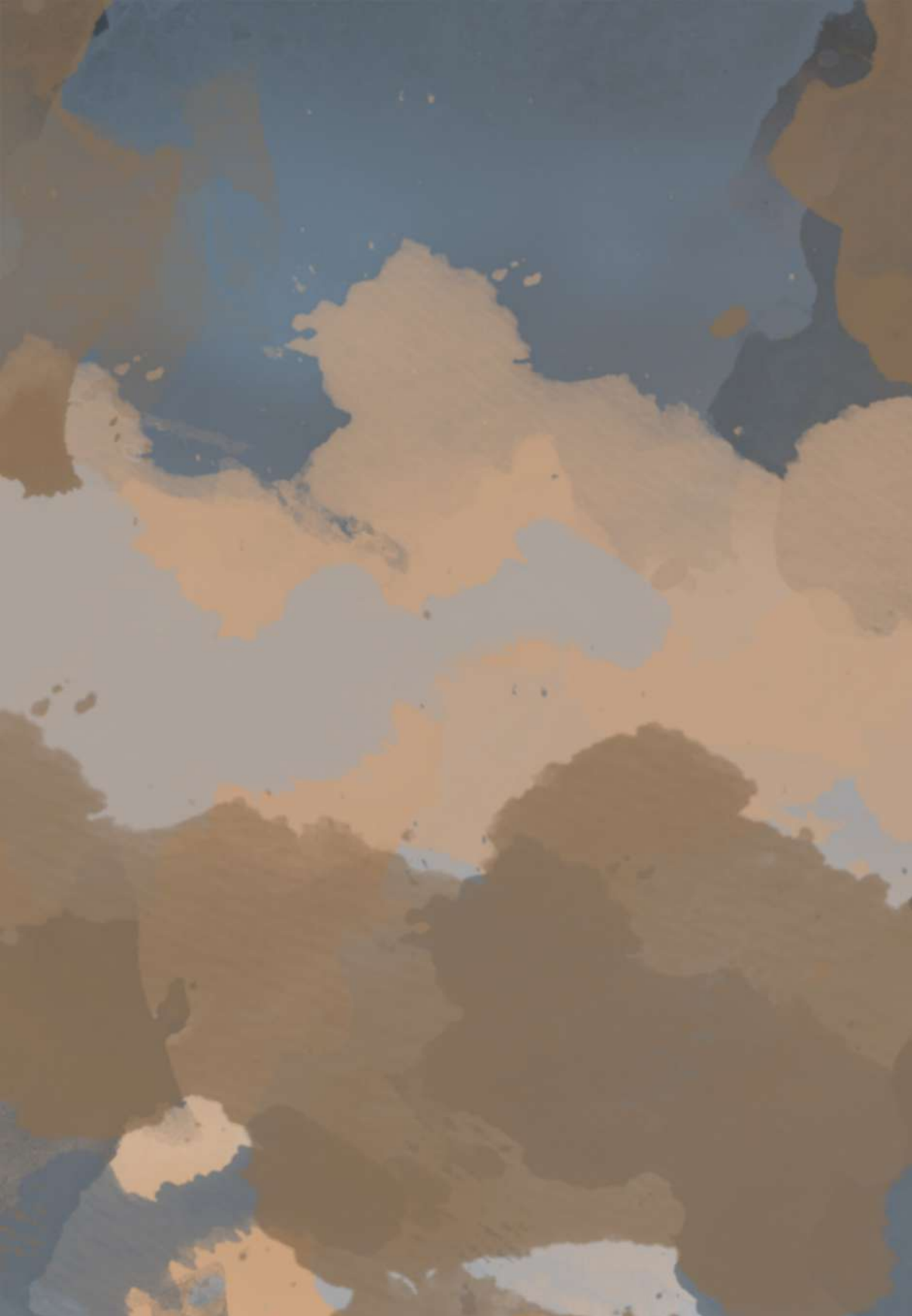
PRANDI, Reginaldo. Prefácio. *In: CARNEIRO, João Luiz. **Religiões afro-brasileiras**: uma construção teológica*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014, p. 9-13.

RICOEUR, Paul. **Memória, História e Esquecimento**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007. p. 451-466.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 2010.

SIMAS, Luiz Antonio; RUFINI, Luiz. **Fogo no mato**: a ciência encantada das macumbas. Rio de Janeiro: Mórula, 2018.

THOMPSON, Robert Farris; CORNET, Joseph. **Four Moments Of The Sun**. Washington: National Gallery of Art, 1981.





# TRANSCOMUNICAÇÃO INSTRUMENTAL: USOS E ATRIBUIÇÕES DE SENTIDO ÀS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO NA CRENÇA DA INTERAÇÃO COM OS MORTOS

*Brunella Lago Velloso*<sup>1</sup>

## Introdução

Este estudo analisa o discurso dos praticantes e o histórico do movimento da Transcomunicação Instrumental (TCI), entendendo-a como mais um dos usos e apropriações possíveis das tecnologias de comunicação. A TCI é uma prática na qual seus integrantes acreditam no contato com espíritos por meio de tecnologias de comunicação, que captam sons e imagens supostamente geradas por estes. Os primeiros registros remetem à segunda metade do século 19. As primeiras práticas envolvendo supostas fotografias de espíritos e experimentos com rádio surgiram paralelamente à intensificação dos fenômenos paranormais de materializações de espíritos, que deram origem ao Espiritualismo Moderno (Europa e Estados Unidos) e ao Espiritismo de Allan Kardec (França).

Ao longo dos anos, a Transcomunicação Instrumental continuou sendo praticada em diferentes partes do mundo, envolvendo os meios que surgiam, do século 20, com a popularização do telefone, gravador e televisão, até os dias atuais, quando são utilizados computadores e celulares. Assim, o objetivo deste estudo é identi-

---

<sup>1</sup> Mestranda em História e Cultura das Religiões, pela Universidade de Lisboa (Portugal). Graduada em Comunicação Social - Jornalismo, pela Universidade Federal do Pará (Brasil, 2014). Possui experiência profissional em Comunicação de Ciência e Assessoria de Comunicação. Durante a graduação, foi bolsista de projetos de pesquisas com ênfase nas áreas temáticas de Comunicação, Meio Ambiente, Políticas Públicas e Amazônia.

ficar as diversas práticas de TCI e compreender as atribuições de sentidos e subjetividades que as envolvem.

O referencial teórico contará com estudos sobre as materialidades da comunicação, arqueologia da mídia e o imaginário tecnológico. Consideraremos as tecnologias de comunicação como extensões do ser humano, conforme Marshall McLuhan, a partir do que entendemos que a TCI reflete um imaginário de extensão extra-sensorial humana.

Iniciamos o capítulo apresentando algumas discussões teóricas a respeito do imaginário sobre as tecnologias e os conceitos de McLuhan. Para contextualizar o objeto de estudo, apresentamos um panorama histórico dos principais relatos de Transcomunicação Instrumental, demarcando o entendimento dos adeptos desta prática. Optamos por apresentar os discursos dos praticantes desta modalidade a partir de sua própria linguagem, utilizando-os como fonte. A análise dos discursos dar-se-á por meio de livros publicados pelos adeptos e textos disponíveis em sites sobre o assunto.

Em seguida apresentamos uma análise deste fenômeno social a partir da sociologia das religiões, buscando entender qual o papel da ciência na construção dos discursos dos praticantes de TCI. Por fim, completamos o estudo com a análise do objeto a partir dos pressupostos da arqueologia das mídias.

### **Sobre o Imaginário Tecnológico**

Historicamente a estrutura epistêmica da tecnologia demonstra que esta sempre esteve próxima ao religioso. O historiador David Noble (1999 *apud* FELINTO, 2002) chegou a demonstrar que o projeto tecnológico sempre esteve ligado a mitologias e imaginários de transcendência, ressaltando que na origem medieval do “desejo tecnológico da modernidade entranhava-se uma necessidade espiritual: a utilização da técnica como meio de superar o estado decaído da humanidade pecaminosa” (FELINTO, 2002, p. 16).

McLuhan (2008) parte do pressuposto de que as tecnologias surgem para substituir ou imitar habilidades que o ser humano não possui ou não chegou a desenvolver, tornando-se uma extensão deste.

Ele entende por meio o que definimos como tecnologia, podendo ser a ferramenta ou técnica que permite que o corpo humano estenda suas capacidades. Desta forma, um meio de comunicação seria mais uma dessas extensões técnicas, que, assim como as outras tecnologias, propõe uma ideologia, uma visão de mundo específica (BRAGA, 2012).

Daí surge o famoso aforismo do autor: o meio é a mensagem. Para ele, um meio não apenas influencia e modifica a mensagem, como ele em si é uma mensagem e provoca determinados efeitos na sociedade. Dessa maneira, quando McLuhan afirma que “o meio de difusão, é a mensagem, isso diz respeito ao efeito desse meio na sociedade como um todo, à maneira como ele transforma todo mundo. Isso é a mensagem, e não seus efeitos particulares” (MCLUHAN, 1972, p. 3).

Nessa perspectiva, McLuhan amplia a concepção do que é um meio e, conseqüentemente, analisa maior quantidade de meios de comunicação pois entende o meio como sendo um ambiente e, ao mesmo tempo, um criador de ambientes. Diante disso, é possível entender que McLuhan propunha uma junção das considerações feitas em relação a qualquer comunicação (meio, conteúdo e mensagem), levando em conta bem mais que o teor veiculado e tendo em vista uma reflexão acerca do meio e de seus significados próprios.

Se por um lado as tecnologias se fazem como extensão orgânica do humano, por outro, o imaginário tecnológico projeta também uma transcendência da condição humana por via da experiência tecnológica. O imaginário de superação do humano pode justificar-se pelo potencial de alteração das percepções cognitivas e de expansão da consciência que as tecnologias ofertaram para história humana (LEVY, 1998).

É possível afirmar que a tecnologia surge para substituir ou imitar uma habilidade que o ser humano não possui ou não chegou a desenvolver, tornando-se, desta forma, uma extensão deste.

### **Do verbo “Transcomunicar”**

A palavra Transcomunicação foi aplicada pela primeira vez na década de 1980, pelo físico Ernst Senkowski. O termo é composto pelos vocábulos *trans*, do latim, que significa “para além de”, “através

de”, e *communicatione*, significando “ato de emitir, transmitir e receber informações”. Uma transcomunicação seria uma comunicação com seres ou consciências originárias ou situadas fora do nosso espaço-tempo, ou melhor, da nossa realidade física e material normal (SENKOWSKI, 1989 *apud* GOLDSTEIN, 1997).

Percebe-se que no entendimento de comunicação de Senkowski, considera-se a emissão de informação não uma parte, mas o todo do que constitui a comunicação. “Transcomunicação (TC) significa a recepção unilateral de informação de fontes aparentemente não-terrestres, bem como diálogos com entidades trans, aparecendo como estruturas pessoais [...]” (SENKOWSKI, 1998 *apud* BERNICO, 2018, tradução nossa)<sup>2</sup>.

Para Senkowski (1998), a Comunicação pode ser de dois tipos: normal, dividida nos subtipos biológica e técnica; e paranormal, nos subtipos mediúcnica/telepática (transcomunicação) e materializações suportadas tecnicamente (transcomunicação instrumental). Este último é o principal tema deste trabalho.

A Transcomunicação Instrumental (TCI)<sup>3</sup> seria a comunicação trans que se dá por meio de aparelhos elétricos e eletrônicos. Os praticantes da TCI costumam atribuir seus contatos a diversos tipos de consciência, geralmente a espíritos de pessoas mortas ou seres interplanetários.

As fontes “não-terrestres” que Senkowski cita como participantes do TCI são categorizadas em vida e não vida. Por exemplo, as fontes vivas de TCI podem incluir seres humanos, extraterrestres e “seres de energia desconhecidos”. As fontes não-vivas geralmente desviam para o paranormal em vez do extra-terrestre<sup>4</sup> (SENKOWSKI, 1998 *apud* BERNICO, 2018, p. 69, tradução nossa).

Interpretando as premissas de Senkowski, Bernico considera a TCI como um método dialógico ao invés de uma tecnologia espe-

---

2 “Transcommunication (TC) means the one-way reception of information from apparently non-terrestrial sources as well as dialogues with trans-entities, appearing as personal structures [...]” (SENKOWSKI, 1998 *apud* BERNICO, 2018).

3 A sigla em inglês é ITC, de *Instrumental Transcommunication*.

4 The ‘non-terrestrial’ sources Senkowski notes as participants in ITC are categorised into living and non-living. For example, living sources of ITC might include humans, extra-terrestrials and ‘unknown energy beings’. The non-living sources usually divert toward the paranormal rather than the extra-terrestrial (SENKOWSKI, 1998 *apud* BERNICO, 2018, p. 69).

cífica. De fato, o que vamos ver no histórico apresentado a seguir não é a descrição de uma única tecnologia, mas sim a forma como diversas tecnologias receberam usos inusitados na busca de contato com seres de outras dimensões e como outros aparatos tecnológicos foram criados para este fim exclusivo.

## **Espiritualismo e Transcomunicação**

O chamado Espiritualismo Moderno tem suas primeiras manifestações na América do Norte e na Europa do século 19, espalhando-se rapidamente pelos demais continentes — e tendo como característica principal a prática do contato com os mortos e a crença de fenômenos oriundos desta interação. Arthur Conan Doyle (2008), em sua obra “A história do espiritismo”, diz que não é possível precisar exatamente uma data inicial das primeiras manifestações psíquicas ou contatos espirituais no mundo. O que chamamos de Espiritualismo Moderno, enquanto movimento relativo a um determinado período histórico, concentrou pela primeira vez fenômenos espirituais ou paranormais de maneira mais intensa e organizada.

Em inglês a palavra *Spiritualism* geralmente é traduzida erroneamente para Espiritismo. Neste artigo entendemos Espiritualismo Moderno como fenômeno social iniciado no século 19 e que deu origem a várias correntes espiritualistas, que acreditavam na vida dos espíritos após a morte do corpo material. Entre elas está o Espiritismo, doutrina divulgada pelo francês Allan Kardec, muito difundida na Europa, mas que atualmente tem no Brasil a maior concentração de adeptos do mundo<sup>5</sup>. Entendemos que o Espiritismo foi uma das tantas doutrinas e práticas que surgiram durante o período de início do chamado Espiritualismo Moderno.

Um dos conceitos básicos para entender esse movimento é o de mediunidade. Os espiritualistas, sejam eles espíritas ou não, en-

---

5 “Segundo dados do Pew Research Center de 2015, 13 milhões de adeptos no mundo inteiro. Só no Brasil, são 3,8 milhões. Isso significa que, a cada três seguidores de Kardec, um é brasileiro. Com isso, o maior país católico do mundo, com 123,4 milhões de fiéis, segundo o Censo de 2010, passou a ostentar outro título: o de maior nação espírita do planeta”. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47751865>. Acesso em: 01 abr. 2019.

tendem que a comunicação com os mortos é possível por existir um meio que transmita a informação. Esse meio geralmente é o médium. Allan Kardec (2013) conceitua a palavra “médium” (que vem do latim e significa “meio”, “intermediário”) como sendo toda pessoa que poderia servir de intermediária entre os espíritos desencarnados e as pessoas encarnadas, de modo que a mediunidade seria uma faculdade intrínseca à natureza humana, mas que poderia ser desenvolvida e aprimorada. Ele afirma ainda que “todo aquele que sente, num grau qualquer, a influência dos Espíritos é, por esse fato, médium” (KARDEC, 2013, p. 234), de modo que todo ser humano seria médium “mesmo que sinta e tenha a mediunidade de maneira quase imperceptível” porém, usualmente recebem esta qualificação os que a teriam de maneira muito notável e aparente.

No século 19, a concentração de fenômenos como as materializações, as mesas girantes e tantos casos de supostas manifestações de espíritos intrigavam cada vez mais a sociedade. Fazer sons estranhos, realizar a possessão de pessoas e assombrar casas passou a não ser a única forma de manifestação destes espíritos, havendo o registro de manifestações de modo mais ostensivo, o que levava alguns, os chamados espiritualistas ou spiritistas, a acreditarem na incontestabilidade dos fenômenos. É neste contexto que se iniciam os primeiros relatos de Transcomunicação Instrumental. Das fotografias e do rádio aos computadores, houve um longo percurso na história da crença na comunicação com os mortos. Ofereceremos aqui um breve relato para contextualizar o leitor no nosso objeto de estudo.

### **O início da TCI: A fotografia de espíritos**

O caso que inaugurou os registros fotográficos de espíritos no mundo foi o de William H. Mumler, na cidade de Boston, no EUA. Em 1861, Mumler, fotógrafo amador, após revelar uma autofotografia, percebeu que tinha registrado um vulto, como se fosse um duplo de sua própria imagem. Por insistência de amigos, ele resolveu repetir a experiência, obtendo os mesmos resultados. A partir disto, convencido de que se tratava de espíritos, Mumler resolveu continuar com as fotografias, passando a comercializá-las, tendo

fotografado diversas personalidades da época com seus entes desencarnados, num estúdio em Nova Iorque, no qual ele chegou a cobrar 10 dólares por foto (ANDRADE, 2008).

Na Grã-Bretanha, outros dois fotógrafos de espíritos, Frederick Hudson e John Beattie, seguiram a mesma linha de estruturas compositivas que as de Mumler, com fotografias produzidas em estúdio, mas acrescentando novas formas, como as aparições luminosas indefinidas e levitação de objetos. Já na França, em 1873, a prática da fotografia de espíritos foi inaugurada por Édouard Buguet, que também era médium. Buguet tinha o cuidado de tomar passes<sup>6</sup> antes das sessões fotográficas e de também colocar músicas, gerando um clima-ambiente que seria propício às fotografias transcendentais.

De acordo com Andrade (2008), em “O Livro dos Médiuns”, no capítulo dedicado às “manifestações visuais”, Kardec descreve com detalhes a característica das aparições de espíritos que coincidem com os fenômenos registrados pela fotografia e que surgiram no mundo de maneira cronologicamente paralela à publicação do livro. Por este motivo, o autor defende a possibilidade de Kardec ser apontado como um “teórico da fotografia dos espíritos”.

É uma descrição que pode ser apontada como um ‘modelo’ que será seguido pelos primeiros fotógrafos de espíritos da época como Mumler, nos Estados Unidos (1861), Frederick Hudson, no Reino Unido (inaugurando o movimento na Europa em 1872), Édouard Buguet, na França (1873) e até mesmo o maestro Ettore Bósio, no Brasil (1921) (ANDRADE, 2008, p. 26).

O primeiro relato de fotografia de espírito no Brasil foi o caso das fotos do maestro italiano Ettore Bósio que registraram os fenômenos mediúnicos de efeitos físicos da médium Anna Prado, ocorridos em Belém, no Pará. Após muitos pedidos, Bósio conseguiu assistir às sessões mediúnicas na casa da família Prado, que já havia ganhado muitos espectadores, incluindo personalidades da cidade, entre

---

6 MOURA, Mara Antunes. “Passe é uma transmissão conjunta, ou mista, de fluidos magnéticos — provenientes do encarnado — e de fluidos espirituais — oriundos dos benfeitores espirituais, não devendo ser considerada uma simples transmissão de energia animal (magnetização)”. **Federação Espírita do Brasil**. Disponível em: <https://www.febnet.org.br/blog/geral/colonistas/o-que-e-passe-espirita/>. Acesso em: 10 jun. 2019.

curiosos, céticos e interessados na compreensão do fenômeno. Em 1921, Nogueira de Farias publica o livro ‘O trabalho dos mortos’, no qual apresenta as fotos que Bósio havia feito das materializações da médium Anna Prado (ANDRADE, 2008).

### **Das imagens ao áudio: especulações e primeiros experimentos com rádio**

No Brasil, no mesmo ano da descoberta por Mumler, de aparição de espíritos em fotografias, nasce em Porto Alegre, em 1861, um dos que seriam apontados como precursores das experiências de Transcomunicação Instrumental em áudio: Roberto Landell de Moura. Conhecido como padre-cientista, ele teria sido o primeiro inventor do rádio, mas foi oficialmente injustiçado, não recebendo o devido reconhecimento, o qual foi atribuído ao italiano Guglielmo Marconi. Especula-se que Landell tenha tido também experiências de transcomunicação sem, no entanto, tê-las registrado e divulgado, conforme veremos a seguir.

O relato de um coroinha, que conheceu o padre no período de sua estadia em Mogi, no estado de São Paulo, tornou-se um indício para quem acreditava que as experiências de Landell teriam ido mais além. O coroinha narrou que o padre levava sempre uma “caixinha preta no bolso e a colocava sobre a mesa, no altar, ao lado do cálice, enquanto celebrava as missas. E, às vezes, parava a missa para conversar com aquele estranho objeto. Por essas coisas, Padre Landell foi considerado louco [...]” (ALMEIDA, 2012, p. 18).

Se por um lado os experimentos em transcomunicação pelo rádio não foram totalmente comprovados, por outro, a ousadia das pesquisas do padre Landell ficam muito claras. Além de ter feito os primeiros experimentos sobre televisão, teletipo, controle remoto pelo rádio (ALMEIDA, 2012) e de ter conseguido nos Estados Unidos a patente do transmissor de ondas (hertzianas ou landellianas), do telefone sem fio e do telégrafo sem fio (ALENCAR; ALENCAR; LOPES, s/d), manuscritos provam que Landell descobriu, 32 anos antes que os soviéticos, a bioeletrografia, “uma imagem fotográfica que se obtém da energia não visível aos olhos, que circunda todos



os seres vivos” (ALMEIDA, 2012, p. 25). O fenômeno ficou mundialmente conhecido por Efeito Kirlian ou Fotografia Kirlian (fotografia da aura), após ter ganhado notoriedade pela descoberta do cientista russo Semyon Kirlian.

Porém, Landell não teria sido o único a pensar sobre contatos além desta dimensão, pois, assim como Nikola Tesla, que em 1899 cogitou a questão da comunicação para além deste planeta, Guglielmo Marconi, em um artigo publicado no *The New York Times*, em 1919, também relatou sua esperança quanto ao futuro papel das ondas de rádio na comunicação com eventuais civilizações extraterrestres (BORGES, 2005).

Outro importante inventor também acreditava ser possível desenvolver um aparelho capaz de colocar-nos em contato com os mortos, Thomas Edison, que criou a lâmpada incandescente, causou polêmica ao revelar isto à revista científica americana *Scientific American*, em 1920 (GOLDSTEIN, 1997 e SCONCE, 2009 *apud* BERNICO, 2018). Além disto, a edição de Maio/Junho 1927 da *Revista de Espiritismo* publicou que Edison declarou à revista *The People* sua inclinação a apoiar o espiritismo e a compreensão da possibilidade de vida após a morte, afirmando que havia atingido o ponto “em que sou forçado, por uma verificação positiva, como consequência das minhas investigações, a sustentar firmemente o ponto de vista de que a vida existe depois da morte” (REVISTA DE ESPIRITISMO, 1927 *apud* LUCAS, 1995, s/p).

O rádio seria um dos instrumentos mais utilizados pelos praticantes de TCI. Mesmo depois da introdução de novos meios, ainda hoje o rádio costuma ser utilizado combinado com outros aparelhos. Um dos mais conhecidos casos de TCI por rádio é o do italiano Marcelo Bacci. Na década de 1940, ele e sua equipe iniciaram os experimentos que seguem até os dias de hoje. Em pesquisas recentes, Bacci<sup>7</sup> permanece utilizando um antigo rádio de

---

7 Em nossa pesquisa não conseguimos confirmar se Marcelo Bacci ainda está vivo no momento da publicação deste texto, porém, pelos materiais mais recentes que encontramos sobre ele na internet, entendemos que o transcomunicador ainda é vivo e atuante nas pesquisas sobre Transcomunicação. No link a seguir, encontramos um vídeo editado e disponibilizado em 2017 pelo canal “Sabedoria Espírita”, que refere-se a Bacci como um dos pioneiros

válvulas, sintonizado em ondas curtas em modo de interações, a partir do que obtém vozes que supostamente comunicam-se com ele (GOLDSTEIN, 1997; BORGES, 2007).

### **Alô do além: os transcontatos telefônicos**

No século 20, além do rádio, outro aparelho despertou o imaginário de comunicação com espíritos através de áudio. No Brasil, na década de 1920, seis décadas depois da invenção do telefone pelo italiano Antonio Meucci, já havia sido registrado um transcontato telefônico. Em 1925, o brasileiro Oscar D'Argonnel publicou no Rio de Janeiro um livro chamado *Vozes do além pelo telefone*. Na obra, que pode ser considerada o mais antigo livro publicado no Brasil sobre o contato em áudio com espíritos através de um aparelho, ele relata detalhadamente as experiências que teve, a partir de 1917, ao dialogar com vários espíritos por telefone, tendo mantido contato especialmente com o espírito de um padre chamado Manoel (D'ARGONNEL, 2008).

D'Argonnel conta ainda que a revista *Reformador*, na edição de 16 de fevereiro de 1923, reproduziu um artigo da publicação *Psyquis*, de Havana, que fala sobre a experiência de Melton, um norte-americano que supostamente também se comunicaria com espíritos pelo telefone. Em 1923, Coelho Neto, famoso escritor carioca, também teria tido experiências de TCI com telefone. Por meio do aparelho de sua casa, Coelho Neto, acompanhado de sua família, supostamente conseguiu falar com o espírito de sua neta falecida. Em entrevista publicada na edição de 18 de junho de 1923 da revista *Verdade e Luz* (São Paulo), ele contou que era antes opositor do Espiritismo, mas que não teve como duvidar que houvesse conseguido comunicar-se com o espírito de sua neta, mudando assim suas convicções.

As transcomunicações pelo telefone continuariam acontecendo com o passar dos anos. Na década de 1980, o casal alemão Maggy e o Jules Harsh-Fischbach teria experimentado uma nova técnica

---

e principais transcomunicadores atuais: Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XgdhPljM70E>. Acesso em: 10 jun. 2019.

à época, com a utilização de uma secretária eletrônica para receber chamadas telefônicas que chegavam sem solicitação, que supostamente seriam de um cientista colaborador do mundo espiritual (GOLDSTEIN, 1997).

### **Registro e gravações: a moderna Transcomunicação Instrumental**

Em 1952, na Universidade de Milão, os padres Agostino Gemelli, físico, fundador daquela universidade, então presidente da Academia Pontifícia, e Pellegrino Emetti, beneditino e físico também, teriam registrado acidentalmente a voz do pai falecido de Gemelli. O livro conta que foram realizados alguns testes para comprovar se a voz seria do pai de Gemelli, concluindo-se pela veracidade, pois a voz chegou a citar algo de particular que só eles sabiam.

Quase na mesma época, o padre suíço Leo Schmidt, recebendo a licença da autoridade eclesiástica máxima, também se dedicou à pesquisa de vozes paranormais em fita magnética, de 1969 até o ano de sua morte, em 1972. O padre teria supostamente chegado a registrar 12 mil vozes, que, assim como no caso de Raudive e Juergenson, apresentavam-se em várias línguas (REDE TCI BRASIL, [s.d.]d). Após o seu falecimento, Schmidt também chegou a ter um livro seu editado e publicado, sob o título *Wenn die Totenreden* (“Quando os mortos falam”).

Sobre o relato dos padres Gemelli e Emetti, ele encontra-se no livro *Linha direta com o Além – Transcomunicação Instrumental: realidade ou utopia?*, de François Brune e Rémy Chauvin (s.d.), que consideram este caso a primeira experiência de TCI de voz gravada em fita magnética. Já no livro *A Transcomunicação através dos tempos*, Hernani Guimarães Andrade cita dois outros casos como sendo os primeiros experimentos de TCI por fita magnética.

Hernani sugere o surgimento de uma Moderna Transcomunicação Instrumental a partir de marcos históricos, iniciados a partir dos primeiros transcontatos gravados (GOLDSTEIN, 1997). Estes

marcos são divididos pelo pesquisador, para fins didáticos, da seguinte forma:

- 1) Gravação de Vozes em Fitas Magnéticas. É o chamado, abreviadamente, EVP (do inglês Electronic Voice Phenomenon).
- 2) Spiricom. Primeiro sucesso obtido nos Estados Unidos pela equipe da METAscience Foundation, Inc., cujo resultado foi a possibilidade do diálogo em dois sentidos, audível no ambiente das operações, entre o operador e os Espíritos.
- 3) TCI com Colaboração Técnica do Além. Nesta fase ocorre uma efetiva orientação técnica dos desencarnados, visando à captação, na Terra, das comunicações enviadas por estações emissoras (pontes) situadas no Plano Espiritual. As TCIs compreendem a comunicação verbal (rádio) e a visual (tevé).
- 4) TCI por Meio de Aparelhos Especiais. Nesse estágio, a TCI inclui aparelhos auxiliares de uso comum, tais como telefone, secretária eletrônica e computador (GOLDSTEIN, 1997, p. 222).

Do ponto de vista da análise da TCI em meio às mudanças ocorridas nos meios de comunicação, percebemos que a partir da década de 1950, os fenômenos passam a ter a configuração de registro, pois incluem tecnologias como os gravadores de fita magnética. Além disso, iniciam-se as experiências que incluem mais de um meio de comunicação combinados na busca de contato com os mortos.

Para Hernani Guimarães Andrade, a linha divisora da história da TCI estaria no marco do caso do norte-americano Attila Von Szalay, que criou um esquema que julgava substituir o médium e o fenômeno da voz direta, associando suas pesquisas aos parapsicólogos Raymond Bayless e D. Scott Rogo, com intuito de investigar os resultados obtidos. Seu método consistia em fixar o microfone de um gravador em frente à saída de um megafone, “colocando depois as duas peças encerradas, à prova de luz e som, dentro de uma caixa fechada [...] o aparelho gravador se incumbiria de registrar o sinal em um disco (GOLDSTEIN, 1997, p. 223)”.

Outro caso pode ser destacado quando se aborda a gravação em fita. Friederich Juergenson (2008), cantor e cineasta sueco-ucraniano publicou em 1964 um livro chamado *Sprechfunk Mit Verstorbenen* (“Telefone para o além”), no qual relata suas experiências em TCI, iniciadas em 1959, quando, ao tentar gravar o canto de pássaros

em uma residência de campo, acabou por registrar vozes que falavam em diferentes idiomas. A publicação de livro de Juergenson o aproximou de Konstantin Raudive, que acabou por tornar-se seu parceiro nas gravações, com métodos que incluíam rádios, gravadores em fita e microfones. Raudive publicou o livro *Unhorbares wird horbar* (“O inaudível, torna-se audível”), em 1968, relatando as mais de 72 mil frases registradas e seus métodos, que incluíam a tentativa de produção de um aparelho por diodo (GOLDENSTEIN, 1997), conforme veremos adiante.

### **Para além das fotografias: as imagens pela TV**

O alemão Klaus Schreiber, foi quem inaugurou as TCIs em vídeo. Ele iniciou os contatos por gravador em 1982, após supostamente conseguir contato com um amigo falecido. Posteriormente, recebeu mensagens em áudio avisando que em breve os espíritos se comunicariam pela TV. Surge então uma nova técnica, em 1985, a qual o alemão chamou de Vidicom, que consistiria em gravar com câmera filmadora as imagens que apareciam na tela da televisão enquanto estava sintonizada em canal que não possuía transmissão (REDE TCI BRASIL, [s.d.]e).

Outro caso bastante conhecido entre os praticantes de TCI é o do casal alemão Maggy e o Jules Harsh-Fischbach, os quais já citamos neste texto. Eles pesquisavam várias formas de TCI, entre elas a gravação em fita magnética, a secretária eletrônica e também o Spiricom (GOLDENSTEIN, 1997). Eles teriam supostamente registrado em 1987, através do Vidicom, a imagem em movimento (sem áudio) de Hannah Buschback, pesquisadora de TCI e fundadora da Sociedade Germânica de EVP (*Electronic Voice Phenomenon*) que havia falecido três anos antes (REDE TCI BRASIL, [s.d.]b).

### **Entre áudio, imagem e registro: o computador e suas potencialidades**

Ainda no século 20, inaugurando um instrumento que viria a ser muito utilizado no século 21, o inglês Kenneth Webster teria recebido contatos por mensagem escrita, na tela de seu computador, de um espírito que teria vivido quatro séculos antes, no local onde era sua casa de campo. O contato teria acontecido durante 1984 e 1985, culminando no relato da experiência em um livro que se intitula *Vertical Plane* (“Plano vertical”), publicado originalmente na Inglaterra, pela *Gafton Book’s*, em 1989. No Brasil, o livro foi traduzido e publicado com o título *Os mortos comunicam-se por computadores?*, pela editora Edicel.

A maioria dos praticantes de TCI, em nossos dias, no Brasil e no mundo, utilizam como principal instrumento de pesquisa o computador e o celular com câmera. No caso do computador, por ser um aparelho que faz convergir e aglutinar vários outros meios, engloba inúmeras funções nas pesquisas e nos transcontatos — registro de texto, captura de fotos, gravação de vídeo e áudio — além de auxiliar o tratamento e a análise dos materiais obtidos nos contatos. Portanto, é possível dizer que o computador se tornou um dos principais meios na TCI, pois viabiliza o uso de softwares e programas que ajudam nas investigações.

### **Aparelhos e artefatos inventados**

Além do relato pessoal de sua experiência com telefone, D’Argonnel (2008) cita em seu livro um artigo escrito por A. Bernard, publicado na *Psychic Magazine*, em 1921, que trata de um anúncio feito por George Lethem, publicado na revista *London Magazine*, sobre a criação de um instrumento que facilitaria a comunicação com os mortos de modo seguro e livre de fraudes. George Garscadden, que se dedicava a pesquisas psíquicas e a experiências mediúnicas, idealizou um aparelho chamado *pychofone*, uma espécie de telefone que tinha o transmissor isolado, sendo apropriado, portanto, para o contato com os espíritos, pois evitaria fraudes (D’ARGONNEL, 2008). Garscadden teria conseguido pôr em prática a feitura deste

instrumento com a ajuda de Guilherme Mac Creadie (mecânico) e seus filhos que já faziam experiências semelhantes.

Um aparelho de mesmo nome foi experimentado por Konstantin Raudive, psicólogo letão, ex-aluno de Carl Jung e parceiro de Friedrich Juergenson. O psicofone consistiria num receptor em miniatura de rádio de larga frequência acoplado a um amplificador, que se tornou importante instrumento para as pesquisas de vozes paranormais em fita magnética. O instrumento foi desenvolvido na Áustria entre 1972 e 1974, por Franz Seidl, engenheiro austríaco, que também teria inventado inúmeros outros aparelhos (REDE TCI BRASIL, [s.d.]a).

Assim como o psicofone, há relatos de outras invenções criadas com intuito de produzir interação audível com os mortos. Os físicos holandeses G. J. Zaalberg Van Zelst e seu amigo J. L. W. P. Matla desenvolveram um aparelho chamado “Dinamistógrafo”. Eles publicaram, em 1911, um livro chamado *O Mistério da Morte*, o qual continha a descrição do aparelho, que teria sido produzido sob orientações de espíritos, que Van Zelst recebia através de Código Morse. Aparentemente, a intenção das pesquisas de Van Zelst e Matla era estabelecer transcomunicação induzida por aparelhos físicos, de modo a dispensar o papel do médium (SALVINO, s.d.). Quase no mesmo período, outra tentativa de construção de um instrumento apropriado para a comunicação direta com o além se deu no Brasil, no início do século 20.

De acordo com registro do Arquivo Nacional do Rio de Janeiro, em 1909, o português radicado no Brasil, Augusto de Oliveira Cambraia, teria construído um equipamento chamado “Telégrafo Vocativo Cambraia”, tendo conseguido a patente brasileira, na qual consta a seguinte descrição do instrumento: “destina-se à transmissão de correspondência universal, sendo feito com espíritos iluminados. Serve para obter da falange de espíritos a correspondência para o engrandecimento moral e espiritual do Planeta Terra” (RINALDI, 1997, p.11 *apud* BONILHA FILHO, 2010, p. 38).

Posteriormente outro brasileiro, o escritor e também jornalista Cornélio Pires, por volta de 1930, que se compreendia também sob

a orientação de espíritos, iniciou a construção de um dispositivo com o propósito de facilitar a comunicação com o além, sem depender de um médium, porém, devido às críticas e à falta de incentivo, Pires não teria concluído seu projeto (GOLDSTEIN, 1997). O catarinense Próspero Lapagesse também planejou um sistema eletrônico para comunicação com os mortos, chamado de “Aparelho Mediúnico Elétrico”. Lapagesse acreditava que as falhas em comunicações espíritas eram atribuídas aos médiuns, a partir disto, objetivou produzir um aparelho que faria as vezes de médium (GOLDSTEIN, 1997; BONILHA FILHO, 2010).

Na mesma perspectiva de tentativa de substituição do médium, em 1930, a *Revista de Espiritismo* apresentou um comentário a respeito de um artigo publicado na revista espírita australiana *The Harbinger of Light*, a qual noticiava a construção de um aparelho denominado “Reflectografo”, que permitia a comunicação com o mundo invisível. B. K. Kivby, criador do instrumento, teria chegado a demonstrá-lo com sucesso, para eruditos em Londres, dentre eles Arthur Conan Doyle e alguns membros eminentes da Sociedade Americana de Investigações Psíquicas (REVISTA DE ESPIRITISMO, 1930 *apud* GOLDSTEIN, 1997).

Em Rockwille, no EUA, Kenneth Wilcoxon teria inventado um aparelho chamado *Psy-Writer*. O aparelho consistiria em um comando de teclas móveis assinaladas com letras e ligadas, por um monitor eletromagnético, a uma máquina de escrever elétrica. “O sistema funcionava de maneira autônoma. A família de Wilcoxon afirma que foi possível obter contato com diversas entidades espirituais por meio deste equipamento” (GOLDSTEIN, 1997, p. 217).

Nos anos de 1850, Jonathan Koons e John Tippie idealizaram cada qual e separadamente uma “Bateria Electromagnética” que era posta à prova da mesma maneira, em um recinto semelhante. Sobre a característica do equipamento, sabe-se que a bateria de Koons se compunha de elementos de cobre e zinco conectados de forma complexa. Em artigo publicado na *Revue Spirite*, em 1925, Ernesto Bozzano teria transcrito a explicação que Koons recebeu de espíritos, que supostamente indicavam os dois fatores que permitiriam



a eficácia da comunicação através deste equipamento: o primeiro seria o eletromagnético, constituindo o substrato do corpo etérico dos Espíritos e o segundo seria a aura física, correspondente a força vital, que se desprende dos organismos do médium ou que seria subtraída das substâncias inanimadas (GOLDSTEIN, 1997).

O cientista norte-americano George W. Meek, nascido em 1910, conhecido internacionalmente pelas suas patentes de equipamentos industriais, também buscou se dedicar a pesquisas em TCI, inventando um aparelho com a intenção de promover o diálogo em tempo real na comunicação com o além, buscando eliminar a importância do médium neste tipo de contato. Em parceria, Meek e outros cientistas puseram em prática a criação de um instrumento denominado *Spiricom*, produzido em oito versões chamadas de Mark I até Mark VIII, no qual acreditavam que apenas as versões I e II, que funcionavam em baixa frequência, teriam apresentado resultados satisfatórios (GOLDSTEIN, 1997). No sistema, a voz da suposta entidade espiritual saía do alto-falante do aparelho e era ouvida no ambiente, o que permitiria uma conversação em tempo real (BORGES, 2008).

Julius Weinberger, engenheiro norte-americano, por volta de 1946, afirmado também por orientação de espíritos, teria feito tentativas de obter um “dispositivo suficientemente sensível para ser influenciado por um Espírito” (GOLDSTEIN, 1997, p. 216), utilizando raio de luz e fotocélula. Já em 1981, na Alemanha, o técnico em eletroacústica, Hans Otto König, também teria desenvolvido dois equipamentos eletrônicos. O primeiro foi chamado de *Ultra-Chall-Generator* (“gerador de ultrassom”) ou simplesmente *Generator*. O segundo equipamento denominava-se *Infrarotanlage*, funcionando com raios infravermelhos, que possibilitavam a obtenção de vozes, que superariam a qualidade das comunicações do *Spiricom* americano. Este produziria misturas complexas de ondas de ultrassom ou ondas eletromagnéticas, gravando-as em um mesmo ambiente, em um receptor via caixa acústica, de modo que os seres comunicantes teriam a possibilidade de modular as ondas emitidas, transformando-as em voz audível (GOLDSTEIN, 1997; REDE TCI BRASIL, [s.d.]c).

Ainda hoje é possível encontrar experimentos de criação de artefatos para contato com os mortos. Desde a década de 1990, aparelhos criados especificamente com o intuito de contato com espíritos são divulgados em programas de televisão e vendidos em sites (principalmente nos Estados Unidos). Um exemplo destes aparelhos é o *Spirit Box* (SCONCE, 2009 *apud* BERNICO, 2018), artefato semelhante a um pequeno rádio que, segundo seu inventor Frank Sumption (2009), tem a função de fornecer uma fonte de bits de áudio compostos de fragmentos de fala, música e ruído humanos, que servem de matéria-prima a qual os espíritos usam para criar suas próprias vozes.

Apesar da venda de diversos aparelhos criados exclusivamente para o suposto contato com espíritos, atualmente os praticantes de TCI também se utilizam das mídias comuns disponíveis, especialmente o computador e o celular. Muitos softwares já foram criados para gravações de EVP (o chamado Fenômeno de Voz Eletrônica) e esse tipo de técnica é muito usada pelos praticantes brasileiros.

### **O histórico brasileiro de TCI**

A partir da década de 1960 no Brasil, muitas pessoas desenvolveram extensas pesquisas sobre TCI. Hernani Guimarães Andrade e Marlene Nobre são alguns dos nomes que iniciaram as pesquisas no país. Em maio de 1992, a Dra. Marlene Nobre por meio da Associação Médico Espírita (AME), de São Paulo, promoveu um Congresso Internacional de Transcomunicação no estado. Segundo Hernani Guimarães Andrade, esta conferência trouxe ao Brasil quase todos os maiores transcomunicadores da Europa (GOLDSTEIN, 1997).

Em 1991 o periódico *Folha Espírita* criou uma seção intitulada “Clube dos Transcomunicadores”, com intuito de divulgar e compartilhar experiências em TCI. No ano seguinte, o Clube passou a ser administrado por Sonia Rinaldi e Fernando Machado. Pouco tempo depois, transformou-se na Associação Nacional dos Transcomunicadores (ANT), que, posteriormente, viria a se tornar o atual Instituto de Pesquisas Avançadas em Transcomunicação Ins-

trumental (IPATI)<sup>8</sup>, sob a coordenação de Rinaldi. O website do Instituto afirma que o organismo conta com mais de 5.000 colaboradores virtuais.

Em 1995, estabeleceu-se uma associação denominada *International Network of Instrumental Transcommunication* (INIT) (Rede Internacional de Transcomunicação Instrumental – RITI), a qual deixou de existir em 1998. Já no ano de 2000, criou-se uma nova estruturação internacional, constituída por Diretorias dos seguintes países: França, Itália, Portugal, Israel, EUA, Espanha e Brasil, sendo este representado por Sonia Rinaldi (RINALDI, 2005).

Atualmente, no Brasil, há outro notável grupo de transcomunicadores: a Rede TCI Brasil<sup>9</sup>, idealizada e fundada em 2013, fruto de relações de parcerias antigas, pelo baiano Clóvis Nunes, professor, pesquisador de fenômenos paranormais e conferencista internacional. No site da Rede, os pesquisadores participam de fóruns de discussão, trocando experiências e informações sobre o fenômeno da TCI. Ele, assim como Rinaldi, já publicou muitos livros sobre TCI no Brasil. Além disso, é membro da Sociedade Suíça de Parapsicologia em Zurique, membro da *Metascience Foundation IN*, em Miami, EUA, bem como é membro representante, no Brasil, do Círculo de Estudos de Transcomunicação de Luxemburgo.

### **Dos médiuns aos meios**

Sonia Rinaldi (2005) defende haver dois tipos de transcontatos: o espontâneo e o provocado. O primeiro ocorreria pela iniciativa dos

---

8 A respeito das atividades do IPATI, encontramos esta informação no website: “Consideramos que nossa missão envolve duas premissas básicas: levar o consolo a quem perdeu alguém e está sofrendo, e levantar documentação das gravações de vozes e imagens para a Área Científica /Investigativa. Portanto nossa missão se resume no consolo e na pesquisa — que por sua vez busca melhorar as comunicações dentre os diferentes planos dimensionais. Os atendimentos são gratuitos e já atendemos algumas centenas de pessoas, sobretudo pais que perderam filhos”. Instituto de Pesquisas Avançadas em Transcomunicação Instrumental. Disponível em: <http://www.ipati.org/trajetoria.html>. Acesso em: 04 jun 2014.

9 Sobre a Rede TCI Brasil, seu *website* apresenta a seguinte descrição: “Nascemos no espaço virtual no dia 16 de junho de 2013, quando da realização do Primeiro Workshop de Transcomunicação Instrumental [...]. A rede Transcomunicação Brasil se estabeleceu nesse dia com conectividade ativa de 08 estados do Brasil e Estados Unidos e segue se expandindo em inúmeras outras conexões pelo Brasil e pelo mundo”. Rede TCI Brasil. Disponível em: <http://redetcibrasil.net/sobre-nos/>. Acesso em: 04 jun. 2014.

“comunicantes do lado de lá”, sendo que, em muitos casos deste tipo, utilizam-se aparelhos mais pessoais como o telefone e a secretária eletrônica de pessoas com quem o suposto comunicante de outra dimensão desejaria manter contato. Outra característica deste tipo de transcontato é que ele normalmente aconteceria de maneira única ou esporádica, sem haver uma regularidade na sua incidência. O segundo tipo, o provocado, seria uma ação que parte de um praticante de TCI, na qual o veículo mais utilizado atualmente é o computador.

Para os praticantes da TCI, independente do fenômeno ser espontâneo ou provocado, há algo que ainda não teria sido descoberto, ou pelo menos, não haveria consenso entre os discursos sociais dos adeptos desta prática: como os mortos comunicar-se-iam com os vivos? Ou seja, de que forma as narrativas socialmente constituídas entre os praticantes de TCI explicariam como “seres de outras dimensões” comunicar-se-iam conosco por meio de instrumentos?

Como vimos na descrição histórica, a maioria dos praticantes de TCI, antes da fase atual da Moderna TCI, acreditava na importância e influência do médium para a realização da comunicação por meio do instrumento tecnológico. Nesta concepção, o meio tecnológico não substituiria o meio humano (médium), apenas contribuiriam mutuamente (instrumento e médium) para uma comunicação mais eficaz e também mais comprovável aos olhos da ciência. Porém, com o desenvolvimento da TCI e a descoberta do EVP, o Fenômeno de Vozes Eletrônicas, alguns pesquisadores e praticantes da TCI passaram a crer que é possível não haver qualquer influência mediúnica nas transcomunicações feitas com instrumentos.

No caso de D’Argonnel, citado anteriormente, ele relata em seu livro que os espíritos o haviam instruído de que suas ligações deveriam ser feitas com a presença de seu irmão e seu sobrinho, ambos considerados médiuns de voz direta. A voz direta seria um fenômeno mediúnico no qual, a partir da energia retirada de um médium, o ectoplasma, a fala de um espírito tornar-se-ia audível para ele e para outras pessoas.

Os discursos que relacionam o meio com o médium, seja substituindo-o ou complementando às suas capacidades, refletem

um entendimento no qual a tecnologia possibilita a ampliação de uma capacidade humana que seria extranatural. Assim como as tecnologias de comunicação possibilitaram transformações no padrão social de interação, por exemplo, com mudanças nos sentidos das distâncias geográficas, elas também teriam, segundo o discurso dos praticantes de TCI, provocado mudanças nas possibilidades de interação com os mortos. Isso é uma interpretação ampliada, que demonstra a crença nas potencialidades ocultas da tecnologia.

Como vimos anteriormente, as tecnologias sempre estiveram associadas a imaginários de superação e ampliação da capacidade humana natural. Se os meios de comunicação são entendidos como extensões do ser humano, podem também vir a ser interpretados como extensões extra-sensoriais. E é nesse entendimento que reside a base do discurso dos praticantes de TCI.

### **Mídia imaginária e mídia apócrifa**

Como fenômeno humano, a TCI reflete a constante busca pela dimensão espiritual e a superação das limitações humanas. Como fenômeno social, a TCI reflete a capacidade de significar e ressignificar as materialidades e, neste caso, mais especificamente, as infinitas possibilidades de atribuições de sentido às tecnologias de comunicação. Sabemos que um meio de comunicação não está inevitavelmente condenado a ser utilizado para a função pela qual foi inicialmente idealizado.

Da mesma forma que um novo meio promove diversas transformações sociais através das suas funcionalidades, pode também carregar diversas possibilidades de sentidos a partir de sua mensagem primeira. Ora, como vimos em McLuhan (2008), a mensagem de um meio não é a funcionalidade para a qual foi criado e nem a funcionalidade para a qual o sistema o direcionou, é pois, antes de tudo, o efeito que ele causa. E o efeito de um meio pode ser também o imaginário que é construído a partir de uma atribuição de significado.

De acordo com o que vimos no histórico apresentado neste estudo, a Transcomunicação Instrumental, enquanto tentativa e

especulação, sempre esteve presente no imaginário social sobre os meios de comunicação. Em termos cognitivos, esses discursos foram sendo transformados juntamente com o desenvolvimento dos novos meios. Do rádio ao computador, cada vez que um novo meio de comunicação surgia, despertava a imaginativa função de contato com os mortos. Essa atribuição de funções sobrenaturais muito se encaixa nas atuais discussões sobre arqueologia da mídia. Os “mídia-arqueólogos” buscam coletar discursos sobre as mídias, incluindo as que atualmente não estão mais em uso.

Ao analisar os discursos a respeito dos meios de comunicação, é possível identificar diversas máquinas imaginadas para a interação. As chamadas “mídias imaginárias”, conceito cunhado por Siegfried Zielinski (2016 *apud* TELLES, 2017) e muito desenvolvido por Eric Kluitenberg (2016) e Jussi Parikka (2017), seriam meios de comunicação imaginados que, porém, nunca foram construídos. Um dos esforços dos pesquisadores da arqueologia e da história da mídia é coletar essas mídias imaginárias e adquirir informações desses exemplos, que historicamente aparecem principalmente em textos e registros artísticos.

Arqueólogos das mídias não coletam apenas máquinas, os dispositivos por si só. Eles também são fascinados pelo que é escrito sobre estes dispositivos, pelos criadores, pelas propagandas, manuais, patentes, notas técnicas, mas também visões do futuro, sobre máquinas que ainda serão construídas. Com o mesmo interesse, os arqueólogos das mídias consideram de que maneiras essas máquinas de mídia, uma vez produzidas, são recebidas pela sociedade, como elas são analisadas, como as pessoas fazem comentários sobre, o que pode ser encontrado como depoimento em conversas informais sobre estas máquinas, representações, cartuns, fantasia, escárnio, contos em primeira e segunda mão, declarações de fascínio, desgosto ou tédio (KLUITENBERG, 2016, p. 138).

Na taxonomia das mídias imaginárias de Zielinski, encontramos a seguinte classificação:

Mídia / aparelhos / máquinas obsoletas. Mídia concebida e projetada ou muito tarde ou muito cedo.

Mídia / aparelhos / máquinas conceituais. Artefatos que só foram esboçados como modelos ou redigidos como idéias concretas no papel, mas nunca realmente construídos.

Mídia / aparato / máquinas impossíveis. Mídia imaginária no verdadeiro sentido, ou seja, máquinas herméticas e hermenêuticas, isto é, máquinas que significam algo, mas onde o desenho ou esboço inicial deixa claro que elas não podem ser construídas, e cujos significados implícitos, no entanto, têm um impacto sobre o mundo factual da mídia<sup>10</sup> (ZIELINSKI 2006, p. 30 *apud* BERNICO, 2018, s/p).

Para Bernico, na categoria das mídias impossíveis, faltaria acrescentar uma subcategoria de mídia: as apócrifas. Estas seriam artefatos que são criados em seu próprio tempo, construídos e não apenas esboçados, mas que ainda são impossíveis. A categoria de mídia apócrifa englobaria artefatos que existiram ou existem, mas apenas produzem a crença de que funcionam. Em outras palavras, entendemos que uma mídia apócrifa é uma: “Tecnologia que não funciona de maneira efetiva, mas funciona na produção da disposição da crença”<sup>11</sup> (BERNICO, 2018, s/p).

É nesse contexto que Bernico enquadra artefatos como *Spirit Box* e que também podemos enquadrar os aparelhos inventados descritos por nós anteriormente. O *Psychofone*, o Dinamistógrafo, o *Spiricom* e o *Reflectógrafo*, também podem ser considerados mídias apócrifas na medida em que foram construídos e utilizados sem, no entanto, chegarem a funcionar na perspectiva de comprovação de contatos com os mortos. Do mesmo modo, aparatos idealizados sem, no entanto, nunca terem sido construídos, como é o caso do Aparelho Mediúnico Elétrico ou o *Telégrafo Vocativo Cambraia*, também podem ser considerados mídias imaginárias.

Para Eric Kluitenberg (2016), o desenvolvimento das tecnologias midiáticas não pode ser resumido na criação de um novo meio,

---

10 “Untimely media/apparatus/machines. Media devised and designed either much too late or much too early. Conceptual media/apparatus/machines. Artefacts that were only ever sketched as models or drafted as concrete ideas on paper, but never actually built. Impossible media/apparatus/machines. Imaginary media in the true sense, by which I mean hermetic and hermeneutic machines, that is, machines that signify something, but where the initial design or sketch makes clear that they cannot be built, and whose implied meanings, nonetheless, have an impact on the factual world of media” (ZIELINSKI 2006, p. 30 *apud* BERNICO, 2018, s/p).

11 “technology which does not work functionally but does work in producing the disposition of belief” (BERNICO, 2018, s/p).

gerando imaginações e posteriormente o surgimento de outro meio. O pesquisador entende que “imaginação e descoberta entrelaçam-se continuamente uma na outra” (p. 140), gerando novos meios. Neste sentido, entendemos que as mídias imaginárias e os usos das tecnologias de comunicação existentes na perspectiva da TCI nos abrem um leque de possibilidades e interpretações. Como imaginação histórica e espiritual, a TCI nos oferece entendimentos para compreender o passado das mídias e pode indicar o que podemos esperar para o futuro das mídias.

### **Conclusão**

Do ponto de vista acadêmico, consideramos que se fazem relevantes as investigações dos meios de comunicação a partir de perspectivas como as das materialidades da comunicação e da arqueologia da mídia. Entender os discursos sociais que reforçam imaginários de transcendência da tecnologia é uma das formas possíveis de se pesquisar as mídias pelo fato de refletir anseios sociais e de também nos dar pistas sobre o futuro das comunicações humanas e das tecnologias. Neste sentido, concordamos que as “fantasias midiáticas se tornam importante para a teoria por auxiliar a compreensão das expectativas nutridas ao longo das fases do desenvolvimento tecnológico” (TELLES, 2017, p. 8).

Mais especificamente, acreditamos que estudar a TCI parece uma forma no mínimo interessante para compreender as perspectivas e os anseios sociais a respeito das tecnologias de comunicação. Infelizmente este parece um terreno fértil ainda pouco explorado no campo da comunicação. Esperamos que este trabalho possa contribuir para as discussões vindouras.

Por fim, consideramos que o objetivo do artigo foi alcançado na medida em que buscamos explorar o objeto de estudo, trazendo um panorama histórico de como desenvolveu-se historicamente a Transcomunicação Instrumental, ao mesmo tempo em que oferecemos uma análise do objeto baseada em referenciais teóricos do campo das ciências da comunicação.



## REFERÊNCIAS

ALENCAR, Marcelo S.; ALENCAR, Thiago T.; LOPES, Waslon T. A. O Fantástico Padre Landell de Moura e a Transmissão sem Fio. **Memorial Landell de Moura**, [s/d]. Disponível em: <http://memoriallandelldemoura.org/wp-content/uploads/2018/11/O-Fantástico-Padre-Landell-de-Moura.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.

ALMEIDA, Hamilton. A longa (e interminável) construção da biografia do padre Landell. In: KLÖCKNER, Luciano e CACHAFEIRO, Manolo S. (Org.). **Por que o Pe. Roberto Landell de Moura foi inovador?** Porto Alegre: EdIPUCRS, 2012.

ANDRADE, Mário C. R. **O gabinê fluidificado e a fotografia dos espíritos no Brasil**. 2008. 162 f. Tese (Doutorado em Artes) – Departamento de Artes Plásticas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, USP. São Paulo, 2008.

BERNARDO, André. Como Allan Kardec popularizou o espiritismo no Brasil, o maior país católico do mundo. BBC, 01 abril de 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47751865>. Acesso em: 01 abr. 2019.

BERNICO, Matthew. Apocryphal media: an archaeology of mediated paranormal presence. In ALSINA, Pau; RODRÍGUEZ, Ana e HOFMAN, Vanina (coords.). *Media Archaeology*. **Revista Artnodes**, Barcelona, n. 21, 2018.

BONILHA FILHO, Sérgio de M. **Campo Landeliano**. 105f. Dissertação (Mestrado em Artes) – Departamento de Artes Plásticas da Universidade de São Paulo, USP. São Paulo, 2010.

BORGES, Alexandre. É possível contatar extraterrestres por aparelhos eletrônicos. **Além da Ciência**, 2005. Disponível em: <http://www.alemdaciencia.com/e-possivel-contatar-extraterrestres-por-aparelhos-eletronicos-parte-2/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

BORGES, Alexandre. O fenômeno das Vozes Diretas por Rádio registrado pelo pesquisador Marcello Bacci. **Além da Ciência**, 2007. Disponível em: <http://www.alemdaciencia.com/vozes-diretas-de-radio-registradas-por-marcello-bacci/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

BORGES, Alexandre. Diálogos em Tempo Real no SPIRICOM: A máquina construída para falar com o outro lado da vida – Parte 1. **Além da Ciência**, 2008. Disponível em: <http://www.alemdaciencia.com/dialogos-em-tempo-real-no-spiricom/>. Acesso em: 03 jun. 2014.

BRAGA, Adriana. McLuhan entre conceitos e aforismos. **ALCEU**, Rio de Janeiro, v. 12 - n.24, jan./jun. 2012.

BRUNE, François; CHAUVIN, Rémy. **Linha direta do além** - Transcomunicação instrumental: realidade ou utopia? Sobradinho: EDICEL, [s.d.].

D'ARGONNEL, Oscar. **Vozes do além pelo telefone**. [s.l.]: [s.e], 2008. Versão digitalizada. Disponível em: [http://bvespirita.com/As%20Vozes%20do%20Além%20Pelo%20Telefone%20\(Oscar%20DArgonnel\).pdf](http://bvespirita.com/As%20Vozes%20do%20Além%20Pelo%20Telefone%20(Oscar%20DArgonnel).pdf). Acesso em: 30 maio 2013.

DOYLE, Arthur C. **A história do espiritismo**. [s.l.]: [s.e], 2008. Versão digitalizada. Disponível em: <http://www.luzespirita.org.br/leitura/pdf/l10.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2014.

FELINTO, Erick. Tecnognose: tecnologias do virtual, identidade e imaginação espiritual. In: **FAMECOS**, Porto Alegre. n. 18, ago. 2002.

GOLDSTEIN, Karl W., [Hernani Guimarães Andrade]. **A transcomunicação através dos tempos**. São Paulo: Jornalística Fé, 1997.

JUERGENSON, Friedrich. **Telefone para o além**. [s.l.]: [s.e], 2008. Versão digitalizada. Disponível em: [http://files.comunidades.net/portaldoespirito/Telefone\\_para\\_o\\_Alem\\_1967.pdf](http://files.comunidades.net/portaldoespirito/Telefone_para_o_Alem_1967.pdf). Acesso em: 30 maio 2014.

KARDEC, Allan. [Hippolyte Léon Denizard Rivail] **O Livro dos médiuns**. 93 ed. 1. reimp. Brasília: Federação Espírita Brasileira, 2013. Disponível em: <https://www.febnet.org.br/wp-content/uploads/2014/05/Livro-dos-Espiritos.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.

KLUITENBERG, Eric. Sobre a arte das mídias imaginárias. **Teclogs. Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, TIDD/PUC-SP, São Paulo, n.14, jul-dez. 2016.

LEVY, Pierre. A Revolução Contemporânea em matéria de comunicação. **FAMECOS**, Porto Alegre. n. 9, dez. 1998.

LUCAS, José. Transcomunicação Instrumental (TCI). **Revista de Espiritismo**. n. 27, 2º trimestre, 1995. Disponível em: <http://www.espirito.org.br/portal/artigos/fep/a-transcomunicacaoinstrumental.html>. Acesso em: 30 maio 2014.

MCLUHAN, Marshall. Entrevista com Marshall McLuhan. **E-compós**, Brasília. v.14, n.3, set./dez. 2011. Entrevista concedida à revista L'Express. Paris, fev. 1972.

MCLUHAN, Marshall. **Compreender os meios de comunicação** – extensões do homem. Lisboa: Relógio D'Água: 2008.

MOURA, Mara Antunes. “Passe é uma transmissão conjunta, ou mista, de fluidos magnéticos — provenientes do encarnado — e de fluidos espirituais — oriundos dos benfeitores espirituais, não devendo ser considerada uma simples transmissão

de energia animal (magnetização)”. **Federação Espírita do Brasil**. Disponível em: <https://www.febnet.org.br/blog/geral/colunistas/o-que-e-passe-espirita/>. Acesso em: 10 jun. 2019.

PARIKKA, Jussi. Arqueologia da mídia: interrogando o novo na artemídia. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 39, maio/ago. 2017.

REDE TCI BRASIL. Franz Seidl. **TCI Brasil – Rede Transcomunicação Instrumental**, 13 jun 2013. Disponível em: <http://redetcibrasil.net/franz-seidl/>. Acesso em: 03 jun. 2014.

REDE TCI BRASIL. Hannah Buschbeck. **TCI Brasil – Rede Transcomunicação Instrumental**, [s.I],[s.d.] b. Disponível em <http://redetcibrasil.net/hannah-buschbeck/>. Acesso em: 04 jun. 2014

REDE TCI BRASIL. Hans Otto Konig. **TCI Brasil – Rede Transcomunicação Instrumental**, [s.I],[s.d.] c. Disponível em: <http://redetcibrasil.net/hans-otto-konig/>. Acesso em: 04 jun. 2014.

REDE TCI BRASIL. Léo Schmid. **TCI Brasil – Rede Transcomunicação Instrumental**, [s.I],[s.d.] d. Disponível em: <http://redetcibrasil.net/leoschmid/>. Acesso em: 03 jun. 2014.

REDE TCI BRASIL. Klaus Shreiber. **TCI Brasil – Rede Transcomunicação Instrumental**, [s.I], [s.d.] e. Disponível em: <http://redetcibrasil.net/klaus-schreiber-1/>. Acesso em: 03 jun. 2014.

RINALDI, Sonia. **Gravando Vozes do Além**. São Paulo: Imag&ação Oficina de Ideias, 2005.

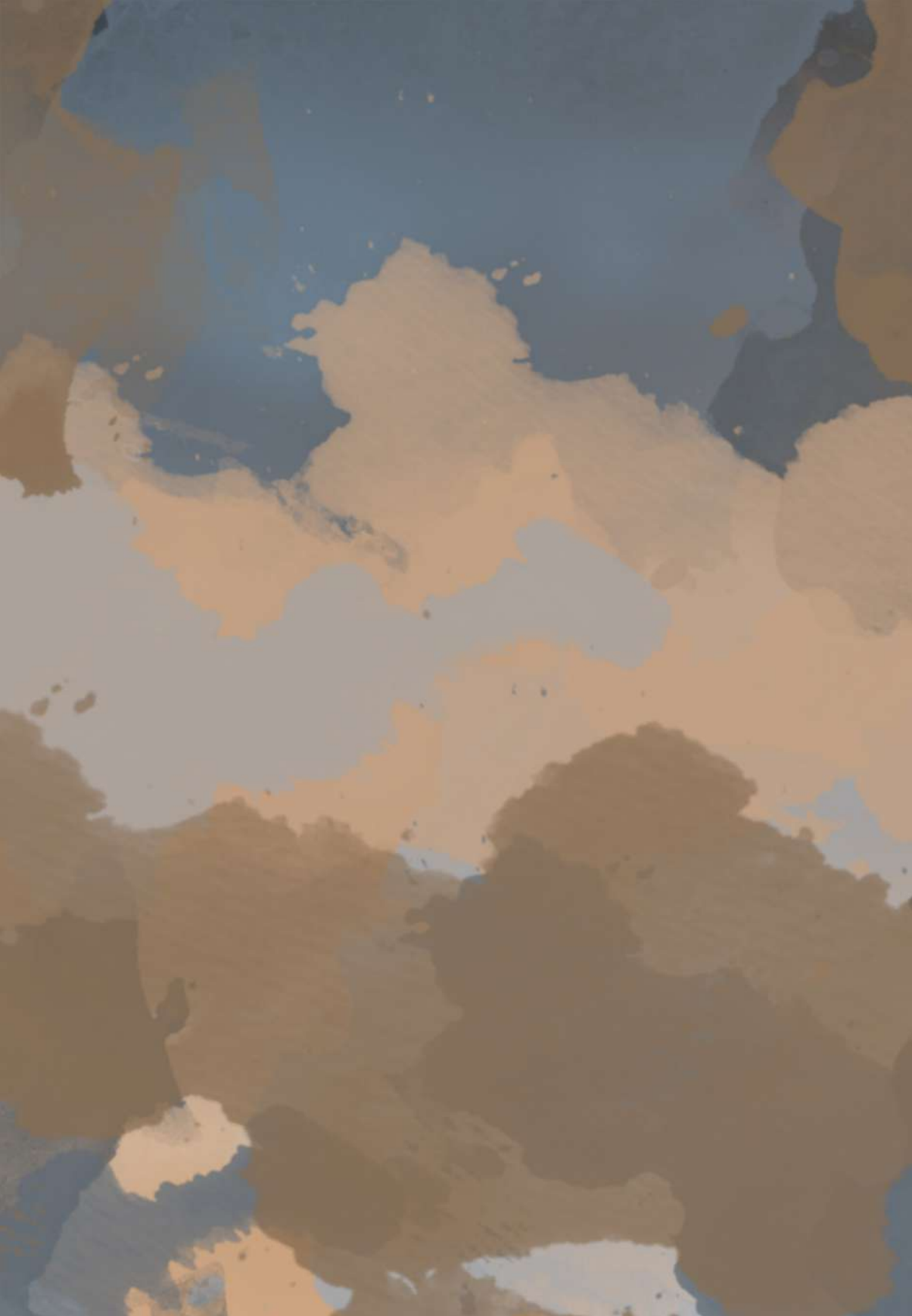
SALVINO, Fernando. PROJECIOTRON: Ensaio sobre a Hipótese da Indução Mecânica de Experiência fora do Corpo. **Parapsicologia RJ**, [s.I], [s.d.]. Disponível em: [http://www.parapsicologiarj.com.br/fernando\\_salvino/projeciotron/projeciotron.htm](http://www.parapsicologiarj.com.br/fernando_salvino/projeciotron/projeciotron.htm). Acesso em: 30 maio 2014

SENKOWSKI, Ernst. Instrumental Transcommunication – A review. **World ITC**, set. 1998. Disponível em: [http://www.worlditc.org/f\\_07\\_senkowski\\_itc\\_review.htm](http://www.worlditc.org/f_07_senkowski_itc_review.htm). Acesso em: 20 abr. 2019.

SUMPTION, Frank. The Box. **Paranormal Source – Paranormal Research & Development Team**, 15 set 2009. Disponível em: <http://www.paranormalsource.com/wp-content/uploads/2009/09/frank-sumption-the-box.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.

TELLES, Márcio. A(s) Arqueologia(s) das Mídias em Quatro Teses. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40, 2017, Curitiba. **Anais...** São Paulo:

INTERCOM, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0084-1.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.



# JOVENS YOUTUBERS EVANGÉLICAS: CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA E SUBJETIVIDADES ON-LINE

*Patricia Garcia Costa*

## Considerações Iniciais

Basta uma rápida passada pela internet, especialmente, pelos canais do *YouTube*, para nos depararmos com um considerável número de jovens que fazem uso dessa rede social para exporem suas ideias, seu jeito de ser e de viver, falar de suas convicções, suas crenças e inquietações.

Pesquisas a respeito dos *youtubers* podem ser encontradas em trabalhos acadêmicos, pois este tema tem recebido atenção da pesquisa crítica no campo da comunicação a partir de distintas perspectivas, a saber: a discussão de uma nova profissão que surge de uma prática midiática amadora; a discussão de banalidades que ganham gigantescas visualizações e compartilhamentos; ou ainda, os modos em que o usuário é construído no *YouTube*.

Estamos diante de um fenômeno da comunicação contemporânea que não pode ser ignorado, pois há pouco tempo era inimaginável que uma pessoa com 20 anos ou até menos, sem uma formação profissional formal, ou seja, não sendo atriz ou comediante, sem histórico de visibilidade em mídias tradicionais, ser conhecida e ter potencial de influenciar dezenas de milhões de pessoas.

Dentre esses jovens, fazemos referência a um segmento que vem crescendo de forma significativa e tem ganhado cada vez mais espaço e seguidores com seus vídeos, são os *youtubers* cristãos. Nesse universo das redes sociais digitais, com conteúdo religioso, encontram-se várias mulheres, algumas delas revestidas do caráter de celebridades/autoridades, e são essas jovens mulheres, leigas, evangélicas e *youtubers* que interessam a este nosso estudo.

O que observamos dentro desse cenário que, a princípio, restringe-se à produção de entretenimento, foi a construção da subjetividade on-line dessas jovens *youtubers*, a identidade por elas criada, dentro do mundo contemporâneo e com todas as novas possibilidades tecnológicas da comunicação, que ampliam o poder de criação e de percepção em tudo o que se faz.

Para compreendermos de forma prática a construção das identidades e subjetividades criadas por estes jovens, escolhemos duas *youtubers* evangélicas, Priscilla Alcântara e Maju Trindade, para nos ajudar a pensar essas construções, mas antes precisamos esclarecer um aspecto da análise que é muito relevante, os evangélicos.

Quando se fala em evangélicos no Brasil, a referência é feita aos cristãos não católicos e ortodoxos. Mas essa diversidade de grupos não é um assunto abordado por todos, ao contrário, preocupam-se em fazer tais distinções somente os estudiosos da Teologia e das Religiões, bem como meios de comunicação que se interessam em informar com profundidade. São aqueles identificados como os crentes que se converteram, ou seja, de uma vida de desobediência e incredulidade a uma nova vida de crença e obediência, e os convertidos passam a se identificar como crentes que afirmam sua fidelidade ao evangelho e não à Ciência ou razão humana. O termo crente foi, ao longo da década do século 20, substituído por evangélico para designar os fiéis e os não católicos (CUNHA, 2017, p. 15).

Os evangélicos<sup>1</sup> são caracterizados no Brasil, historicamente, pelo conservadorismo na forma como se relacionam com o mundo e consigo mesmos. Hoje, podemos observar, especialmente nas mídias digitais, muitas pessoas que se reconhecem cristãs, mas nem por isso carregam o estereótipo do crente, outrora estabelecido pelo conservadorismo religioso. Aceito ou não pelos evangélicos conservadores, esse é o novo perfil dos crentes, especialmente dos jovens que trazem um novo olhar para a vida religiosa e, consequentemen-

---

1 Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), entre 2000 e 2010, o total de evangélicos no Brasil subiu de 26,2 milhões para 42,3 milhões em 2010. A proporção dos evangélicos em relação à população do país avançou de 15,5 por cento para 22,2 por cento. Em 1991, eles representavam apenas 9 por cento da população. Pelos critérios da pesquisa, os evangélicos reúnem religiosos de missão, pentecostal e outras correntes não determinadas.

te, criam uma nova identidade a partir da linguagem oral, corporal e audiovisual, como mostraremos pelos exemplos das jovens mulheres *youtubers* evangélicas.

### **Construção Identitária e Subjetividade on-line**

Conceitos caros para esta pesquisa são as identidades e subjetividades on-line. Pretendemos estimular uma reflexão sobre a internet (redes sociais digitais) como ferramenta de comunicação, que constrói um relacionamento virtual do ser humano com fatos, objetos e pessoas, de modo que uma nova subjetividade seja construída na atualidade. Nessa direção, questionamos sua importância na participação dos processos socioculturais e sua influência na construção de novos modos de ser e viver do ser humano na atualidade. Como base teórica para esse entendimento, recorreremos aos conceitos de Bock (2002, p. 23):

É a síntese singular e individual que cada um de nós vai constituindo conforme vamos nos desenvolvendo e vivenciando as experiências da vida social e cultural. [...] É o mundo das ideias, significados e emoções construído internamente pelo sujeito a partir de suas relações sociais, de suas vivências e de sua constituição biológica; é, também, fonte de suas manifestações afetivas e comportamentais. [...] O mundo social e cultural, conforme vai sendo experienciado por nós possibilita-nos a construção de um novo mundo interior.

Nesse entendimento do que é subjetividade, seria coerente dizer que o ser humano transforma o meio que vive e é por ele transformado, sendo esse um processo que nunca termina. Na vida do dia a dia é assim, e no meio virtual essa relação não seria diferente, hoje utilizamos esse meio para entrar em contato com uma realidade na qual exercemos determinada atividade, afetando-a e sendo por ela afetado.

Stuart Hall é um pesquisador fundamental nesse tema. Com base no livro “A identidade cultural na pós-modernidade” (1999), Hall explica que esse tem sido um tema muito discutido nas teorias so-



ciais e mostra que as velhas identidades já não estão dando conta de explicar o indivíduo moderno, com suas diversidades e mudanças nos processos que estruturam uma sociedade. Hall traz três concepções de identidade, a saber: sujeito do iluminismo; sujeito sociológico; sujeito pós-moderno.

O sujeito do iluminismo trata da pessoa humana totalmente centrada, unificada, dotada de capacidade de capacidade de razão. Sua concepção com ele nascia e se mantinha ao longo de sua existência como indivíduo. Essa era uma concepção muito individualista do sujeito e de sua identidade.

A noção de sujeito sociológico já levou em consideração as mudanças do mundo moderno e entendeu que este sujeito não era autossuficiente, nem autônomo, mas formado na relação com o outro, na interação com o eu e a sociedade. O sujeito ainda possui o seu “eu interior” chamada de “eu real”, mas sempre sujeito a mudanças num diálogo contínuo com o mundo exterior.

Já a noção de sujeito moderno vem para modificar essa ideia de que o sujeito tem uma identidade unificada e estável, agora está fragmentada, muitas vezes, contraditória e não resolvida. Essa identidade é definida historicamente, e não biologicamente.

Hall explica que essas transformações estão relacionadas à globalização e seu impacto sobre a identidade cultural. Em sua análise, cita Marx e Engels (1973), os quais refletem sobre a modernidade, e também traz o pensamento do estudioso Anthony Giddens (1990), o qual expõe que as sociedades modernas são sociedades de mudança constante rápida e não são definidas apenas como a experiência de convivência com a mudança rápida.

Hall prossegue e mostra, a partir de um exemplo prático, que há um jogo de identidades, uma vez que possuímos múltiplas identidades e elas vão aparecendo dependendo do lugar que decidimos ocupar, pela forma como o sujeito é interpelado ou representado.

A época moderna trouxe com ela uma nova forma de individualismo, com uma nova concepção de sujeito individual e sua identidade. As transformações associadas à modernidade libertaram o

indivíduo de seus apoios, que se acreditavam ser divinamente estabelecidos, não estando sujeitos às mudanças fundamentais.

Há por parte das *youtubers* muita exposição de sua autoimagem, um mundo que antes era privado e de intimidade vai para as redes sociais digitais ser compartilhado e exposto ao olhar do outro, estando sujeito a críticas e reprovação. Salientamos que o interesse dessa pesquisa é o lugar das mídias, do Canal *Youtube*, na configuração dessas identidades e subjetividades.

Temos por certo que não há como dissociar o estudo das subjetividades da construção da identidade, e esse também será um conceito no qual iremos nos debruçar. Dayrell e Gomes (2009, p. 9) conceituam identidade como:

uma construção que cada um de nós vai fazendo por meio das relações que estabelece com o mundo e com os outros, a partir do grupo social a que pertence, do contexto familiar, das experiências individuais, e de acordo com os valores, ideias e normas que organizam sua visão de mundo.

Ou seja, os autores assumem uma perspectiva não essencialista que tem a ver não com aquilo que nós somos, mas com aquilo que nos tornamos a partir do uso dos recursos da história, da linguagem e da cultura, são criadas conexões, ainda, com as questões “quem podemos nos tornar”, “como nós temos sido representados” e “como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós mesmos” (HALL, 2003, p. 109).

Vale dizer que as *youtubers* evangélicas também são conhecidas como Influenciadoras de Cristo, conhecidas como evangélicas da nova geração que mostram um novo comportamento religioso na internet. Segundo o site TAB (*Influencers* de Cristo), em matéria feita pelo jornalista Mateus Moreira e publicada em 18 setembro 2017, “os *youtubers* têm milhões de seguidores, formam opiniões entre os jovens da fé, fazem piadas com o sagrado e desafiam a hierarquia das igrejas evangélicas”.

Ainda com base na pesquisa do site TAB, os *youtubers* apresentam um comportamento semelhante, como referências

modernas, tatuagens, roupas descoladas e cabelos coloridos, eles querem “mostrar ao mundo que é possível ser feliz sendo cristão” (MOREIRA, 2017, s/p).

Como pontuamos no início da nossa discussão, os evangélicos das igrejas neopentecostais têm assumido uma postura diferente, estão mais abertos às mudanças, diferentemente das igrejas evangélicas históricas e das pentecostais clássicas, por exemplo, há cultos com linguagem jovem, ministradas por pastores quase tão jovens quanto os próprios fiéis. Outra prática comum entre jovens evangélicos dessas linhas é a reunião em grupos de estudos e oração, chamados de Células. Célula é uma reunião de pessoas que se agrupam na casa de um dos envolvidos para ministrar o culto, tocar músicas, fazer oração, discutir algum tema bíblico ou até mesmo questões pessoais. Sendo muitas vezes um ambiente de mais acolhimento e hospitalidade do que nos cultos formais.

Parte desse grupo busca desenvolver uma espiritualidade despreendida da vivência e do compromisso comunitário e nutre sua espiritualidade a partir das experiências midiáticas (televisão, internet, rádios, filmes), na tentativa de possibilitar um menor índice de frustrações; uma vez que essas experiências não têm uma relação interpessoal intensa.

É nesse contexto que surgem os *youtubers* cristãos. A internet levou alcance e deu voz a pessoas cuja igreja não legitimou para falar em nome da fé. Muitos não são pastores ou missionários, apenas fiéis que dividem experiências e ideias com seu público.

Diante de todos elementos que desafiam tal fenômeno, buscamos encontrar em situações vivenciadas pelas *youtuber* Priscila Alcântara e Maju Trindade aspectos que evidenciassem que essas jovens mulheres *youtubers* estejam construindo uma nova identidade cristã baseada em um novo jeito de ser religioso, rompendo com estereótipos e reafirmando uma nova relação com Deus.

## Quem são as famosas *youtubers* evangélicas: Priscilla Alcântara e Maju Trindade

### Priscilla Alcântara

Priscilla Alcântara, uma geminiana nascida em 19 de junho de 1996, faz muito sucesso, apesar de seus apenas 22 anos de idade. Filha de Paula Alcântara e Beto Fonseca, músicos e líderes de louvor, Priscilla nasceu em lar evangélico e começou a cantar nos púlpitos quando ainda tinha dois anos. Sua extensa carreira artística vai de apresentadora infantil, cantora gospel e até *youtuber*, passou oito anos apresentando, ao lado de Yudi Tamashiro, a atração infanto-juvenil *Bom Dia e Cia*, do canal de TV aberta SBT. Por ser conhecida pelas mídias, há muitos anos, ela é uma das *youtubers* mais famosas da rede. Segundo dados registrados no perfil de Priscilla Alcântara na mídia social Instagram, a *youtuber* possui 4,2 milhões de seguidores, e essa quantidade considerável de fãs explica por que Priscilla é ao mesmo tempo amada e criticada por muitos. A cantora também possui um canal no *YouTube* intitulado *Vlog de Tudo*, no qual são abordados temas diversos, com uma quantidade extensa de vídeos dos seus shows, em que ela canta e faz pregações religiosas. O seu canal *Vlog de Tudo*, onde ela apresenta seus vídeos e shows, conta com 1.747.950 inscritos até o momento desta pesquisa. Nesse canal, como o próprio nome diz, Priscilla discute vários assuntos com seus fãs, dos mais polêmicos aos mais comuns.

Esse canal não é muito alimentado, inclusive, a cada vídeo ela se desculpa por estar ausente e alega que está envolvida com outros projetos. Elemento importante é que Priscilla aparece muito nas mídias, em programas de televisão aberta para participar de entrevistas, a exemplo do Programa da Eliana, no SBT, Programa Raul Gil, Record, e Conversa com Bial, Rede Globo, ou participa dos vídeos de seus colegas *youtubers*, que aproveitam a sua fama para tratar de assuntos mais polêmicos. A exemplo disso citamos o caso da participação de Priscilla no festival de música Lollapalooza (2017), que rendeu muitas críticas dos seus fãs por ter ido a um evento “munda-

no” (linguagem evangélica que contrapõe a participação na igreja ao que está fora dela), em contrapartida, recebeu o apoio dos colegas de profissão. Toda essa repercussão levou Priscilla a escrever um livro chamado *O Livro de Tudo* pela editora Ágape.

### **Maju Trindade**

Maria Júlia Trindade, conhecida por **Maju Trindade**, filha de Renato Frias e Karina Trindade, geminiana, nascida em São Paulo, no dia 13 junho 1998, está agora com 21 anos de idade. Maju é uma *youtuber* brasileira e está sendo considerada um dos maiores fenômenos da internet. Com milhares de seguidores no *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Vine* e *Snapchat*, a jovem compartilha sua opinião bem humorada sobre assuntos cotidianos nas redes sociais, colecionando uma legião de admiradores e fãs-clubes. Ela já fez propaganda para a marca Hellmann’s e foi modelo da Lolita Catanduva e *Approve*. Além disso, Maju ficou bastante conhecida por namorar Japa, outro famoso *youtuber* da internet. Em 2015, Maju Trindade participou do filme *Os Penetras 2*, e em 2016, publicou o seu primeiro livro com o título de *Maju*. Batizada em 2016 na igreja neopentecostal *Bola de Neve Church*, ela tem quase cinco milhões de seguidores no *Instagram* e quase dois milhões de inscritos no *YouTube*.

### **Reflexões sobre a construção de uma nova identidade cristã**

Em matéria publicada pelo site *Catraca Livre*<sup>2</sup>, em 29 setembro 2017, Priscilla, que antes tinha *dreadlocks* e fios coloridos, muda seu visual por motivos religiosos. Priscilla voltou ao tom de cabelo original, mais escuro, e revelou que a mudança foi graças a um chamado divino. “Comecei a sentir Ele pedindo pra eu voltar ao meu cabelo natural; achei que fosse coisa da minha cabeça – por que Ele teria interesse nisso?”.

---

<sup>2</sup> Matéria assinada pela redação do site *Catraca Livre*, por isso, não tem autor. A fonte completa encontra-se nas referências deste trabalho.

No texto postado pela *youtuber* no *Instagram*, reproduzido a seguir, podemos observar que ela indica ter um relacionamento de intimidade com Deus, crendo que ele fala com ela. Na sua postagem, que recebeu 194.255 mil curtidas e muitos comentários, ela explica como foi a conversa que teve com Deus:

Comecei a sentir Ele pedindo pra eu voltar ao meu cabelo natural; achei que fosse coisa da minha cabeça - por que Ele teria interesse nisso? questionei "eu vou ficar normal demais, isso não combina comigo..." Ele respondeu "se você tem medo de parecer normal demais então talvez você não seja tão livre quanto diz que é" - AI!!! através disso Ele começou a me ensinar algo novo. Eu sou o que Ele diz que eu sou. Claro que eu posso ter gostos pessoais, precisamos da diversidade. Ele ama isso, mas sinto que há uma questão que criamos e que precisamos excluir: então os únicos cristãos que não são religiosos são os que têm, por exemplo, tatuagem? não. religiosidade é uma condição da mente humana. Você pode ser "diferente", mas se fizer o "diferente" ser uma regra, uma obrigação, não seria isso também um tipo de religiosidade? Tudo o que não provém de intimidade é religiosidade. Cristo me libertou da religião pra eu ser uma rebelde? Não, pra eu ser uma cristã-moderna? não. Cristo me libertou da religião para que eu fosse livre de mim mesma. me libertou pra eu entender que posso [por exemplo] ter uma tattoo ou um cabelo diferente por eu ser livre ou também por ser livre, posso não ter. quando Paulo (o cara da bíblia) diz "não sou mais eu, mas Cristo" ele quer dizer que Cristo o fez tão livre a ponto dele não ser um refém nem mesmo da sua própria personalidade. Ele é tão livre a ponto de negar a si mesmo. Paulo entendeu que podia ser não só quem ele era mas também quem ele precisava ser (1Co9:22). altruísmo. A liberdade de Cristo é regida pelo altruísmo. A liberdade do homem é regida pelo egoísmo. O conceito imaturo de #LIBERDADE é: posso fazer o que eu quiser, porque eu sou livre. o conceito maduro de #LIBERDADE é: ela [liberdade] não está só em <fazer algo> mas sim em não fazer o que você pode fazer. uma liberdade madura não é você fazer tudo o que quer, mas é você ter a capacidade de, se necessário, dizer não pra algo que você quer. Liberdade é você amá-Lo sobre todas as coisas e ao próximo como se ama. Às vezes Jesus vai te ensinar a ser livre das coisas ao seu redor; outras vezes vai te ensinar a ser livre de você mesmo. resumindo: EQUILÍBRIO (INSTAGRAM, on-line).

Priscilla afirma que se liberta das amarras do conservadorismo cristão e se apega à intimidade com Deus, libertando a sua mente para o que diz ser o que de fato importa, que é ser livre, tendo uma liber-

dade altruísta. Para a *youtuber* estar com Deus traz liberdade, diferente daqueles que não têm Deus, a liberdade “regida pelo egoísmo”.

Essa compreensão de Priscilla é aceita e acolhida pelo seu público, o que podemos perceber nos inúmeros comentários feitos a partir das suas publicações. A exemplo, citamos:

evascedraz - Palavras que ardem de verdade.

redmyller Esse texto me vivifica de uma tal forma que eu não sei explicar.

robeertacarvalho - Eu não canso desse texto. É de uma maturidade tão intensa que me inspira.

souza\_pk - Que texto velho! Amei.

nathcaroll - Eu tô só chorando com esse texto vc é demais!!! Deus é lindo.

liicristin - Eu amava o seu cabelo rosa! De verdade. Fiquei meio perplexa quando te vi com o cabelo “normalzinho e comum” mas daí cheguei até essa foto e compreendi a legenda. E fez muito sentido pra mim. Acho que ser livre de nós mesmos realmente foi o Maior motivo de todo o sacrifício, pq nosso eu é tão forte! E as vezes tão difícil se libertar! Sejas livre...

mayaragrilopes - Pri, ocorreu o mesmo comigo! Tinha piercings e senti Deus falar comigo esse mesmo lance! Eu não queria abrir mão pq achava besteira, que Deus não vê aparência e blá blá blá... mas ele apenas queria me testar, testar meu egoísmo...ouvi aquela música: “senhor, quebra o meu orgulho, eu quero descer e mergulhar nas águas do seu amor...me purifica.” enfim, me identifiquei com a postagem. Bjs Deus abençoe (INSTAGRAM, on-line).

Buscamos embasar essa discussão que questiona a subjetividade on-line desenvolvida pelas *youtubers* e a forma como elas expressam suas respectivas identidades, com um exemplo-exercício analítico. Nele mostramos que a *youtuber* expressa de forma espiritualizada sua identidade de cristã e revela sua identidade conservadora no sentido de que cabelos pintados *dreadlocks* não identificam uma verdadeira cristã. Essa certeza Priscilla disse ter por meio de uma conversa com Deus, que é fruto de intimidade, uma postura aceita

e incentivada pelos grupos pentecostais, uma religião baseada na experiência, experiência vivenciada no cotidiano, não adquirida por meio dos livros ou fruto do mero exercício da razão. Há uma aura de santidade e propósito divino nessa conversa. Priscilla poderia simplesmente ter pintado os cabelos sem muita satisfação, mas ela espiritualizou a ação, o que a torna amiga de Deus e alguém que se deve ouvir, seguir, curtir e compartilhar.

Essa prática molda a identidade de Priscilla e faz dela uma das *youtubers* mais amadas por fãs. Há, no entanto, controvérsias em torno das atitudes da *youtuber* as quais, aos olhos de fãs não edificam sua identidade cristã.

Para exemplificarmos essa afirmação, trazemos como exemplo a matéria publicada pelo jornalista Caio Rangel, em 13 novembro 2018, no Portal *Fuxico Gospel*, que mostra como Priscilla incomoda seus seguidores com foto sensual no Instagram.

**Figura 1 - Foto sensual de Priscilla Alcântara no Instagram**



Fonte: Portal Fuxicogospel.com

Essa foto foi usada para o lançamento do novo álbum musical, intitulado “Gente”, que teve grande aceitação do público gospel, em especial da música que dá nome ao CD. O *Youtube* registra mais de 3.244.663 milhões de visualizações até o dia 8 novembro de 2018. A foto que a *youtuber* escolheu para a postagem de divulgação não



passou despercebida dos internautas. Algumas pessoas ignoraram a foto e criticaram sua postura. Um dos seguidores disse: “Canta empatia, mas não vive ela. Esperei mais de 2h para tirar uma foto com vc e vc chegou super esnobe sem nem mesmo um sorriso, tratou eu e meus amigos super mal! Que tal viver o que canta? Inclusive abraços para o seu pai Beto que foi bem mais simpático que vc!” (RANGEL, 2018, s/p).

Na divulgação deste mesmo CD, “Gente”, os internautas criticam as letras, que, para eles, não tem Deus em nenhum momento.

Fiquei na deprê ao ouvir essa música. Muita melancolia e não faz menção ao amor infinito de Jesus por nós. A letra não me agradou, disse uma fã. ‘Deus não está nisso’, comentou outro seguidor. ‘Tem letra, arranjo, voz, melodia, mas está faltando unção, tão vazia’, escreveu outro seguidor. ‘Só fala do sofrimento dela’ (EXTRA.GLOBO.COM, 2018<sup>3</sup>).

Na letra da música, chamada “De zero a dez”, há versos que falam sobre sofrimento e a necessidade de buscar forças para se reerguer. Devido à quantidade de comentários negativos, a ex-apresentadora do “Bom dia e cia” teve o apoio de vários fãs.

O álbum se chama gente e ela fala das coisas cotidianas, resumiu um seguidor. Milhares de críticas feitas por pessoas que querem enfiar Jesus goela abaixo com o discurso de que ‘ele faz a obra’. Mas se Jesus faz a obra, Ele faz como quer e creio que ele não precise do seu aval para tal, e mais, quem tornou você juiz para julgar o trabalho lançado? Tá precisando reaprender a orar então, mano, disse outro fã. Ela é cantora gospel, mas fez uma música para alcançar a todos os jovens (EXTRA.GLOBO.COM, 2018).

Esses exemplos demonstram que as *youtubers* evangélicas têm muita visibilidade mas não são unanimidade. Priscilla não se mostra incomodada com o que dizem, ao contrário, defende sua postura e jeito de ser, e sua identidade cristã se mantém intacta. Ela defende que seu estilo não interfere em sua crença:

---

<sup>3</sup> Matéria assinada pela redação do site *Extra.Globo*, por isso, não tem autor. A fonte completa encontra-se nas referências deste trabalho.

Eu entrei e vivi nesse meio muito bem instruída pelos meus pais. Eles sempre me diziam: ‘você vai ouvir esse tipo de coisa, mas tenha certeza daquilo que você é, no que você acredita e o que tem como propósito’, e então eu descobri que a minha verdade não é sobre estereótipos ou rótulos, e sim algo de dentro para fora”.

Eu sou cristã, frequento a igreja evangélica e existem muitas pessoas que têm esse estilo mais irreverente. Eu escrevi um livro e tem um capítulo que fala: ‘Irreverente por fora, reverente por dentro’. Tenho meus princípios, minhas virtudes e tenho tatuagem, vou usar uma maquiagem colorida e isso não interfere em nada, declarou Priscilla (RANGEL, 2018, s/p).

Além de Priscilla, também fazemos referência à Maju Trindade, e por meio de exemplo que mostre a identidade que ela adota para seu público, vemos que a religião permanece em novas bases da vida dessas meninas, isto é, por meio de comportamentos tidos em espaços evangélicos, por vezes, como “condenados pela Bíblia”.

Em um dos vídeos de Maju (2017), intitulado “Respondendo sobre minha Bíblia”, que recebeu 90.570 milhões de visualizações, Maju explica que aquele seria um vídeo para explicar algo que ficou confuso para os seus fãs, sobre ela ter dito que Jesus não cumpria a lei. A *youtuber* toma a Bíblia e lê Mateus 5:17<sup>4</sup> para provar que Jesus não veio para descumprir a lei, mas cumpri-la. Segue falando que Jesus ao invés de mandar apedrejar a mulher adúltera, ele a absolve. Segundo a jovem evangélica, Jesus “era top”, porque ele não seguia as leis dos religiosos da época mas fazia o contrário. Maju resume o seu discurso dizendo que não é teóloga e não estudou a Bíblia, então, não pode ser cobrada por isso.

O vídeo repercutiu de forma positiva entre os seus fãs. Sendo teóloga ou não, falando a partir do que sente e experimenta, Maju recebe elogios e palavras de incentivo.

Sabrina Santos - Eu amo quando o tema dos seus vídeos é sobre a Bíblia Venho Com tudo.

Lau Ra - MAJU!! Vc poderia fazer video como vc faz estudo biblico??

---

4 “Não cuideis que vim destruir a lei ou os profetas: não vim abrogar, mas cumprir”. (BÍBLIA, Mateus, 5:17)



gundo a leitura evangélica fundamentalista do texto sagrado, e ela as ostenta nas redes sociais digitais.

**Figura 2 - Maju tem tatuagem no braço**



Fonte: Instagram

Ronaldo Lemos explica que os influenciadores da internet são apaziguadores da solidão e falta de sentido da vida alheia. “Sua força vem da indústria da carência criada pela internet, em que todos querem falar, mas poucos querem ouvir” (LEMOS, 2019, s/p). Pela forma como eles se expressam, na maior parte do tempo, dá a impressão de que eles são “gente como a gente” e que estão dispostos a ouvir e compreender as pessoas. Mas no exemplo acima, Maju não aparenta interessada em compreender, ela fala claramente que seus fãs “enchem o saco”.

O que era empatia converte-se em raiva. O que ocorre entre *you-tuber* e seus fãs parece ser uma relação de troca, mas ela, na prática, não existe. Os fãs querem ser ouvidos e também interagir para terem seus egos satisfeitos. “Do ponto de vista científico o influen-

ciador digital é como um amigo imaginário: conveniente, mas não existe” (LEMOS, 2017, s/p).

A hipótese na qual a pesquisa se baseia é de que as jovens mulheres dentro das redes digitais desenvolvem uma subjetividade on-line e constroem uma identidade cristã a partir de uma nova cultura religiosa, um jeito de ser diferente daquele construído pelos evangélicos brasileiros ao longo de sua história, ainda que no contexto de conservadorismo religioso que caracteriza este segmento cristão. Como afirma Magali Cunha: “Novos elementos foram adicionados como resposta ao tempo presente, que é fortemente marcado pelas culturas da mídia e do mercado, e pelo crescimento de novos movimentos evangélicos, principalmente o pentecostalismo” (CUNHA, 2010, s/p).

Considera-se que este seja um elemento que desafia os estudos em comunicação, a saber, o lugar das redes sociais digitais nos processos de interação, de construção das identidades e subjetividades, considerando as identidades fragmentadas e em transformação, tendo as mídias mediando o processo. Neste contexto, estão as religiões interagindo com as culturas, sendo transformadas por elas e transformando-as.

Para além das redes sociais digitais, há um grupo que vem se destacando no Brasil de hoje, são os evangélicos, que conforme apontamos com dados do IBGE, é o grupo religioso que mais cresce numericamente, que mais se expande geograficamente e mais se destaca no espaço público pelas mídias e pela participação política.

### **Considerações Finais**

Construímos até aqui um texto que nos ajude a compreender a constituição do sujeito, sua identidade e subjetividades desenvolvidas, com enfoque nas *youtubers* evangélicas. Nesse percurso, partimos da premissa de que subjetividade corresponde ao modo como cada sujeito percebe e compreende seu eu, é um atributo individual que envolve sentimentos e pensamentos pessoais; já a identidade é construída historicamente por memórias, símbolos e sempre apon-

ta para um determinado agir, descrevendo como o indivíduo pode ser e como a comunidade deve se constituir estruturalmente. A questão da identidade direciona seu olhar para uma ação de relações comunitárias abrangentes que vai além das abordagens cotidianas e socialmente estabelecidas (BAUMAN, 2005).

Avançamos um pouco mais na nossa reflexão acrescentando que a forma como a nossa sociedade está estruturada hoje, em pleno século 21, está permeada por uma revolução tecnológica que tem gerado mudança no comportamento das pessoas, e que o advento e o intenso desenvolvimento das tecnologias contemporâneas penetram as dobras sociais, influenciando cada vez mais as formas de relacionamento entre os sujeitos, produzindo processos de subjetivação subsidiados pela lógica digital (ALVES; MANCEBO, 2006).

Nesse novo espaço de valores, em que a cultura é digital, a partir dos meios de comunicação, houve o deslocamento das identidades que mantêm estreita relação com o seu tempo, ou seja, o mundo contemporâneo, e esse encontro com a variedade de estímulos proporcionados pela tecnologia tem modificado as subjetividades. Através do diálogo que se estabelece diariamente com os receptores, a mídia oferece aos agentes sociais múltiplas identidades possíveis em diferentes momentos, de tal modo que as identificações dos sujeitos vão sendo constantemente deslocadas (HALL, 2003).

Nesse contexto, há que se observar este espaço de influência e readequação em relação às práticas de apropriação no novo jeito de ser evangélico dos sujeitos que legitimam os discursos das *youtubers* que são também influenciadoras digitais.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Priscila Pires; MANCEBO, Deise. Tecnologias e subjetividade na contemporaneidade. **Estudos de Psicologia**, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2006, 11(1), 45-52. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/epsic/v11n1/06.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BOCK, Ana Mercês Bahia. **Psicologias**: Uma introdução ao estudo de psicologia. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

CATRACA LIVRE. '**Ex Bom dia e Cia**', Priscilla Alcântara muda visual. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/entretenimento/ex-bom-dia-e-cia-priscilla-alcantara-muda-visual>. Acesso em: 21 jan. 2019.

CENSO DEMOGRÁFICO DE 2010. Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. **IBGE**. Rio de Janeiro: Diretoria de Pesquisas, 2010.

CUNHA, Magali do Nascimento. Evangélicos não são sinônimo de conservadorismo. **Carta Capital**. 2017. Entrevista concedida à revista em 19 agosto 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/diversidade/evangelicos-nao-sao-sinonimo-de-conservadorismo/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

CUNHA, Magali do Nascimento. Pesquisadora diz que o movimento gospel está mudando o modo de ser evangélico. **Guiame.com**. Mundo Cristão, 2010. Disponível em: <https://guiame.com.br/gospel/mundo-cristao/pesquisadora-diz-que-o-movimento-gospel-esta-mudando-o-modo-de-ser-evangelico.html>. Acesso em: 20 jan. 2019.

DAYRELL, Juares; GOMES, Nilma Lino. A juventude no Brasil: questões e desafios. In: MATOS, Marlise, GOMES, Nilma Lino; DAYRELL, Juares (Org.). **Cidadania e a luta por direitos humanos, sociais, econômicos, culturais e ambientais**. 1. ed. Belo Horizonte: DCP/FAFICH/UFMG, v. 5, p. 89-113, 2009.

EXTRA.GLOBO.COM. **Cantora gospel, Priscilla Alcântara lança música, e fãs criticam falta de Deus na letra**. 9 nov. 2018. Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/cantora-gospel-priscilla-alcantara-lanca-musica-fas-criticam-falta-de-deus-na-letra-23223733.html>. Acesso em: 23 jan. 2019.

GLOBO.COM. **Maju Trindade reclama após ser criticada por tatuagens: 'É um estresse'**. 20 maio, 2016. Disponível em: <https://extra.globo.com/famosos/maju-trindade-reclama-apos-ser-criticada-por-tatuagens-um-estresse-19343071.html>. Acesso em: 21 jan. 2019.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.); HALL, Stuart, WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva Guacira Lopes Louro. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

INSTAGRAM. **Página Oficial de Priscila Alcântara**. Disponível em: <https://www.instagram.com/priscillaalcantara/?hl=pt-br>. Acesso em: 21 jan. 2019.

LEMOS, Ronaldo. Decepção com influenciadores digitais é questão de tempo. **Folha de S. Paulo**. 06 mar.2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2017/03/1863910-decepcao-com-influenciadores-e-questao-de-tempo.shtml>. Acesso em: 23 jan. 2019.

LEMOS, Ronaldo. O desafio de governar com redes sociais digitais. **Folha de S. Paulo**. 21 jan.2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2019/01/o-desafio-de-governar-com-redes-sociais.shtml>. Acesso em: 23 jan. 2019.

MOREIRA, Mateus. Evangélicos da nova geração mostram na internet um novo comportamento religioso. **TAB Influencers de Cristo**. Publicado em: 18 set.2017. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/influencers-cristo#influencers-de-cristo>. Acesso em: 19 jan. 2018.

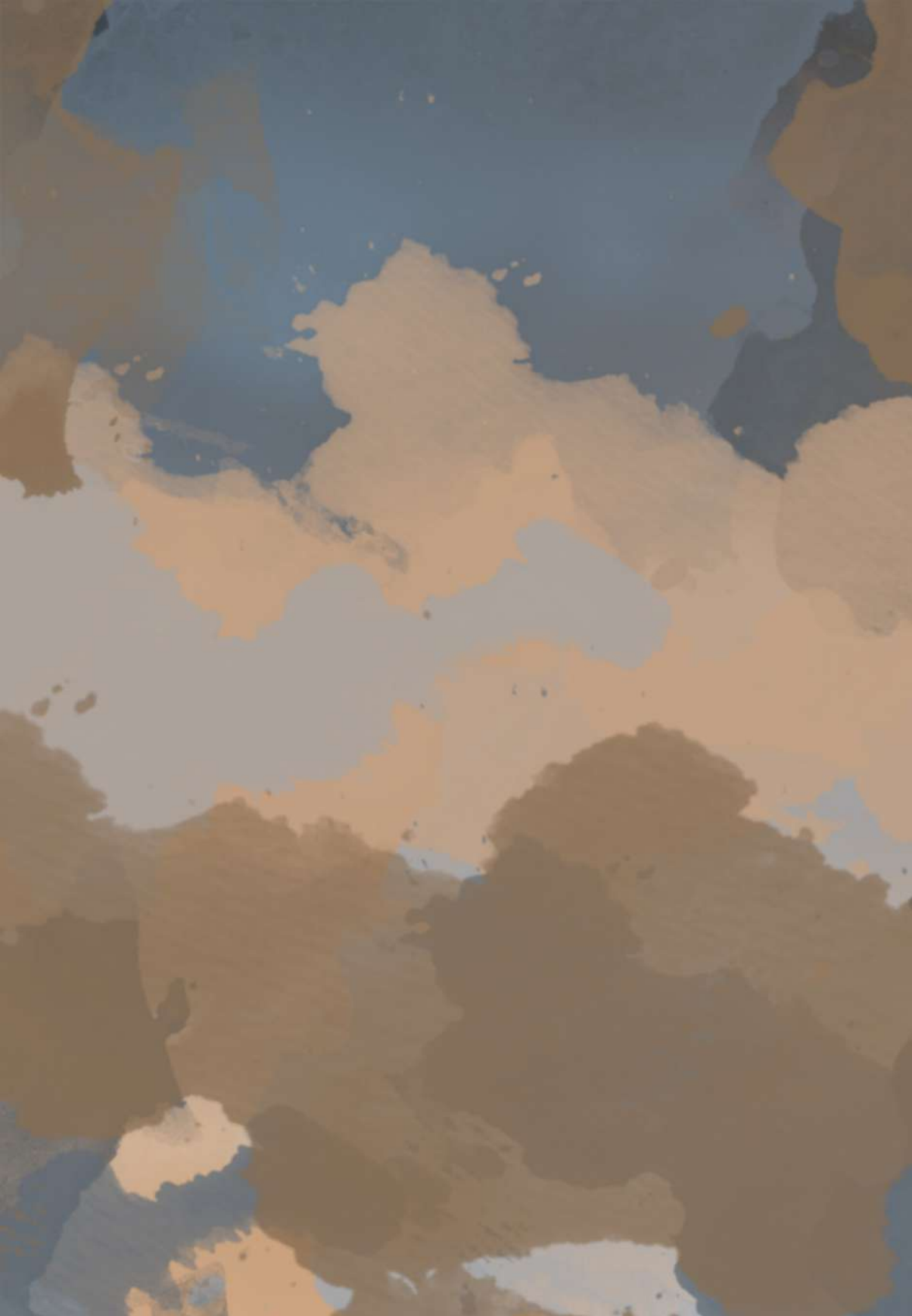
RANGEL, Caio. Cantora gospel Priscilla Alcântara choca seguidores com foto sensual no Instagram. **Fuxicogospel.com**. 13 nov.2018. Disponível em: <https://www.ofuxicogospel.com.br/2018/11/cantora-gospel-priscilla-alcantara-choca-seguidores-com-foto-sensual-no-instagram.html/>. Acesso em: 23 jan. 2019.

YOUTUBE. **Vlog de Tudo**. Disponível em: [https://www.youtube.com/channel/UCI9wIUFX\\_nTRgTnoc8JB6lg/videos](https://www.youtube.com/channel/UCI9wIUFX_nTRgTnoc8JB6lg/videos). Acesso em: 26 jan. 2019.

YOUTUBE. **Maju Trindade**, 1.985.906 inscritos. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCGWvX8uF7JQVF7aBkGn8xpw>. Acesso em: 26 jan. 2019.

YOUTUBE. **Maju Trindade**: Respondendo sobre minha bíblia. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mTE3OEoaVC4>. Acesso em: 21 jan. 2019.





# VIDEOCLÍPE E O TRANSE RELIGIOSO: IDENTIDADES E RESSIGNIFICAÇÕES DO SER EVANGÉLICO

*Rodrigo Follis<sup>1</sup>*  
*Flávia Medeiros<sup>2</sup>*

O transe místico é uma das muitas formas discursivas pelas quais podemos ver a experiência religiosa ser demonstrada. Nesse fenômeno, a pessoa fica como se estivesse “fora de si” e suas ações são atribuídas a uma força sobrenatural. Tal articulação corporal (liturgia) pode ser considerada, por si só, como um poderoso discurso sobre a validade de quem faz parte da crença religiosa pentecostal, a qual associa atos como esse ao “recebimento do batismo no Espírito Santo” na vida do fiel. É a partir desse contexto que propomos discutir um produto midiático que narra a representação de um transe místico, o qual pode ser considerado como fazendo parte fundante dos discursos identitários sobre o jeito de ser do evangélico brasileiro.

Ao analisar a linguagem audiovisual do transe religioso, no videoclipe *Batismo no ônibus*, da cantora gospel Andrea Fontes<sup>3</sup>, se faz possível perceber como o formato videoclipe ajuda na construção de um conteúdo religioso, assim como quais negociações são necessárias quando a religião se adentra em um ambiente comunicacional. Para tanto, o presente capítulo analisa o papel e a formação do videoclipe, situando sua importância dentro da atual cultura gospel, para, então, analisar o audiovisual dentro das discussões de Roger Bastide sobre o transe. Com isso, é possível traçar a figura maior que emerge da produção que propomos investigar.

---

1 Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). E-mail: rodrigo.follis@unasp.edu.br

2 Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). E-mail: flavia.medeiros2@uol.com.br

3 Tal videoclipe pode ser acessado através do seguinte link: <http://tiny.cc/q30e7y>. Acesso em: 12 abr. 2019.

Dentre as muitas formas que uma experiência religiosa pode acontecer, uma das mais frequentes no Brasil é o transe. Ele acontece em diversas manifestações religiosas, encontradas em diferentes tempos históricos. Nele a pessoa fica como se estivesse “fora de si”, seus gestos, danças, línguas e ações são atribuídas a uma força sobrenatural sagrada, que a pessoa não tem por si mesma, mas recebe desse ente sobrenatural. Como já afirmado, essa construção pode e deve ser encarada como sendo uma forma discursiva de utilização do corpo e também como uma maneira de se articular identidades a partir de contextos sociais. Mas aqui não tencionamos argumentar que a religiosidade deva ser vista como totalmente resumida através de esquemas linguísticos, de discurso, psicológicos ou meramente sociais. O religioso nos parece ser algo maior do que a individualidade de cada uma dessas questões, mas não vemos problemas em pensá-lo associado a lógicas individuais. Entretanto, precisamos nos manter à distância de possíveis dicotomias, para tanto, cremos que seja na discussão dialógica que obteremos um processo mais completo para entendermos as relações dos discursos e gêneros diferentes envolvidos no *corpus* do presente capítulo.

Partimos aqui da premissa de que, devido aos tranSES serem associados, em muitas igrejas evangélicas pentecostais, ao “batismo no Espírito Santo”, esse ato acaba por ser buscado pelos fiéis como uma demonstração discursiva de sua conversão. Ao representar uma importante manifestação do poder divino agindo no ser humano, tal ato acaba por se tornar base fundante e doutrinária de muitas denominações. Com isso, quem entende e aceita essa teologia compreende a importância dessa prática. E o oposto também é verdadeiro: aqueles que não entendem tais relações sociais e teológicas facilmente terão um tratamento de estranhamento e zombaria com esses tipos de atos. Aqui a alteridade é uma das regras para o entendimento correto dos discursos e ações dos indivíduos.

Uma condição fundamental para que tal transe aconteça é o uso de músicas rituais, pois elas ajudam as pessoas a chegarem até o estado necessário que se almeja dentro dessas práticas sociais. Isso se deve, imaginamos nós, por seu caráter extasiante capaz de criar um

clima onírico. Claro que não basta apenas a música, precisamos associar aqui contextos sociais e teológicos, além de significantes textuais considerados por todos os envolvidos como necessários para a apropriada produção dos sentidos esperados nesses discursos.

Dentro disso, como a pergunta base de nossa pesquisa, questionamos como a canção e, mais especificamente, um videoclipe, poderiam representar uma manifestação caracterizante desse tipo de transe. Dessa forma, este capítulo se propõe a observar como um videoclipe gospel contemporâneo procurou, através da linguagem audiovisual, demonstrar um transe religioso, especialmente um “batismo no Espírito Santo”. Aqui observamos a maneira como tal videoclipe articula a transmissão de um conteúdo religioso e nos questionamos quanto às adaptações e negociações feitas ao se misturarem esses dois contextos.

Como metodologia, primeiro, buscamos entender o que se constitui o campo de estudo sobre o videoclipe, depois situaremos o uso do videoclipe na cultura gospel e finalizamos a pesquisa analisando o videoclipe *Batismo no ônibus*, de Andrea Fontes, a partir da construção do seu discurso visual seguindo a lógica de Roger Bastide.

## Videoclipe

Nas últimas quatro décadas, o videoclipe passou a ser uma ferramenta de divulgação musical da indústria fonográfica. Com o transcorrer do tempo e os avanços tecnológicos, ele se tornou cada vez mais necessário em tal divulgação. Concebido basicamente como música para se apreciar na televisão, ele acabou por se tornar um dos grandes incentivadores do predomínio da imagem como construtora dos discursos na sociedade contemporânea. Dentro dessa realidade, é possível dizer que ele existe como um certo contraponto à música, cuja essência e o deslumbramento encontram-se no som. Se isso for aceito, entendemos que nele encontraremos um produto que seja a “imagem da música” e do próprio cantor/banda. Enfatiza, portanto, esse conceito da imagem como catalizadora dos enunciados sociais na atualidade.

Mesmo antes do início do videoclipe, a televisão se tornou um meio expressivo e de grande alcance. Afinal, foi a partir dela que a imagem penetrou e se popularizou tão profundamente na vida cotidiana do ser humano contemporâneo. Assim, tudo que ocorre acontece a partir dela, e se algo não seguir esse caminho não se torna de fácil conhecimento para as pessoas (YOSHIURA, 2007). A indústria fonográfica não poderia ficar de fora do espaço televisivo, assim como não poderia relevar a segundo plano o mundo das imagens, a menos que ela não quisesse ter grande apelo comercial e de divulgação. Contudo, esse espaço de apreciação musical televisivo/imagético não poderia durar o tempo de um *show*, nem mesmo se resumir aos programas musicais televisivos, nos quais o cantor/banda faz a exibição de uma ou duas canções. Essas eram opções limitadas e com pouco poder de escalonamento comercial para uma indústria que precisa da massificação como requisito básico para sua existência.

Nesse processo, sempre houve a necessidade de que imagem e som criassem efeitos polissêmicos em seu espectador, especialmente em seu público-alvo preferencial: os jovens. Portanto, era necessário se produzir um audiovisual com uma edição diferente daquela já utilizada em outros programas.

Só a partir dos anos 1980 chegaria finalmente o termo *videoclipe*. Clipe, que significa: recorte (de jornal, revista, por exemplo), pinça, grampo, enfoca justamente o lado comercial deste audiovisual. Temos delineada uma primeira característica do videoclipe: a noção de recorte, pinça ou grampo (SOARES, 2004, p. 23).

Em termos de linguagem audiovisual, o videoclipe recebeu a influência do cinema e da publicidade. Do cinema trouxe a linguagem estética, e da publicidade o apelo comercial (HOLZBACH, 2016; BRYAN, 2011). Em termos de narrativa, o videoclipe pode ter imagens não lineares ou possuir uma história encenada, que pode ou não ter relação com a canção (BRYAN, 2011). Já a história do videoclipe no Brasil pode ser dividida em três fases: 1) o videoclipe Fantástico, 2) a MTV Brasil e 3) a internet (SOARES 2004, 2013; BRYAN 2011; HOLZBACH, 2016). O videoclipe Fantástico é a fase

na qual o gênero videoclipe ficou conhecido no Brasil, remontando ao final da década de 1970 e toda a década de 1980. No programa semanalmente veiculado pela emissora Rede Globo, era lançado um videoclipe de um cantor/banda em alta. Nesses casos, ele seguia o padrão das produções da emissora, sem muita liberdade de criação para seus produtores ou mesmo para o cantor/banda. Nesse período também, outros poucos programas em outras emissoras veiculavam videoclipes, especialmente internacionais, mas eram pouco expressivos.

A segunda fase remonta à chegada ao Brasil da emissora MTV Brasil, em 1990. Essa emissora já havia se estabelecido em outros países desde o início da década de 1980, e tinha como objetivo veicular videoclipes 24 horas por dia. Era um nicho de mercado baseado na música para os jovens apreciarem na televisão. A MTV foi a responsável por expandir a linguagem do videoclipe. No Brasil, ela libertou o videoclipe do “padrão Rede Globo” e possibilitou que muitos cineastas e publicitários comesçassem a produzir seus próprios videoclipes. A MTV Brasil também possibilitou uma linguagem muito própria em termos de consumo e divulgação musical e revolucionou toda a indústria fonográfica mundial. Com ela, o videoclipe se tornou um gênero audiovisual consolidado em nosso país.

A terceira fase remonta à popularização da internet e, com ela, das plataformas de compartilhamento de vídeos. Nessa era, o videoclipe se populariza em termos de produção e divulgação em massa. E isso se dá devido à possibilidade de produção ser acessível a qualquer pessoa, que pode simplesmente gravar um “vídeo caseiro” e postá-lo na rede, inclusive fazendo releituras de videoclipes de cantores/banda famosos. Além, é claro, por causa da facilidade de acessibilidade a essas produções, inclusive com o uso de celulares, que pode ser feita na hora e no local que quisermos, sem ter que esperar o momento de ele passar na televisão. Além disso, tem sido cada vez mais comum o lançamento simultâneo de videoclipes de todas as músicas de um álbum, não sendo tal prática mais restrita apenas àquelas músicas especiais. Ou seja, a quantidade de produção de videoclipes hoje aumenta profundamente.

Em todos esses casos, a curta duração do videoclipe associa-se de forma eficiente com a rapidez do fluxo de informações iniciadas pela televisão e tem o seu ápice atual com a internet. Com a terceira fase marca-se também o declínio da MTV, pois, se o videoclipe pode ser distribuído de forma muito veloz e pode ser apreciado conforme o tempo e a vontade do espectador, o modelo de programação da MTV acaba por perder seu espaço. Com isso, a internet retirou do videoclipe sua essência inicial, que era a de música, para se apreciar na televisão e o coloca no patamar de música para se ver e ouvir em todos os lugares. Mas em que local entra o videoclipe gospel nessa história? Para entender como ele se popularizou entre os cantores/bandas gospel, é preciso, antes, compreender um pouco sobre a cultura gospel brasileira.

### **A cultura gospel**

A cultura gospel no Brasil desenvolveu-se paralelamente e de forma concomitante à chegada da MTV Brasil, ambos os processos inseridos em um momento cultural e econômico específico. Por cultura gospel entendemos “um fenômeno que integra o sistema do capitalismo globalizado”, no qual “toda a transformação e tudo o que se apresenta como novo entre os evangélicos que experimentam este modo de vida é uma expressão do mercado” (CUNHA, 2007, p. 198). Na cultura gospel e sua lógica de mercado, bens religiosos são vendidos como forma de entretenimento para os evangélicos brasileiros.

Nesse período, surge a indústria fonográfica, propulsora de cantores/bandas gospel, e cada vez mais se produz música visando não apenas à adoração litúrgica, mas a atender o mercado consumidor. Logo, existe uma mudança no conceito da utilização da música religiosa: se por muito tempo ela era considerada por sua função litúrgica dentro de alguma cerimônia nos templos, agora ela passa a ser escutada em qualquer lugar, qualquer hora, qualquer circunstância e, acima de tudo, ela passa a ser também um objeto de venda. Com isso, o evangélico não precisa mais frequentar o culto para ouvir os cantores/bandas religiosos. Ele pode ir a uma casa de show, a um

estádio de futebol ou a qualquer lugar que possibilite uma grande aglomeração de pessoas para prestigiar um “show gospel”. Cunha (2007) descreve a “explosão gospel no Brasil” como proveniente do avanço da tecnologia, da mídia, do consumo de objetos materiais e do lazer como estilo de vida social. Assim, temos a base formadora

da expressão cultural gospel: música, consumo e entretenimento. Esta é resultado de um processo de ampla aceitação do público evangélico e parcela de uma estratégia de ampliação do mercado fonográfico (religioso e secular), que coloca em evidência os artistas e os ministérios de louvor e adoração, mas também um símbolo sagrado, um bem religioso (CUNHA, 2007, p. 199).

Na diversidade de bens de consumo do mercado fonográfico da cultura gospel, está o consumo do videoclipe. Afinal, se a cultura gospel utiliza-se de todos os aparatos de divulgação da música secular, não é de se espantar o uso do videoclipe para estar em sintonia com a cultura musical contemporânea. Assim, cantores/bandas gospel começam a produzir seus videoclipes para serem veiculados em diversos programas específicos de emissoras evangélicas, tais como o *Clip Gospel*, da emissora Rede Gospel, ligada à Igreja Apostólica Renascer em Cristo; *Clip RIT*, da emissora RIT TV, ligada à Igreja Internacional da Graça de Deus; e o programa *Caixa de Música*, da emissora TV Novo Tempo, ligada à Igreja Adventista do Sétimo Dia. Esses programas seguem a lógica dos programas da MTV Brasil, especialmente aqueles nos quais os videoclipes mais pedidos pela audiência são veiculados. Sua linguagem e cenários também seguem a linguagem da MTV. Um ponto interessante é que, mesmo com o declínio da MTV Brasil e a popularização do videoclipe na internet, esses programas em emissoras evangélicas ainda continuam na grade, demonstrando que, na cultura gospel, a televisão ainda tem um papel significativo na divulgação e absorção por parte dos fiéis.

Entretanto, o videoclipe gospel consegue um espaço maior de divulgação e distribuição na internet, e a própria popularidade de um cantor/banda gospel, em sua maioria, é medida pelo número de visualizações de um determinado videoclipe em *sites* especializados ou pelo número de seguidores que eles têm em alguma rede social.



Textos com esses números e informações são recorrentes em *sites* das biografias dos cantores/bandas gospel.

Dessa forma, podemos considerar que a imagem na cultura gospel exerce um papel de consolidação do cantor/banda, bem como de significação e ressignificação do conteúdo religioso. Podemos afirmar, assim, que “as mídias criam novas textualidades nos discursos das religiões” (NOGUEIRA, 2015, p. 9); com isso, o videoclipe gospel negocia seu formato com o conteúdo religioso, e o conteúdo religioso se molda ao formato do videoclipe, pois:

A diversidade das expressões religiosas se deve principalmente à diversidade de suas formas. Dentro de uma única tradição essa diversidade pode ser encontrada: nela, religião é falada, escrita, tornada visual, expressada corporalmente, transformada em etiquetas para o comportamento, em temperos de refeições sacras, traduz-se em normas para o corpo, em alquimia de elementos e palavras. Ainda que amplificada em nosso tempo, a diversidade religiosa já era constitutiva das expressões religiosas desde suas origens, devido aos diferentes códigos que formavam (NOGUEIRA, 2012, p. 15).

Na dupla negociação entre formato do gênero audiovisual videoclipe gospel e o conteúdo de uma mensagem com sentido religioso, ocorre também uma negociação com aspectos da realidade assim como com os aspectos da ficção. Esse último aspecto é típico do videoclipe, pois, para pinçar suas imagens sobrepostas e transmitir conteúdo audiovisual polissêmico para seus consumidores, recursos de ficção são frequentemente utilizados. Dessa dupla relação entre ficção e realidade podemos destacar que:

De fato, a realidade e ficção se relacionam de uma dupla forma: a) a realidade é pouco, é insuficiente para a ficção, e b) a realidade é muito, é demais para a ficção. Na perspectiva de a), de que a realidade é pouco para a ficção, destaca-se o fato de que há uma deficiência de relações e sentidos na realidade. É a ficção que os fornece, ela ordena e supre o mundo com o que lhe falta: sentido. Em b) se dá o contrário: a realidade é multifacetada, muito ampla e não pode ser descrita por todos os textos do mundo (NOGUEIRA, 2015, p. 127).

Essa dupla relação entre a realidade e a ficção aparece de forma clara no videoclipe que analisamos no presente capítulo, à medida que adapta o transe religioso visando à transmissão de uma mensagem relacionada às experiências religiosas. Isso acontece em diversos momentos, pois os elementos em destaque nas imagens estão mais próximos da realidade, mas em outros momentos adquirem aspectos de ficção, em uma negociação que se faz normal dentro do roteiro e que objetiva a transmissão mais fiel da mensagem pretendida pelo produtor.

### **O transe no videoclipe *Batismo no ônibus***

O videoclipe gospel que escolhemos analisar para demonstrar como uma experiência religiosa adaptou-se ao formato videoclipe, especialmente numa experiência de transe, chama-se *Batismo no ônibus*, da cantora gospel Andrea Fontes. Segundo o *site* da Som Livre, na página sobre a biografia da cantora, esse videoclipe merece destaque pelo número de visualizações na internet: “Com mais de 30 anos de trabalho, emplacou sucessos, como a canção [*sic*] ‘João viu’, ‘Permissão de Deus’ e ‘Batismo no ônibus’, esse último tendo se tornado clipe fenômeno da internet com mais de um milhão de visualizações.”<sup>4</sup> Acreditamos, no entanto, que o elevado número de visualizações desse videoclipe não esteja relacionado apenas ao seu conteúdo religioso e à aceitação dele, mas também a ele se utilizar de elementos considerados por muitos como “bizarros”. A própria tentativa de demonstrar um transe religioso em um audiovisual descontextualizado de uma cerimônia religiosa pode gerar nos “telespectadores” que estão fora desses códigos rituais uma significação discursiva negativa. Afinal, os códigos rituais e as experiências religiosas dependem de contextos específicos para serem compreendidos e necessitam de uma imersão nesses universos de linguagens, o que poderíamos denominar, nesse caso, como uma semiosfera pentecostal.

---

4 Vídeo disponível em: <http://tiny.cc/q10e7y>. Acesso em: 28 out. 2017.

As imagens do videoclipe seguem uma narrativa linear que busca, com as imagens, encenar o conteúdo da canção<sup>5</sup>. A música segue um estilo forró, mas possui alguns trechos de declamação da letra. A narrativa audiovisual conta a história de um “irmão” da igreja que buscava o “fogo divino”, ou seja, o “batismo no Espírito Santo”. Nas primeiras cenas, vemos esse homem assistindo a um culto na igreja. Ali algumas personagens estão em meio ao “transe”,

---

5 Letra da canção: Certo irmão tinha desejo de ser batizado com fogo divino/ Ser pentecostal e foi para uma festa/ Um culto abençoado onde o monte fumegava, era fogo total/ No meio daquele fogo, uma irmãzinha cheia/ Batizada por Jesus, do banco levantou, começou a marchar/ E dançar na igreja e o irmão vendo aquilo, logo duvidou e disse:/ “Eu quero ser batizado com fogo, mas pra ficar assim Eu não quero e nem creio” Jesus Cristo usou um vaso na/ Congregação, enviou onde estava aquele irmão e disse:/ “Eu vou te batizar no ônibus cheio”/ Declamação:/ Ai, o irmão tocou no outro irmão/ que estava ao seu lado e disse: “essa profecia/ Não foi pra mim porque eu sou dono/ de uma grande empresa, tenho uma frota de carro, não ando de ônibus./ É... mais o que Deus fala, Deus cumpre./ Passados alguns dias.../ Certo dia ele acorda pra ir pra sua empresa,/ tenta ligar o primeiro carro e ele não pega,/ vai para o segundo carro, não pega e assim foi um a um./ O Espírito Santo não deixou nenhum pegar./ Quando chegou no último carro/ ele lembrou da profecia e pensou:/ ‘pronto vai se cumprir hoje,/ Mas eu não vou de ônibus, eu vou de taxi./ “É... mas veja só como Deus faz.../ E foi para a parada esperar um taxi,/ o que passava estava cheio/ Pra agonia dele,/ e de repente para um ônibus pra onde ele ia/ E o mesmo estava lotado, só cabia ele/ “Eu chego atrasado, mas nesse não vou”/ De repente, lá vem outro, para o seu alívio/ Jesus teve misericórdia, e chegou a benção/ Do mesmo que passou, só que agora vazio/ Declamação:/ Aí, o irmão pensou:” pronto, o ônibus tá vazio,/ a profecia não pode ser cumprir/ minha empresa não é tão longe, não vai dar pra encher”/ É... mas de repente o irmão começa a lembrar/ daquele culto abençoado, esquece a profecia e começa a glorificar:/ “Ó glória! Ó culto gostoso! Ó glória a Jesus!/ E o irmão glorificando/ nem percebe que aquele ônibus que passou/ cheio quebrou e o povo teve que passar todinho pro ônibus que ele estava/ É... ele ficou ligado dando glória/ aleluia, de repente,/ num certo momento, Jesus, pow, / batiza o irmão com o Espírito Santo./ O irmão começa falar em língua estranha, não se contenta em ficar sentado, fica de pé / e começa a marchar, todo bem arrumado,/ engravatado e o ônibus vira um alvoroço/ O motorista para o ônibus e pergunta :/ “Que negócio é esse que está acontecendo aí?/ Alguém diz: motorista, tem um homem aqui dentro que ficou/ Doido, tá falando uma língua que ninguém entende/ e quando a gente toca nele/ Leva choque, meu Deus do céu o que a gente faz”/ “Ah... vamos descer esse camarada aí/ e chamar o guarda pra fazer alguma coisa,/ leva pro hospital ou pro manicômio,/ aqui dentro ele não pode ficar.” É.../ Foi uma dificuldade pra descer o irmão/ E todo povo desceu pra ver no que daria/ Fizeram uma roda aquela multidão/ Era tanto benzimento, tanta ave-maria/ Foram chamar o guarda/ Que já foi difícil abrir caminho/ entre o povo que estava lá/ Quando o guarda viu o irmão,/ se abraçou com ele E em línguas, também começou a falar /Declamação:/ Aleluia, eta glória a Deus!/ não era que o guarda era crente/ e batizado com espírito santo,/ já entendia o mistério?/ Aí, foi que o povo assombrado e disse: aí gente, ninguém encosta, não./Ninguém encosta que esse negócio pega!/ E pega mesmo. irmão, comece a glorificar a Deus onde você estiver, que Jesus pode te encher de poder hoje./ Na cozinha, na sala, no quarto, na varanda, varrendo, lavando louça, passando pano na casa, como estiver.../Glorifica!!!/Desse jeito é o Deus da bíblia Sagrada/ Ele decide e faz do jeito que ele quer/Se ele promete cumpre ele nunca falha/ É desse jeito esse é o jeito que ele é/ Não se preocupe, irmão somente dê glória/ Deixa o povo dizer que é coisa absurda/ Arrebenta tudo, mas o que ele fala cumpre, mesmo que pra o mundo pareça loucura.

o que é possível de se perceber pelas expressões corporais e também devido à própria narrativa musical. Nesse contexto, o personagem principal pensa, e isso é relatado na música: “Eu quero ser batizado com fogo, mas para ficar assim, eu não quero e nem creio.”

Outra personagem, também tomada pelo transe, profere ao personagem principal a mensagem divina de que ele será batizado, mas isso acontecerá em ônibus cheio. Na mesma hora, o personagem comenta com alguém que está ao seu lado, também sentado no banco da igreja, que isso não era uma “profecia” factível, pois ele é “dono de uma empresa, de uma frota de carros”, e não precisaria nunca andar de ônibus.

A partir desse momento se desenrola uma sequência de cenas em que o personagem vai trabalhar, mas nenhum de seus carros funciona, então ele se lembra da “profecia” e por isso decide ir ao trabalho de táxi, mas não consegue pegar nenhum. E, por isso, é forçado a ir de ônibus, mas antes ele decide deixar passar o primeiro “carro”, que estava cheio, para entrar no segundo, que estava vazio, pois assim a “profecia não iria se cumprir”. Entretanto, o ônibus cheio quebra, e os passageiros são transferidos para o ônibus em que o personagem estava. Sem perceber, ele se lembra do culto e começa a dizer “palavras de adoração” e, já com o ônibus cheio, ele finalmente é “batizado no Espírito Santo” e começa seu transe ali mesmo.

Esse transe gera uma confusão no ônibus: alguns personagens parecem assustados, outros dizem que é loucura, outros afirmam que o homem deve ser levado ao hospital, especialmente quando ele começa a “falar em língua estranha”. O motorista para o ônibus e pede para todos descerem, mas ele continua em seu transe. Um guarda de trânsito é chamado, mas ele também era pentecostal e, por conhecer esse código religioso, é o único que entende o acontecimento, por isso abraça o homem e fica em transe também. No fim, algumas cenas são retomadas para a narrativa musical falar sobre o cumprimento da profecia. A cantora Andrea Fontes aparece em várias cenas cantando, mas ela não interage em nenhuma delas. É o que podemos chamar de uma “narradora observadora”.

Os produtores do videoclipe *Batismo no ônibus*, ao transportarem a experiência do transe para o formato da linguagem do videoclipe, buscaram o hibridismo das linguagens, pois juntaram a experiência audiovisual com uma experiência religiosa específica. Doravante, propomos observar quais e como aparecem os elementos do transe nesse videoclipe; para tanto, faremos essa observação a partir das perspectivas de Roger Bastide sobre o transe.

### **O transe místico: linguagem e sociedade**

Um dos primeiros pontos a destacar é que o transe é uma libertação social para as mulheres, pois “é graças a esses cultos que a mulher reage contra seu estatuto social de dependência para tornar-se um ser sagrado, que de agora em diante pode ser superior a seu esposo” (BASTIDE, 2016, p. 122). Na representação do transe no videoclipe, podemos ver duas mulheres que receberam o poder sagrado: uma que durante o culto entrou no estado de transe, representado pelos movimentos gestuais e corporais que fazia, e a outra que emitiu a “profecia” de que o personagem principal receberia o “poder sagrado”. Essas representações conferiram às mulheres o empoderamento do sagrado dentro da narrativa, bem como um destaque social dentro do grupo da igreja. É possível afirmar, portanto, que uma das funções da possessão seria a modificação do estatuto social dos inferiorizados (BASTIDE, 2016, p. 122).

Outra característica do transe que aparece é o fato de ele ser considerado uma honra, tantos para as mulheres como para o guarda, assim como para o próprio personagem principal, que teme, mas no fim aceita ser “batizado pelo Espírito Santo”. Como Bastide (2016, p. 98) destaca, tanto “o africano, como o cristão, tem uma atitude ambivalente diante do fenômeno místico: considera-o uma eleição e uma honra, porém ao mesmo tempo se assusta” por causa dele. Assim, os personagens principais seguem aquilo que Bastide (2016, p. 98) afirma quando lembra que “quando o indivíduo revela sua aptidão para entrar em transe, ele não cessa de cultivá-lo, socializá-

lo, protegê-lo de todos os erros possíveis mediante as barreiras das normas coletivas ou as ações preventivas da história dos deuses”.

A busca do “batismo pelo Espírito Santo” era importante especialmente porque “no misticismo cristão, o papel dos direitos de consciência é fornecer ao transe do místico um conjunto de representações coletivas herdadas do passado cristão” (BASTIDE, 2016, p. 143). Ou seja, para que os membros da igreja relatada possam se sentir parte do grupo, dos seus códigos rituais e místicos, eles precisavam ser “batizados com o fogo pentecostal”. Temos aqui um sentimento de pertença religioso, importante fator identitário. É interessante notar que, segundo a narração da canção e das imagens do videoclipe, o personagem principal é um homem rico, empresário, dono de uma frota de carros, mas, que, contudo, recebe a “profecia” de que será batizado num ônibus cheio, e isso é um anticlímax que acontece na narrativa, com a intenção de demonstrar aos “telespectadores” do videoclipe que “Deus é poderoso”, que faz obras “aparentemente absurdas à lógica humana”, como a própria letra da música relata: “*Desse jeito é o Deus da Bíblia Sagrada / Ele decide e faz do jeito que Ele quer / Se Ele promete, cumpre, Ele nunca falha / É desse jeito esse é o jeito que Ele é / Não se preocupe, irmão somente dê glória / Deixa o povo dizer que é coisa absurda*”. Aqui vemos grandemente a força identitária de tais articulações discursivas.

Outro aspecto interessante sobre como o transe é retratado no videoclipe está no fato de ter acontecido fora do momento da cerimônia, afinal, ele acontece no cotidiano de uma corrida de ônibus. A “profecia” revelada ao personagem principal já indicava o caráter extraordinário no qual o transe dele ocorreria, e por acontecer fora do espaço e tempo ritual, seus códigos de linguagem não foram totalmente entendidos pelos demais personagens que participaram daquela ação. Assim, podemos salientar que o videoclipe e a própria canção retrataram um transe fora dos “padrões” pré-estabelecidos nas manifestações religiosas, pois, como aponta Bastide (2016, p. 136), o transe:

mesmo constituindo o “momento forte” da cerimônia, não se manifesta em qualquer lugar ou qualquer hora. Ele se inscreve em uma série de gestos dos quais é a culminação e, no fim, é eliminado por uma série de gestos que são inversos dos primeiros. O transe é, portanto, um elemento em uma estrutura cerimonial ininteligível fora dessa estrutura, porque é ela que lhe confere sentido.

Assim, podemos dizer que a narrativa audiovisual do transe no videoclipe demonstrou um aspecto doutrinário fundante das instituições religiosas que acreditam no “batismo no Espírito Santo”, entretanto, houve uma negociação com as práticas da religiosidade populares que demonstram as fortes modificações trazidas na esteira da cultura gospel discutida no começo do presente capítulo. Essa cultura acaba por sacralizar o secular e, muitas vezes, “profanar” o que era considerado totalmente sagrado e separado (RIVERA, 2015).

Salientamos com isso, e já antecipados anteriormente, que os aspectos místicos do transe encenados no videoclipe podem ser considerados como parte de uma ficção, especialmente por aqueles que não fazem parte desse código de linguagens rituais e que recebem toda a narrativa como totalmente fora de sua realidade e, portanto, só podendo ser falsa e produzida ficcionalmente. Entretanto, para as pessoas que estão incluídas nesses códigos, o videoclipe representa uma realidade, que inclusive é buscada com muita devoção. Assim, o que para os de fora dos códigos da linguagem religiosa ritual pentecostal parece humor, com aspectos do bizarro e do grotesco, para os de dentro é algo sério, poderoso, bonito e emocionante. O que muda, na verdade, é o referencial de quem observa e, portanto, indica que as categorias de classificações são mutáveis segundo tais observações. Afinal, como já afirmava Thomas Kuhn (2003, p. 150): “O que um homem vê depende tanto daquilo que ele olha como daquilo que sua experiência visual-conceitual prévia o ensinou a ver.”

### **Considerações finais**

No presente capítulo, buscamos entender como os códigos de linguagens do videoclipe como gênero audiovisual podem ser

percebidos nos funcionamentos dos códigos da linguagem religiosa. Como argumentamos, ambos são recheados de hibridismos, com alto teor polissêmico, em constante negociação entre formas, conteúdos e classificações. Defendemos que, através da análise de um videoclipe, podemos perceber como a religião vai se apropriando, transformando, negociando, ressignificando outros códigos de linguagem, para, enfim, transmitir sua mensagem dentro da contemporaneidade. Independentemente daqueles que aceitam e entendem a mensagem passada ou daqueles que não a entendem e a acham bizarra, qualquer que seja a interpretação obtida, uma coisa é certa: a discussão passará pela imagem como catalizadora de nossa maneira de ver e agir no mundo. Assim, os estudos da mídia, da música, do cinema, do videoclipe e de outros audiovisuais podem nos revelar aspectos significativos da construção do imaginário religioso como também do agir contemporâneo. E esse deveria ser um interessante objeto de estudo para todos os cientistas sociais, interessados em entender essas articulações trazidas pela nossa sociedade imagética.

## REFERÊNCIAS

BASTIDE, Roger. **O sonho, o transe e a loucura**. São Paulo: Editora Três Estrelas, 2016.

BRYAN, Guilherme. **A autonomia no videoclipe brasileiro**: estudo da obra de Roberto Berliner, Oscar Rodrigues e Maurício Eça. 369f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

CUNHA, Magali do Nascimento. **A explosão gospel**: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

FONTES, Andrea. Batismo No Ônibus. 2019. (4m48s). Disponível em: <http://tiny.cc/q30e7y>. Acesso em: 12 abr. 2019.

HOLZBACH, Ariane Diniz. **A invenção do videoclipe**: a história por trás da consolidação de um gênero audiovisual. Curitiba: Appris, 2016.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2003.



NOGUEIRA, Paulo Augusto de Souza. Religião como texto: contribuições da semiótica da cultura. *In*: NOGUEIRA, Paulo de Souza (Org.). **Linguagens da Religião**: desafios, métodos e conceito centrais. São Paulo: Paulinas, 2012, p. 13-30.

NOGUEIRA, Paulo Augusto de Souza. Religião e ficcionalidade: modos de as linguagens religiosas versarem sobre o mundo. *In*: NOGUEIRA, Paulo Augusto de Souza. (Org.). **Religião e linguagem**: abordagens teóricas interdisciplinares. São Paulo: Paulus, 2015, p. 115-142.

RIVERA, Dario. Sentidos das linguagens religiosas: perspectivas sociológicas. *In*: NOGUEIRA, Paulo Augusto de Souza. (Org.). **Religião e linguagem**: abordagens teóricas interdisciplinares. São Paulo: Paulus, 2015, p. 279-305.

SOARES, Thiago. **A estética do videoclipe**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

SOARES, Thiago. **Videoclipe**: o elogio da desarmonia. Recife: Livro Rápido, 2004.

YOSHIURA, Eunice Vaz. **Videoarte, videoclipe**: investidas contra a “Boa Forma”. São Paulo: Porto das Ideias, 2007.

A silhouette of a hand with fingers spread, set against a warm, golden-brown background. The hand is positioned on the left side of the frame, with the fingers pointing upwards and to the right. The lighting is soft and directional, creating a strong contrast between the dark hand and the bright background.

Parte 4

---

# Estudos de Aplicação em Análise do Discurso

---



# A IDEOLOGIA DE MERCADO E A RELIGIÃO: UMA ANÁLISE DISCURSIVA DE PERCEPÇÕES DO CENÁRIO EVANGÉLICO BRASILEIRO

*Éder Wilton Gustavo Felix Calado*  
*Larissa Sigulo Freire*

## **Introdução**

O discurso religioso consiste em objeto bem revisitado em trabalhos de Análise do Discurso (AD), inclusive por estar cada vez mais forte nas mídias televisivas, sendo objeto de críticas e de aderência por parte das próprias pessoas comuns, que amam seus ícones ou acusam as personagens midiáticas de roubo, distorção, enganação, dentre outros. Não buscamos ser taxativos, mas historiadores que mostram que a lógica do mercado sempre foi presente nas religiões, antes mesmo da institucionalização do Cristianismo pelo Império Romano.

Assim, o presente artigo tem por objetivo versar sobre a ideologia de mercado presente no Protestantismo Neopentecostal hoje, ramo do Cristianismo do qual faz parte a maioria dos expoentes religiosos vistos na televisão brasileira. Para isso, discorreremos brevemente sobre o conceito de ideologia para a AD, para a compreensão de que a ideologia interpela os sujeitos a ponto de todas as esferas da sociedade reproduzi-las, incluindo aquelas que pouco têm a ver com ela.

Após a conceituação de ideologia para AD, abordaremos o mercado religioso desde o nascimento do Cristianismo. Para isso, trataremos um pouco da pesquisa apresentada por Leonildo Silveira Campos, em seu livro *Teatro, templo e Mercado*, de 1997, obra de referência nos estudos do movimento neopentecostal no Brasil.

Por fim, analisaremos uma tira de Carlos Ruas que retrata a negociação da abertura de uma franquía de uma igreja. Porém não

queremos adentrar no aspecto humorístico da tira, que é o que ela tem de mais rico, mas a utilizaremos para mostrar que a ideologia de mercado adentrou tanto alguns movimentos religiosos que diversos deles podem ser vistos hoje como um negócio. Obviamente que não pretendemos fazer afirmações definitivas sobre o sentido da tira, nem acusações a nenhum movimento religioso, apenas oferecer uma leitura de uma situação atual a partir da AD e explorar os possíveis efeitos de sentido de nosso *corpus*.

### **Conceito de ideologia para Análise do Discurso e a ideologia de mercado**

O conceito de ideologia é central dentro da AD de orientação francesa. Contudo, é um termo que possui suas especificidades, conforme o autor abordado, por isso é preciso remeter àqueles que são os formadores do conceito de ideologia adotado pela AD. Assim, nesta breve conceituação, remeteremos ao conceito em Marx, a sua releitura feita por Althusser e ao que Orlandi escreve sobre a noção discursiva de ideologia, para depois conceituarmos a ideologia de mercado e sua presença no cenário do Protestantismo atual.

Marx, juntamente com Engels, entendia que a ideologia se caracterizava como um conjunto de ideias da classe dominante utilizadas para dominar a classe dominada, entretanto, mascarando e distorcendo a realidade dessa classe. Isso faz com que a classe dominada reproduza um modo de viver, que é de interesse da classe dominante, sem perceber tal fato, uma vez que a ideologia é uma máscara da realidade. Por isso, Marx entende que a ação dos indivíduos não pode ser taxada como criminosa, já que não é intencional (SOUZA, 2006, p. 49).

Marx foi relido de diversas formas ao longo da História, a partir de perspectivas políticas, teóricas e estruturalistas, que é o caso da leitura feita por Louis Althusser, a quem Michel Pêcheux (1997) recorreu para formular sua teoria do discurso.

É preciso, então, introduzir o percurso teórico realizado por Pêcheux, pois, ao articular língua e história, ele verifica evidências da luta de classes. Nesse momento, se faz relevante a noção de

ideologia baseada nos pensamentos de Althusser, na busca por formular o conceito de formação ideológica. É considerando as relações entre classes que ele molda seu pensamento.

Com a ideologia como ponto basilar para a formulação de uma teoria materialista do discurso, Pêcheux (1997) se apoia em Althusser (1980) e seus dizeres sobre os Aparelhos de Estado (AE). Para Althusser, com o desejo de manter sua força, a classe dominante estabelece meios de continuar com sua exploração, utilizando-se de AE, podendo ser eles de repressão (Aparelhos Repressores de Estado – ARE) ou ideológicos (Aparelhos Ideológicos de Estado – AIE). Como participantes do primeiro grupo, é possível destacar a polícia, o Exército, as prisões etc. Já o segundo grupo abriga instituições como as igrejas, as escolas, a família entre outros. O autor ressalta que a homogeneidade da ação dos aparelhos não existe, uma vez que um aparelho repressor, mesmo que aja predominantemente pela força repressiva, não deixa de ser ideológico, sendo o contrário igualmente válido (ALTHUSSER, 1980, p. 46-47). Os AIE, portanto, carregam a força ideológica das classes dominantes, e “a hegemonia ideológica exercida através deles é importante para se criarem as condições necessárias para a reprodução das relações de produção” (BRANDÃO, 2012, p. 23). Isso é relevante, pois para Pêcheux (1997) os AIE se referem diretamente à luta de classes na manutenção dessas condições citadas, por meio da ideologia.

Althusser (1980) ainda compreende a ideologia a partir de três noções: “A ideologia não tem história”, “a ideologia é uma ‘representação’ da relação imaginária dos indivíduos com as suas condições de existência” e “a ideologia interpela os indivíduos como sujeitos”. A primeira noção eleva a ideologia a instância “omnipresente, trans-histórica, portanto imutável na sua forma ao longo da história” (p. 75), ou seja, presente no mundo sem que sua constituição se altere, diferentemente das ideologias em particular, as quais, essas sim, possuem suas histórias também particulares.

A segunda noção refere-se à ideologia como a relação dos seres humanos com suas condições reais de existência e como ela é imaginária, ou seja, é a representação da realidade, sendo ela a maneira

como os indivíduos vivem suas existências. A terceira noção, a que supõe a transformação do indivíduo em sujeito, tem um peso especial dentro da formulação althusseriana, pois apresenta seu caráter constitutivo. Isso porque, segundo o autor, a ideologia constitui sujeitos, mas é constituída essencialmente por eles também. Assim, a inter-relação diz respeito ao posicionamento tomado pelos indivíduos de acordo com determinadas ideologias, transformando-os em sujeitos. São todos, desse modo, sujeitos, pois todos praticam as ações, ou “rituais”, de reconhecimento ideológico. Portanto, a formação ideológica (FI) compreende as posições tomadas pelos sujeitos de acordo com as condições de produção, ideologicamente marcadas.

Assim, para Pêcheux, a constituição do sujeito é assunto primordial, pois segue seu pressuposto de que as palavras não carregam os sentidos em si mas dependem dos posicionamentos ideológicos, ou FI, tomados por aqueles (sujeitos) que as proferem. Pensando assim, é natural que se faça a ligação entre a construção dos sentidos e as formações ideológicas e, conseqüentemente, entre sujeito, ideologia e discurso.

Diante disso, conclui-se que Althusser, como Marx, entendia que a classe dominante criava mecanismos de manutenção de seu *status quo*, o que envolvia a reprodução de suas condições materiais, políticas e ideológicas. Nesse ínterim, o Estado desempenha papel fundamental, pois é quem mantém a ordem, intervindo pela repressão e pela ideologia, o que força a classe dominada a submeter-se à sua condição de explorada. Em suma, essa teorização de Althusser desemboca naquilo que ele chamou de AIE e ARE, que nada mais são que as instituições responsáveis por propagar a ideologia (AIE) e por manter a ordem, mesmo que pela força (ARE) (SOUZA, 2006, p. 51).

Remontamos ao conceito de ideologia para afirmar que o discurso religioso transmite uma ideologia, como qualquer outro discurso. Entretanto, o que se pode observar na religião, por meio de alguns de seus ramos, é a transmissão de uma ideologia de mercado, ou capitalista, incluindo a comercialização de seus bens.

Contudo, a AD entende que a transmissão da ideologia se dá por meio do discurso, o que nos faz voltar até o conceito de ideologia,

a fim de entendê-lo de forma discursiva, que nada mais é do que a teorização feita por Pêcheux a partir de Althusser, logo de Marx. Isso leva a AD a afirmar, de antemão, que a ideologia interpela o indivíduo em sujeito, ou seja, a ideologia é a condição para constituição do sujeito e dos sentidos (ORLANDI, 2007, p. 46). Assim, a significação que o sujeito faz do mundo é um processo ideológico, inclusive sua própria constituição como sujeito. Conforme escreve Orlandi (2007, p. 47): “A ideologia não é ocultação mas função da relação necessária entre linguagem e mundo. Linguagem e mundo se refletem no sentido da refração, do efeito imaginário de um sobre o outro”.

Porém, ao se tratar do discurso religioso — especificamente do neopentecostalismo visto no Brasil —, o que se pode observar é uma apropriação de uma ideologia capitalista (de mercado), um processo que se dá por meio do discurso. Isto é, o discurso capitalista adentrou a religião e é propagado por meio dela, atribuindo a tudo que a religião dá um preço monetário.

Essa ótica de mercado não existe somente após a consolidação do capitalismo, porém, conforme escreve o filósofo norte-americano Michael Sandel (2012), hoje estamos vivendo uma época em que praticamente tudo pode ser comprado e vendido, processo se intensificou nas três últimas décadas, mas que não escolhemos chegar a este ponto, foi algo que se impôs entre nós. Ou seja, a ideologia interpelou a sociedade como um todo e foi um processo inconsciente, conforme pensava Marx.

Quando a guerra fria acabou, os mercados e o pensamento pautado pelo mercado passaram a desfrutar de um prestígio sem igual, e muito compreensivelmente. Nenhum outro mecanismo de organização da produção e distribuição de bens tinha se revelado tão bem-sucedido na geração de fluência e prosperidade. [...] Os valores de mercado passavam a desempenhar um papel cada vez maior na vida social. A economia tornava-se um domínio imperial. Hoje, a lógica da compra e venda não se aplica mais apenas a bens materiais: governa crescentemente a vida como um todo (SANDEL, 2012, p. 11).

Por fim, uma sociedade de mercado consiste em um modo de vida permeado pelos valores de mercado, o que ocorre na sociedade



brasileira como um todo, inclusive com a religião, ou seja, a fé tem seu preço e pode ser bem rentável para quem a vende (SANDEL, 2012). Entretanto, não se pode dizer que a comercialização do sagrado é produto recente, fruto da intensificação da sociedade de mercado posterior à guerra fria. O que se vê atualmente é apenas a multiplicação e diversificação de um fenômeno antigo (ASSMANN, 1994), o que será trabalhado na seção seguinte.

### **O Protestantismo e a mercantilização do sagrado**

Desde o início da história da humanidade, o aspecto místico está presente como a forma que o ser humano tinha de significar o mundo a sua volta. Isso resultou na atribuição de papéis de intercessores a algumas pessoas, sendo elas as responsáveis por mediar a relação entre o ser humano e as divindades. Com o passar do tempo, chegou ao espaço religioso a troca do serviço sagrado por outros bens, como pagamento pela mediação. A evolução natural disso foi a troca do serviço sagrado por dinheiro. Assim, o sistema de mercado adentrou ao espaço religioso e isso não foi uma exclusividade do Cristianismo, pois diversos espaços sagrados possuíam seus comércios desde as épocas mais remotas da civilização. Dessa forma, o mercado religioso não se restringe apenas ao Cristianismo, mas nos ateremos a esta religião por motivo da análise posterior do *corpus*.

O Cristianismo nasceu em uma sociedade já habituada à comercialização do sagrado, uma vez que, no primeiro século de nossa era, já havia templos de diversas religiões praticando o comércio ao redor do espaço sagrado. Isso pode ser visto no Judaísmo da época, conforme o relato bíblico (BÍBLIA, Marcos 11, 15-17), trecho em que Jesus se revolta contra mercadores que ficavam no pátio do Templo de Jerusalém, os quais vendiam animais destinados ao sacrifício nas cerimônias.

Entretanto, o mercado religioso sempre encontrou opositores dentro dos movimentos cristãos, o que se iniciou já no primeiro século, quando muitos cristãos se mostraram avessos à sociedade organizada à sua volta. Isso se deu porque Roma exigia o culto aos seus

deuses por parte de todos os cidadãos, uma forma de obediência ao Império, porém os cristãos se recusavam a isso. Uma forma de penalizá-los era proibindo-lhes a participação no comércio, o que levou os cristãos a isolarem-se (CAMPOS, 1997). Esse isolamento foi um fenômeno presente em várias épocas do Cristianismo.

Desde a oficialização do Cristianismo pelo Império Romano, no século 4, houve adaptação do culto cristão a antigos templos, antes destinados a deuses pagãos.

Vários santuários locais foram reconsagrados aos mártires e santos cristãos, e com o passar dos séculos, um comércio de imagens, ícones e relíquias sagradas se estabeleceu ao redor deles, práticas essas que constituiriam mais de mil anos depois, aos olhos dos reformadores, evidências claras da “paganização” da Igreja Cristã, e que teriam permitido o surgimento de um vasto processo de sincretismo (CAMPOS, 1997, p. 170).

A liderança da igreja da época não foi capaz de influenciar as massas populares, com isso, por toda parte da Cristandade, multiplicaram-se cultos a diversos objetos sagrados, aos quais se atribuíam uma força miraculosa. Estes objetos, que as pessoas pensavam terem pertencido a santos ou por simplesmente terem sido usados nas missas, eram dados de presente, trocados, vendidos ou comprados, um comércio de artigos religiosos existentes às margens da religião institucionalizada (CAMPOS, 1997). Contudo, devemos lembrar que a Igreja Católica também fez os seus comércios, basta lembrarmos da venda de indulgências, um dos motivos que levaram à Reforma Protestante, no século 16.

Apesar do movimento da Reforma, iniciado por Lutero, se colocar contra o comércio sagrado, séculos depois, o Protestantismo passou a compreender a prática comercial como vocação santa, tanto quanto o ministério sacerdotal, o que possibilitou uma conciliação entre Deus e o dinheiro. Pois, paralelamente à Reforma, ocorriam na sociedade da época alterações importantes e que facilitaram modificações na prática econômica e religiosa, uma delas foi a urbanização, a qual facilitou a passagem do sistema de trocas para o de mercado. Entretanto, o crescimento das cidades favoreceu o

comércio, principalmente por dificultar as ingerências do clero e da nobreza, surgindo, assim, uma conduta própria entre os comerciantes (CAMPOS, 1997).

Essa prática de mercado foi favorecida pela teologia do reformador francês João Calvino, que entendia o comércio como um sinal visível da interdependência das pessoas, desde que realizada em um ambiente de paz e harmonia. Conforme Campos (1997), a ampliação do comércio e depois a industrialização levaram o ocidente para a economia de mercado amplo, um processo destinado a se globalizar.

Essas mudanças ocorridas no espaço social influenciaram diretamente o ambiente religioso de então, o que fez surgir uma rivalidade entre o Protestantismo e o Catolicismo, que causou muitas mortes no início. Posteriormente, a disputa fez com que os protestantes acusassem o Catolicismo de vender a fé por meio de seus rituais. Nesse espaço de tempo o Capitalismo se fortaleceu e foi muito bem assimilado pelo estilo de vida protestante. Tanto é que o Protestantismo ampliou sua participação no mercado de bens simbólicos por meio de missões evangelizadoras, extremamente eficientes, mas que fizeram seu caminho, muitas vezes, de mãos dadas com a “expansão militar, imperialista e capitalista, em direção às novas regiões de conquista na África, América Latina e Ásia” (CAMPOS, 1997, p. 175).

Leonildo Silveira Campos escreve que o sistema de mercado só atingiu o seu ápice no momento em que conseguiu adentrar a religião e passar a ocupar um espaço privilegiado dentro dela, o que resultou no fato de a religião ser transformada em mais uma mercadoria à disposição do freguês, sacralizando o mercado.

A partir desse triunfo do mercado, não se pode mais falar que a religião usa as leis do mercado para vender a sua mercadoria, mas que ela mesma se submeteu àquelas leis e se transformou numa mercadoria também vendável no mercado. A sua submissão aos interesses dos consumidores, fenômeno a nosso ver essencial para se entender o neopentecostalismo, traz de volta discussões sobre interioridade das pessoas, suas fantasias, desejos e sonhos, matéria-prima que sempre ligou magia e religiosidade popular (CAMPOS, 1997, p. 175).

Este processo resultou no fim do amor ao próximo em nome do individualismo, o que move uma sociedade de mercado, uma ideologia que visa apenas o lucro (CAMPOS, 1997). Esta noção leva Rubem Alves a escrever:

Sugiro que o fenômeno das empresas de cura divina deva ser compreendido segundo um modelo econômico e não religioso. O que lhe dá a sua configuração específica é o fato da *comercialização* de bens espirituais, e não o fato de serem espirituais os bens comercializados [...]. A meu ver, não estamos diante de uma manifestação religiosa que lança mão de métodos empresariais. Sugiro a direção inversa: a mentalidade de empresa aqui começa a produzir e a distribuir bens espirituais (ALVES, 1979, p. 115).

Assim, o que se pode observar em diversos movimentos protestantes é um predomínio do modelo empresarial, pelo qual se compra e se vende de tudo em nome neste meio, chegando ao ponto de as próprias igrejas serem comercializadas, vendidas como empresas para empreendedores que visam a lucrar neste mercado. Com isso, a análise que será feita a seguir parte dessa avaliação, ou seja, do entendimento da implementação de uma ideologia de mercado dentro da religião.

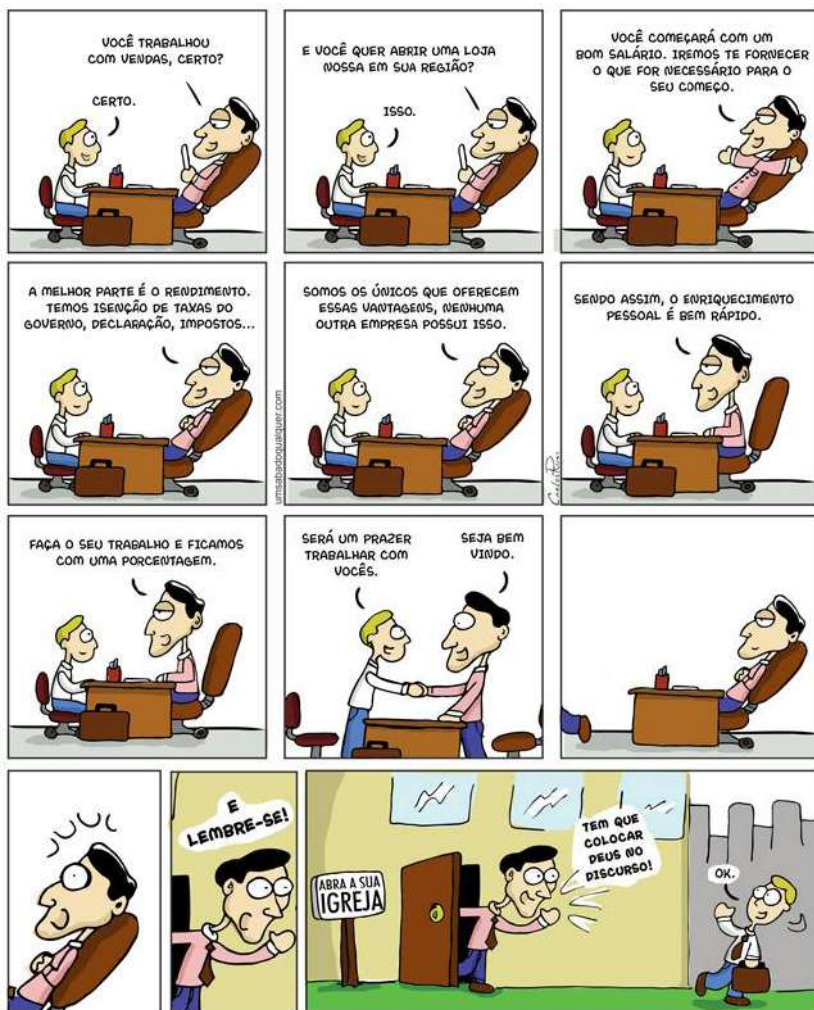
### **Análise do *corpus*: a religião à venda representada na tira de Carlos Ruas**

O objeto de análise selecionado contempla uma tirinha de autoria do designer e quadrinista Carlos Ruas. O autor é responsável pelo site *Um sábado qualquer*<sup>1</sup>, em que publica sua obra de humor com temática religiosa. Ele utiliza de elementos da esfera religiosa, personagens e eventos bíblicos, para abordar assuntos cotidianos ou polêmicos. Além do site, as tiras também são publicadas na página oficial *Um sábado qualquer* no *Facebook*, de onde nosso objeto foi selecionado.

---

1 Disponível em: <https://www.umsabadoqualquer.com>. Acesso em: 24 jun. 2019.

Figura 1 - Religião e mercado



Fonte: Um Sábado Qualquer<sup>2</sup>

Conforme se pode observar, o primeiro quadrinho da tira mostra uma negociação de um possível negócio de vendas, que na verdade é a abertura de uma franquia de um empreendimento em uma determinada região. Algo normal nos dias atuais, principalmente com a expansão das franquias, um negócio que apresenta suas vantagens.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/umsabadoqualquerofticial/photos/a.246364075380811.79836.213055635378322/1239907099359832/?type=3&theater>. Acesso em: 31 jan.2019.

Entretanto, ainda no terceiro quadrinho, o entrevistador fala sobre vantagens e segue dizendo que o negócio é extremamente lucrativo, com isenção de impostos, taxas do governo, declarações (quadrinho 4). Um efeito de sentido deste quadrinho é uma possível crítica ao fato de as igrejas estarem isentas de impostos enquanto empresas, cidadãos, dentre outros, sendo que todos estão sob a mesma ideologia e sistema. Essa ideia define uma separação, uns e outros, nós e eles, ou seja, grupos sociais específicos, classe, aqueles que são regidos pelas regras fiscais padrão e os que não são. Sobre ideologia e grupos sociais, Marilena Chauí (1985, p. 53) explica:

As classes sociais não são coisas nem idéias, mas são relações sociais determinadas pelo modo como os homens, na produção de suas condições materiais de existência, se dividem no trabalho, instauram formas determinadas da propriedade, reproduzem e legitimam aquela divisão e aquelas formas por meio das instituições sociais e políticas, representam para si mesmos o significado dessas instituições através de sistemas determinados de idéias que exprimem e escondem o significado real de suas relações. As classes sociais são o *fazer-se classe* dos indivíduos em suas atividades econômicas, políticas e culturais.

Com a afirmação de que o negócio tem diversas isenções, leitores mais informados já podem deduzir do que se trata a negociação, uma instituição, ou classe/grupo social, que não é limitado pelas mesmas exigências que o resto do mercado. Entretanto, excetuando-se a taxas governamentais, em qualquer negociação o vendedor da franquia falará de lucros, pois o objetivo dessa negociação é a venda, desse modo, a tira prossegue com o entrevistador afirmando que o franqueado, ou contratado, deverá pagar uma taxa dos lucros e que será um prazer trabalhar com ele.

A grande surpresa do leitor se dá nos últimos quadrinhos, momento em que o entrevistador chama à atenção do entrevistado que já se retirava e o lembra de que seu discurso deve falar de Deus, que será a fonte de seu lucro. O humor é intensificado pela imagem de uma placa que diz “Abra a sua igreja”. A fala do entrevistador, que neste momento já é o contratante, juntamente com a imagem da placa, mostram que a negociação era a da abertura de uma igreja, que é tratada no segundo quadrinho pelo termo “loja”. Este termo é carregado de sentido, uma

vez que loja é onde se vende algo, uma igreja/loja vai vender bens espirituais, ou seja, o fiel pagará para receber o que deseja de Deus. É possível inferir, dessa forma, uma forte presença da ideologia dominante na sociedade atual, a do sistema capitalista. Essa ideologia é a que propõe o acúmulo de bens e enriquecimento pessoal, como sugerido pelo “contratante” no sexto quadrinho.

Assim, o efeito de sentido produzido na tira pode ser o de que uma igreja hoje é um negócio, a comercialização de bens sagrados para aqueles dispostos a pagarem por eles. Este efeito de sentido reforma a tese de que a ideologia de mercado invadiu o espaço do sagrado. Porém essa invasão, e até confusão de espaços, não é algo recente, apenas foi intensificado nas últimas décadas, período de consolidação do capitalismo.

É possível também apreender da interação entre as personagens uma crítica a esse sistema e a forma como a religião se mercantilizou. Isso se dá pela importância que se deu a detalhes empresariais e mercantis, enquanto o fator religioso foi relegado a apenas uma pequena citação no futuro discurso do novo “contratado”. Deus, que deveria ser a motivação da religião, passou a ser um atrativo para que as pessoas frequentem a loja/igreja.

Portanto, a tira de Carlos Ruas indica que o predomínio da lógica de mercado no discurso religioso é algo percebido socialmente. Assim, o efeito de sentido observado é o de que Deus e suas bênçãos são produtos vendidos a fim de se alcançar o lucro.

### **Considerações finais**

O presente trabalho procurou abordar a ideologia de mercado presente no discurso e da prática da religião. Ideologia é um conceito fundamental para AD francesa, por isso, antes da análise do *corpus*, uma tira de Carlos Ruas sobre a negociação da abertura de uma igreja com finalidades lucrativas, conceituamos ideologia para AD. Além disso, abordamos o sistema de mercado existente na religião cristã desde sua origem.

Assim, pode-se dizer que a religião sempre esteve em relação com o mercado, já que templos e locais sagrados, em diversas épocas e locais, tiveram seus comércios. Hoje, apenas vemos a intensificação e diversificação desta lógica de mercado na religião.

A tira de Carlos Ruas mostra que a lógica de mercado passou a predominar na religião cristã a ponto de expressões dela se transformarem em um negócio. Isto está expresso na representação do processo de abertura de uma igreja como a iniciação de uma franquia de uma loja em outra região objetivando lucro.

Sendo assim, podemos afirmar que a ideologia de mercado interpelou os indivíduos a ponto de diversas dimensões da sociedade serem assimiladas por ela, incluindo o neopentecostalismo, parte do Cristianismo, que desde os primórdios, já se configurava como um negócio lucrativo.

## REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do estado**. Lisboa: Presença, 1980.

ALVES, Rubem. **Protestantismo e repressão**. São Paulo: Ática, 1979.

ASSMANN, Hugo. As falácias religiosas do mercado. *In*: MOREIRA, Alberto; ZICMAN, Renée. **Misticismo e novas religiões**. Petrópolis/Bragança Paulista: Vozes/Instituto Franciscano de Antropologia da Universidade São Francisco, 1994. p. 107-129.

BRANDÃO, Helena H. N. **Introdução à análise do discurso**. 3. ed. rev. Campinas: Unicamp, 2012.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Teatro, templo e mercado**: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis/São Paulo: Vozes/Simpósio/Editora e Universidade Metodista de São Paulo, 1997.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. 19. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

ORLANDI, Eni. P. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 7. ed. Campinas: Pontos, 2007.

PÊCHEUX, Michel. Ler o arquivo hoje. *In*: ORLANDI, E. (org.). **Gestos de leitura**. 2.ed., Campinas: Editora da UNICAMP, p. 55-56, 1997.

SANDEL, Michael J. **O que o dinheiro não compra**: os limites morais do mercado. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

SOUZA, Sérgio Augusto Freire de. **Conhecendo análise de discurso: linguagem, sociedade e ideologia**. Manaus, Editora Valer, 2006.





# ESTUDO DO GÊNERO DISCURSIVO ORAL PREGAÇÃO RELIGIOSA<sup>1</sup>

*Letícia Jovelina Storto*

## Considerações Iniciais

O discurso religioso evangélico neopentecostal midiático tem se mostrado muito persuasivo, apelativo e carregado de marcas interacionais. Assim, neste trabalho, objetivamos estudá-lo por meio da análise de pregações neopentecostais<sup>2</sup>. Para tanto, recorreremos à Análise Dialógica do Discurso (ADD).

---

1 Este trabalho é parte da tese de doutorado da autora, que agradece ao professor Dr. Paulo Galembeck (in memoriam) pela orientação.

2 Cunha (2007) divide as comunidades evangélicas em seis grupos: Protestantismo Histórico de Migração; Protestantismo Histórico de Missão (PHM); **Pentecostalismo** Histórico (caso da Assembleia de Deus); Protestantismo de Renovação ou Protestantismo Carismático; Pentecostalismo Independente ou Neopentecostalismo (caso da Igreja Mundial do Poder de Deus e da Igreja Universal do Reino de Deus); e Pentecostalismo Independente de Renovação (caso da Igreja Internacional da Graça de Deus). De maneira mais simples, o IBGE (2012) dispõe as Igrejas evangélicas em dois grandes grupos: Igrejas Pentecostais e Igrejas de Missão (também conhecidas como Igrejas Tradicionais, Igrejas Reformadas e Igrejas Protestantes). Nesse grupo, figuram as Igrejas Históricas (Protestantismo Histórico de Migração, Protestantismo Histórico de Missão e Pentecostalismo Histórico), o Protestantismo de Renovação; e naquele, o Neopentecostalismo e o Pentecostalismo Independente de Renovação. Pentecostalismo deriva de “Pentecoste”, palavra derivada do grego que significa quinquagésimo (dia), relativo à festa da colheita que era comemorada cinquenta dias após a Páscoa (KASCHEL; ZIMMER, 1999). Nascido nos Estados Unidos da América, o Pentecostalismo é “Movimento religioso nas Igrejas Reformadas e tb. no catolicismo, caracterizado pela busca de união com o Espírito Santo; PENTECOSTISMO” (AULETE, 2019, s/p). Desse grupo, “um grupo particular e que vem destacando-se por sua expansão e atuação é a igreja neo-pentecostal. Estas são igrejas dissidentes de outros grupos evangélicos que surgiram nas últimas duas ou três décadas, como a Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Renascer em Cristo, Igreja Jardim de Deus no Brasil, Igreja Casa da Bênção e outras dezenas [...]. Tais igrejas apresentam-se como um mundo que acolhe e protege, oferecendo o que as pessoas procuram na religião: atendimento das necessidades, sentido para a vida e controle do presente e do futuro.” (CERQUEIRA-SANTOS; KOLLER; PEREIRA, 2004, p.83 — grifos nossos). A grande diferença entre as igrejas pentecostais e as neopentecostais reside na “ênfase atribuída ao exorcismo — baseada sobretudo nas teologias da guerra espiritual e da prosperidade, da participação na política institucional, no investimento nas mídias e numa certa liberalização dos costumes” (ORO, 2011, p. 384). As igrejas **neopentecostais**, “além de seguir as principais crenças e doutrinas do pentecostalismo tradicional (atualização dos dons do Espírito Santo, inspiração pelo Espírito Santo e ‘batismo de fogo’, conversão e libertação do ‘mal demoníaco’, puritanismo de conduta e distância do ‘mundo’), o perfil das igrejas enquadradas nesses conceitos pode ser resumido, de forma ideal-típica, como segue: exclusividade nos serviços e meios de salvação com pouca abertura interdenominacional; ênfase na realização de milagres mediatizados

No que tange aos procedimentos técnicos utilizados, trata-se de uma pesquisa documental e bibliográfica: a primeira porque o trabalho tem como fonte documentos, no caso gravações, cujos conteúdos não tiveram ainda tratamento analítico e ainda são matéria-prima de investigação e análise (SEVERINO, 2007); a segunda porque o estudo de pesquisas anteriores foi empregado como técnica auxiliar na análise do material adotado e na compreensão dos fenômenos observados.

Selecionamos para estudo 26h40min de pregações proferidas por pastores neopentecostais que frequentemente circulam nas mídias digitais, em um total de 31 pregações, veiculadas na televisão aberta e na internet. Os pastores são Edir Macedo (Igreja Universal do Reino de Deus - IURD) (5 pregações); R. R. Soares (Igreja Internacional da Graça de Deus) (10 pregações); Silas Malafaia (Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo) (7 pregações); e Valdemiro Santiago (Igreja Mundial do Poder de Deus) (9 pregações). A escolha dos respectivos pastores deve-se ao fato de: serem líderes de Igrejas com expressivo número de adeptos e com dezenas de filiais espalhadas pelo Brasil e por outros países; serem televangelistas<sup>3</sup> e apresentarem programas televisivos, os quais são transmitidos por diferentes emissoras brasileiras e internacionais, e/ou radiofônicos; e por terem grande exposição na mídia e ministrarem cultos em redes de televisão, além de terem programas televisivos diários ou semanais.

Os critérios empregados para a seleção dos vídeos foram: (1) ordem em que aparecem nos resultados da pesquisa na página eletrônica do *YouTube*; (2) qualidade da gravação em termos de áudio e vídeo; (3) quantidade de acessos e visualizações e/ou de comentários dos internautas; (4) integridade na apresentação das pregações, ou seja, que elas estivessem preferencialmente completas. Os tópicos

---

pelas igrejas com testemunhos públicos dos mesmos; ênfase em rituais emocionais e, sobretudo, em rituais de cura, associados a uma representação demoníaca dos males; uso intenso dos meios de comunicação de massa: impressos, radiofônicos, televisivos e informatizados; combinação de religião com marketing, dinheiro e, em alguns casos, política; sensibilidade para captar os desejos dos fieis oriundos não somente das baixas camadas sociais; projeto de constante expansão, em alguns casos para além das fronteiras nacionais" (ORO, 2001, p.73).

3 Televangelista é o religioso que faz pregações por meio de programas de televisão.

e os locais onde ocorreram as pregações não foram usados como critérios para a inclusão ou exclusão de um vídeo. Assim, o *corpus* é formado por pregações que versam a respeito de distintos tópicos e que ocorreram em diferentes locais, não necessariamente uma igreja, tampouco a sede da igreja a que cada pastor pertence.

As pregações foram transcritas conforme as recomendações do *Projeto Estudo da Norma Urbana Culta da Cidade de São Paulo* (NURC/SP) (PRETI, 2005), e foram coletadas diretamente da página <https://www.youtube.com/>, de que foram baixadas e gravadas no computador para, em seguida, serem transcritas, por meio de transcrição grafemática<sup>4</sup>.

Para a seleção desses textos: (1) observamos a recorrência de estratégias argumentativas; (2) construímos o quadro tópico (tópico discursivo é o assunto da interação) das pregações, a fim de elencarmos aquelas que discorressem a respeito de assuntos em comum (buscamos as pregações que falassem, respectivamente, sobre fé, vida e mudança de vida, obediência ou temor a Deus e perdão); (3) verificamos os textos bíblicos citados, para buscar a repetição de livros.

### **Gênero Discursivo “Pregação Religiosa”**

Segundo Bakhtin (2019), toda atividade humana está relacionada ao uso da linguagem. Desse modo, “o emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana” (BAKHTIN, 2019, p.11). Assim, cada esfera da atividade humana elabora, de acordo com as condições de produção, de circulação e de recepção do seu discurso, respeitando estilo (verbal), conteúdo (temático) e construção composicional, seus “tipos

---

4 As transcrições podem ser: fonéticas (ênfase aos sons produzidos, utilizam-se, para isso, símbolos fonéticos); grafemáticas (utilizam-se grafemas para representar a língua falada; ênfase no como e no quê é dito; são mantidas marcas da oralidade; não se utilizam as convenções da língua escrita corrente, como uso normatizado de sinais de pontuação e outros); ortográficas (uso das convenções da escrita, tais como sinais de pontuação; elimina-se a maior parte das marcas de oralidade; ênfase no quê é dito; transcrição tipicamente utilizada em revistas e jornais).

*relativamente estáveis* de enunciados” (BAKHTIN, 2019, p. 12 - grifos do autor), ou seja, seus gêneros do discurso. Logo, os gêneros são determinados pelas condições específicas, necessidades e finalidades de cada esfera de atividade humana.

Cumpre salientar que, variando as situações e os propósitos comunicativos, modificam-se também os gêneros, daí se considerar sermão, pregação, homilia e estudo da Bíblia (ou Escrituras Sagradas) como gêneros distintos. Todavia, sempre podemos apelar a modelos mentais já internalizados, os quais servem como parâmetro tanto para o reconhecimento quanto para a produção de textos de gêneros variados. Esses modelos mentais são caracterizados por um conteúdo temático, uma construção composicional e um estilo (“seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua”) e são negociados sempre dentro de uma esfera da atividade humana (BAKHTIN, 2019, p. 11-12).

O conteúdo temático refere-se ao domínio de sentido de que se ocupa o gênero. A construção composicional é o modo de organizar o texto e estruturá-lo. E o estilo é a seleção de meios linguístico-discursivos de que o texto se vale. Além disso, cada gênero possui uma função (ou objetivo) predominante e um contexto de produção e de recepção. Tais elementos podem ser analisados dentro do que alguns teóricos chamam de capacidades de linguagem, que podem ser resumidas como faz Barros (2012, p.16):

Capacidades de ação: análise das representações do contexto de produção (contexto imediato e contexto social mais amplo); capacidades discursivas: análise da infraestrutura textual (plano textual global, tipos de discurso, planificação sequencial); capacidades linguístico-discursivas: análise dos mecanismos de textualização (coesão nominal, verbal e conexão) e análise dos mecanismos enunciativos (vozes e modalizações).

Assim, as capacidades de ação envolvem o conteúdo temático, a esfera da atividade humana, as funções, o contexto de produção e de recepção; as capacidades discursivas, a construção composicional; e as capacidades linguístico-discursivas, o estilo.

## Propósitos Comunicacionais de Pregações

Ramos (2011, s/p) afirma que a pregação é algo amplo, trata-se de “tudo o que a igreja vive na prática como testemunha do Evangelho. A proclamação do Evangelho é a grande tarefa missionária da Igreja”. Pregação “(do lat. *predicatio* e do gr. *kerugma*), em sentido lato é muito mais ampla que aquela peça oratória pronunciada no contexto celebrativo do culto”. Em sentido restrito, a pregação, segundo Adam (2016, p.14), “se caracteriza por uma adaptação da prédica do norte, da Europa e dos Estados Unidos especialmente, com acento na conversão individual de almas, principalmente de pessoas membros da catolicismo latinoamericano, em verdadeiras campanhas prolecionistas através do púlpito”. Enfim, “a homilética é o exercício que cada homileta faz na tentativa de comunicar e atualizar a Palavra de Deus para o seu tempo e a sua gente, convertendo-se à Palavra, ao seu tempo e à sua gente, permanentemente” (RAMOS, 2011, s/p).

Atualmente, esse gênero do discurso é marcado “pela experiência sensorial, em lugar da racionalidade protestante, com vistas à solução de problemas comuns da vida diária [...]. A prédica espetacular [“*prédica da idade ‘mídia’*”], amplia estas características para o âmbito das mídias e tecnologias da comunicação” (ADAM, 2016, p. 16). Nesse contexto, a atenção antes dada ao conteúdo, ao “verbal-oral-literário”, passa agora a ser direcionada ao “*imagético-visual-icônico*” (ADAM, 2016; SOUZA, 2007). Atualmente, entende-se que conteúdo e forma são indissociáveis na pregação, “*porque como se prega é, em grande parte, o que se prega*” (SOUZA, 2007, p. 8 – grifos do autor). Podemos falar em três fases da pregação:

Uma **prédica na idade média**, racional, com ênfase no conteúdo dogmático e teológico; de uma **prédica na idade mídia**, emocional, com ênfase na forma e nos recursos midiáticos do espetáculo e do entretenimento; ele fala também da **prédica na idade humana**, justamente como uma forma de combinar o melhor de dois mundos e propiciar uma prédica que contribua profeticamente para a construção de espaços de vida, de resistência, de dignidade humana e de esperança (ADAM, 2016, p. 19 – grifos nossos).

Consoante Pettry (2012, p. 26), “a mensagem da pregação para evangelizar os perdidos visa ao arrependimento, à fé e à consagração. A pregação é também o meio pelo qual os cristãos recebem nutrição na fé e são capacitados a amadurecer nela”. Silva e Dias (2010, p. 89) afirmam que

A pregação é no seu todo um gênero específico, sendo proferida normalmente num lugar específico (templo), ainda que possa ocorrer em outros ambientes, principalmente entre os evangélicos; numa ocasião específica (culto), com conteúdo e objetivo específico e, normalmente, por um indivíduo em particular, o líder religioso, ainda que os leigos possam também proferi-lo.

Os propósitos comunicacionais da pregação são, segundo Costa (2001, p. 11): instruir (*docere*); agradar (*delectare*); e persuadir (*flectere*). Silva e Dias (2010, p. 91) apresentam como objetivo da pregação “despertar a fé. Quando se dirige à própria comunidade evangélica, a pregação tem o objetivo de exortar a viver de acordo com essa fé”. Catenassi e Cito (2014, p. 37) dividem os objetivos principais da pregação em dois grupos:

A) Imediato – Evangelizar, anunciar a Boa Nova. O discípulo, quando prega, deve utilizar todos os seus talentos, dons, todo o seu amor, toda sua intercessão, em prol da evangelização.

B) Mediato – É conseguido com a obtenção do objetivo imediato. A finalidade mediata consiste na conversão dos ouvintes e também de curas, prodígios e milagres durante a pregação. É importante ressaltar que cabe primeiro ao pregador preocupar-se com uma boa evangelização, pois a conversão, cura, prodígios e milagres são obras do Espírito Santo.

Cumprido salientar que, segundo Jones (2008), não é objetivo da pregação dar lição de moral aos fiéis. Com base nas pregações analisadas, podemos verificar três objetivos mais gerais: converter os não fiéis, alimentar a fé dos convertidos e, nos dois casos, moldar o seu caráter. Para Jones (2008), a pregação apresenta duas etapas: primeira, converter as pessoas a se tornarem seguidoras/adeptas de determinada fé e, em seguida, após concluída a primeira etapa, reforçar nelas, agora fiéis, essa fé, fortalecendo-a, reiterando-a,

tornando-a mais sólida. Para Ramos (2011, s/p), “a ênfase da homilética reformada [relativo à Reforma Protestante] não era, portanto, convercionista, nem pretendia provocar emoções ou sentimentos, mas inspirava discursos cada vez mais catequéticos e doutrinários. O tom da tarefa do ministro clérigo torna-se predominantemente didático, mesmo a administração dos sacramentos é acompanhada por algum tipo de instrução”. Assim, a pregação objetiva doutrinar, instruir, ensinar.

Tais objetivos apresentam-se, muitas vezes, de modo bastante claro e até explícito nas pregações analisadas, como percebemos no próximo excerto.

#### EXCERTO 1

*PREGADOR: quem é que quer aceitar Jesus como senhor da sua vida?... os que não/ eu tô falando pros que não aceitou ainda... quem quer aceitar hoje Jesus como único senhor da sua vida e salvador?... cê aceita?... coloque a mão sobre o seu coração...*

Pr. Valdemiro Santiago – Pregação 06 – L. 314-316

Nesse trecho, o pregador explicitamente convida os não convertidos a “aceitem Jesus como seu Senhor e Salvador”, quer dizer, deixar de professar outra f e ou de não ter f e alguma para professar a f e doutrinada (apresentada) pelo pastor. Trata-se de um ato de vontade e de consciência, pois, segundo a f e cristã, ao aceitar Jesus, os fiéis se comprometem a mudar de vida, a seguir a vida conforme os mandamentos bíblicos, o que se refere a, entre outros, participar das celebra es religiosas periodicamente, batizar-se, fazer ora es a Deus, devotar-se de corpo e alma a uma f e. A proje o   que isso leve a mudanças de conduta, como: o fiel deve ser honesto, bom, deve perdoar ao próximo, deve ofertar financeiramente   comunidade de f e, entre outros.

Ademais, a conversão não   algo imposto ao auditório, ainda que o discurso seja bem articulado para levá-lo a tal ato, nem pode s -lo, porque ela gera obstáculos e dificuldades. Segundo o discurso dos pastores, a vida do convertido não   fácil, eles enfrentam abandonos (muitos amigos e parentes não aceitam a nova f e e, por isso,



deixam de se relacionar com os convertidos), humilhações, críticas, calúnias e outros. Além disso, eles devem fazer escolhas, as quais, muitas vezes, requerem deles a abnegação de bens e valores (o novo convertido precisa deixar certas ambições e comportamentos para viver como “crente”). Alguns desses aspectos são salientados nos próximos trechos retirados de pregações.

No texto seguinte, o locutor fala que o convertido precisa renunciar a tudo aquilo que não o leva à salvação, o que podemos inferir como atos corruptos, desonestos, promíscuos, consumo de bebidas alcoólicas e uso de drogas, entre outros. O objetivo primeiro da vida do convertido é a busca pela salvação eterna. Tudo aquilo que se coloca contra isso deve, segundo o discurso do pastor, ser abandonado.

#### EXCERTO 2

*PREGADOR: presta atenção pra você... ser... DE Deus.. pra você ter qualidade pra você ser um SUPER especial... pra ser um cidadão do reino dos céus... você tem que atender essa condição... você tem que... largar... deixar... tudo... deixar sua vida de lado... deixar os seus sonhos de lado... e colocar o objetivo... naquilo que é mais importante... que é... a sua salvação... amém... “quem quiser vir após mim... NEGUE-SE a si mesmo”... negue-se às suas vontades... aos seus desejos... TOME a sua cruz... que significa... você ASSUMIR... as humilhações as vergonhas... as gozações as zoeiras... que as pessoas vão fazer... com você por causa da sua fé... por CAUSA da sua fé que você vai ser zoadado ser zombado... criticado... vão rir de você... e SE você não tiver... essa fé FIRMEZA de caráter... então... você ainda tem que passar pelo/... pela outra prova que é... seguir Jesus todos os dias... dia... após dia... após dia... após dia...*

Pr. Edir Macedo – Pregação 03 – L. 246-256

Todavia, não basta mudar de vida, é preciso ainda “plantar a boa semente”, ou seja, praticar atos que favoreçam a salvação, tais como: ser bom, ser caridoso, ser fiel com as ofertas financeiras para a comunidade de fé, participar dos cultos etc. O próximo excerto apresenta o fato de que não basta “aceitar Jesus”, é imprescindível que o convertido mude de vida, posicione-se a favor de sua própria felicidade.

### EXCERTO 3

*PREGADOR: você tem que largar essa vida errada... e começa:r a planta:r... a boa semente... para que... daqui pra frente você venha... começar... a colher os bons frutos se você quiser... venha aqui à frente entregar a sua vida pra Jesus... se você não fez isso ainda... você ainda não entregou... você quer... e não adianta... simplesmente vir aqui na frente receber a minha oração... você tem que querer mudar... porque se você não muda de atitude de comportamento...*

Pr. Edir Macedo – Pregação 04 – L. 261-265

Em todas as pregações observadas, ora o objetivo primeiro era buscar a conversão a uma fé, ora alimentar a fé dos convertidos. Para isso, um objetivo secundário era levar a palavra de Deus aos fiéis, a fim de ensinar a eles, o que, por conseguinte, leva a um dos objetivos principais da pregação: moldar o caráter dos fiéis, porque mediante o aprendizado da Bíblia, o ser humano deve agir de determinado modo.

Além disso, notamos que, para aceitar a fé (“aceitar a Jesus”), é preciso mudar de vida, de atitudes, de comportamentos. Logo, o objetivo de converter os interlocutores para professarem a fé cristã leva, conseqüentemente, a outro objetivo, moldar o seu caráter, transformá-los em pessoas dignas de sua fé, em pessoas melhores, segundo a perspectiva religiosa que tomamos.

De modo amplo, o objetivo da pregação é modificar a vida das pessoas, é torná-la melhor por meio dos ensinamentos bíblicos, busca-se, assim, “transformar a realidade de vulnerabilidade a que a maioria do povo está sujeitado” (ADAM, 2016, p. 19). Souza (2007, p. 10) acrescenta que, hodiernamente, a pregação tem como objetivo “dar oportunidade para que as pessoas ouvintes pensem seus próprios pensamentos e cheguem às suas próprias conclusões”.

Enfim, os propósitos comunicativos da pregação religiosa são bastante diversificados e dependem do seu contexto de produção, algo que reitera a relativa estabilidade dos gêneros apontada por Bakhtin (2019). No entanto, podemos considerar como objetivos principais da pregação: instruir, ensinar, levar à (auto)reflexão, converter os não fiéis a professar uma fé, alimentar a fé dos fiéis já convertidos e, nos dois casos, “burilar” seu caráter, seu comportamento, objetivos presentes

implícita ou explicitamente em todas as 31 pregações examinadas e em algumas abordagens dos teóricos estudados (COSTA, 2001; CATENASSI; CITO, 2014; PROENÇA, 2011; SILVA; DIAS, 2010; RAMOS, 2011; ADAM, 2016; SOUZA, 2007).

### **Conteúdo Temático de Pregações**

O conteúdo temático da pregação é Deus e sua Palavra, pois Ele é origem e fim do discurso religioso cristão (VILA-CHÃ, 2008), seu instrumento e produto; não há, portanto, pregação que ignore ou diminua esse tema, que se faz central em todo e qualquer discurso que se diz religioso cristão, pois “Deus é o pressuposto daquilo mesmo que se anuncia no discurso” (VILA-CHÃ, 2008, p. 26). Todavia, hoje, a pregação não parte mais do texto bíblico, mas da realidade do auditório para se chegar à Bíblia (ADAM, 2016). Assim, “o povo, a comunidade, passam a ser vistos como protagonistas da pregação da Palavra. O principal instrumento da Teologia da Libertação, neste aspecto, será a Leitura Popular da Bíblia” (ADAM, 2016, p. 17). Assim, um tópico das pregações é a vida, a experiência ou o relato de vida (SOUZA, 2007; RAMOS, 2011).

Jones (2008, p. 44) afirma que o conteúdo temático da pregação pode ser dividido em duas seções: “a primeira é aquilo a que se poderia chamar de mensagem da salvação, o *herygma*, aquilo que caracteriza a pregação evangelística. A segunda é o aspecto didático, o *didache*, aquilo que edifica aqueles que já creram — a edificação dos santos”. O *Dicionário Bíblico* (BREVI, 2014, p. 90-91) afirma que a pregação do Novo Testamento tem três objetos (temas) centrais: o Evangelho ou o anúncio do reino de Deus e dos seus planos aos homens, o que inclui o que Jesus Cristo disse e fez; o convite à conversão e à participação na celebração da fé; o “nome” de Jesus, isto é, a sua elevação à categoria de “Senhor”.

A análise das pregações permite afirmar que os tópicos são variadíssimos, porém alguns são mais comuns, quais sejam: Deus ou Jesus Cristo e sua palavra; fé; vida (e mudança de vida); obediência e temor a Deus; salvação (e perdição); perdão, cura. Frisamos que,

segundo os textos analisados, o termo genérico Deus refere-se à trindade Deus Pai, Deus Filho (Jesus Cristo) e Deus Espírito Santo, em que três são um só Deus, conforme afirmaram os pastores de suas pregações.

Consideramos o tópico Deus e sua palavra como um supertópico, porque está presente explícita ou implicitamente em todas as pregações analisadas, o que podemos tomar como uma característica básica: o texto para ser pregação precisa falar de Deus e de sua palavra, a qual pode ser lida, parafraseada, citada, comentada ou explicada pelo pregador. Dessa forma, o supertópico está presente nos tópicos; logo, os tópicos podem ser entendidos como: fé em Deus; vida em Deus; experiência ou relato de vida; obediência e temor a Deus; salvação em Deus; perdão de/em Deus; cura por Deus; dízimo (oferta mensal de 10% dos ganhos do fiel) para Deus e outros. Isso é corroborado por Orlandi (1996) quando afirma que o discurso religioso é aquele em que a voz de Deus é ouvida, apresentando-se como sua principal característica. Lembrando o que nos disse Bakhtin (2019), como os gêneros são tipos relativamente estáveis de enunciados, o conteúdo temático dos gêneros, inclusive de pregações, pode ser alterado conforme o contexto sociodiscursivo em que está inserido.

### Sujeitos das Pregações

O locutor das pregações é o pregador, o mensageiro de Deus, que recebe títulos distintos relativos aos respectivos pregadores e seu credenciamento pela igreja a que estão vinculados, podendo ser, além de pastor, bispo, sumo sacerdote, missionário, apóstolo, pregador ou outro, conforme examinamos nos seguintes excertos.

#### EXCERTO 4

*PREGADOR: nem fique esperando do bispo \*\*\* “ah o bispo \*\*\*” ... vai... vai esperar de mim não... cê tem que esperar e contar... só com ele... porque eu só conto com ele também... eu não conto com você... amém?...*

Pr. Edir Macedo – Pregação 02 – L. 409-411

## EXCERTO 5

*PREGADOR: está lá no eh:... no Salmo vinte e sete versículo quatorze... na Bíblia do missionário é na página oitocentos e oitenta...*

Pr. R. R. Soares – Pregação 01 – L. 05-06

## EXCERTO 6

*PREGADOR: se não fosse o apóstolo você estaria abençoado do mesmo jeito... porque... o apóstolo não mudou a sua vida mas Deus escreveu o seu caminho”...*

Pr. Valdemiro Santiago – Pregação 01 – L. 118-119

Segundo Orlandi (1996), o locutor dos discursos religiosos não é autônomo, de modo a não poder e/ou dever modificá-los, pois ele é apenas um representante da voz de Deus, que, no contexto religioso, é soberana. Trata-se, portanto, da não reversibilidade do discurso religioso.

Por conseguinte, não há um sujeito-produtor no discurso religioso, mas um sujeito-reprodutor, porque padres, pastores, pregadores e afins são apresentadores da voz de Deus, por isso eles podem ser considerados como os “representantes de Deus na terra”. Logo, esse discurso apresenta muitas marcas de intertextualidade, de apoio ao discurso de outro, no caso na Bíblia, que é considerada pelos cristãos como a Palavra de Deus; trata-se, pois, de um discurso de autoridade que baliza aquilo que é afirmado pelo sujeito-reprodutor na pregação. “Assim, podemos definir o discurso teológico como discurso sobre outro discurso. (...) Aparece como um ‘comentário’ ao texto de origem” (ORLANDI, 1996, p. 259).

Entretanto, podemos aceitar que esse mensageiro é o sujeito-reprodutor do discurso religioso, é apenas um veículo, um canal, um instrumento, um representante da Palavra de Deus (JONES, 2008), que, no discurso religioso, é locutor e tema. Entretanto, esse mesmo sujeito é o sujeito-produtor da pregação, cujo enunciador é Deus; mas o locutor é o seu mensageiro, que exerce um papel social bem definido: pastor e/ou pregador (isso porque nem todo pregador é pastor, mas todo pastor é, por conseguinte, um pregador). Trata-se, por conseguinte, de um “porta-voz autorizado” (AMOSSY, 2011), do mandatário e procurador de Deus na Terra. Isso corrobora a autoridade do discurso religioso, já que “o poder das palavras deriva da adequação

entre a função social do locutor e seu discurso: o discurso não pode ter autoridade se não for pronunciado pela pessoa legitimada a pronunciá-lo em uma situação legítima” (AMOSSY, 2011, p. 120).

Segundo Citelli (2006, p. 61), “o eu enunciador [do discurso religioso] não pode ser questionado, visto ou analisado; é ao mesmo tempo o tudo e o nada”, já que se trata de Deus; e Ele, segundo Jones (2008), não é passível de questionamentos quando em âmbito religioso. Com isso, a voz de Deus plasma “as demais vozes, inclusive a daquele que fala em seu nome: o agente religioso (pastor, padre, rabino etc.)”. Trata-se, de acordo com Citelli (2006), de um discurso autoritário e altamente persuasivo.

Se o enunciador na pregação é Deus, um ser espiritual e, “de acordo com a crença, imortal, eterno, infalível, infinito e todo-poderoso; os ouvintes são humanos, logo, mortais, efêmeros, falíveis, finitos, dotados de poder relativo. Na desigualdade, Deus domina os homens” (ORLANDI, 1996, p. 243). Por isso, a relação entre eles se estabelece em termos de poder, em que “Deus é poder”; e o ser humano, submisso a tal poder. Sendo o pregador o representante desse poder, deve o fiel se submeter hierarquicamente a ele (ALTHUSSER, s/d; ORLANDI, 1996).

Trata-se, assim, de uma relação assimétrica, ainda que afetiva, na qual Deus permanece no topo da relação, os pastores/padres/pregadores encontram-se abaixo e, na base, estão os fiéis. Quanto mais acima estiver, maior poder detém sobre os demais, embora, no contexto religioso, o laço que une os interactantes seja a fé em Deus e o modo de professar essa fé, é justamente a fé e, por conseguinte, seu poder (“tudo pode aquele que nEle crê”) que reforça essa assimetria. “Interpretando-se a fé com referência à assimetria, podemos dizer que a fé não a elimina”, pois “a fé é uma graça recebida de Deus pelo homem, com fé, tem muito mais poder, mas como a fé é um dom divino, ela não emana do próprio homem, lhe vem de Deus” (ORLANDI, 1996, p. 250). Além disso, “a fé é um móvel para a salvação” (ORLANDI, 1996, p. 250); logo, os crentes<sup>5</sup> estão salvos, já os não crentes não estão.

---

5 Tomado aqui como aquele que crê em algo, que tem fé.

Conseqüentemente, há dois destinatários da pregação: as pessoas convertidas (os fiéis, os crentes) e as pessoas a se converter (os não crentes), em outras palavras, os que têm fé e os que não têm (ORLANDI, 1996). Hierarquicamente, aquele que tem fé detém mais poder que aquele sem fé, pois, além de tudo, já está “salvo da danação eterna”, segundo o discurso religioso evangélico aqui estudado. Assim, verificamos uma organização piramidal dos interactantes do discurso religioso. Tal organização leva-nos à representação social da Idade Média, em que, no topo, encontrava-se o clero, e, na base, os camponeses e os servos (escravos). Na pirâmide religiosa, encontram-se, hierarquicamente distribuídos de modo decrescente, Deus, os seus representantes diretos na Terra (padres e pastores), os convertidos e os não convertidos.

### **Intertextualidade em Pregações**

Geralmente, a principal fonte de informação da pregação (e do discurso religioso) é um texto escrito, que é diferente de acordo com a crença religiosa e que embasa os seus princípios e dogmas. Trata-se de seu texto/discurso constituinte (MAINGUENEAU, 2000) ou texto/discurso fundador (ORLANDI, 1993)<sup>6</sup>, que dos cristãos é a *Bíblia*, dos muçulmanos é o do *Alcorão*, dos espíritas de ordem kardecista é o *Livro dos Espíritos*, o dos judeus é o *Tanakh* (ou *Tanach*) e a *Torá* (que faz parte do *Tanakh*), dos budistas é o *Tripitaka* e dos hindus é o *Veda*.

Voltando à pregação, a Bíblia é o seu texto de base, sendo utilizada como discurso de autoridade, já que não se trata do que o pastor diz, mas daquilo que a Bíblia e, por consequência, do que Deus diz, o que, por conseguinte, faz com que o discurso seja incontestável e confiável, tomado como único, certo e verdadeiro. A busca aos textos sagrados é importante porque “linguagem religiosa está revestida de um sentido e da autoridade daquele que representa Deus, que fala em seu lugar, mas que também não é Ele” (WILSON, 2003, p. 156). Assim, “o recurso ao intertexto (os excertos bíblicos) vem outorgar autoridade à fala do locutor, que, com isso, garantiria maior aprovação,

---

6 Como explicado anteriormente, apesar de não se enquadrar em um trabalho em Análise do Discurso de linha francesa, utilizamos alguns termos da área por considerarmos pertinentes ao estudo empreendido.

maior aceitação e conformação às palavras de Deus” (WILSON, 2003, p. 156-157). Isso porque o locutor não deve fazer qualquer interpretação do texto, mas aquela única que é permitida pelo texto. Silva e Dias (2010, p. 89) afirmam que a pregação é “um gênero basicamente expositivo, o pregador lê um texto (uma passagem, no dizer evangélico) da Bíblia e, a partir daí, faz as suas considerações, tentando aplicar os ensinamentos do texto às situações vividas por seus ouvintes”.

Por tudo isso, são inúmeras, nas 31 pregações examinadas, as referências a textos bíblicos, os quais são retomados por meio de paráfrase ou *ipsis litteris*, pois “a interpretação própria da palavra de Deus é, pois, regulada. Os sentidos não podem ser quaisquer sentidos: o discurso religioso tende fortemente para a monossemia” (ORLANDI, 1996, p. 246), como podemos ver nos exemplos que seguem, nos quais são retomados, de maneira direta ou indireta, textos bíblicos. Grande parte das pregações analisadas tiveram referência a alguma passagem do texto sagrado. Cumpre ressaltar que, em todas as pregações analisadas, a Bíblia foi citada ao menos uma vez, como já era esperado.

#### EXCERTO 7

*PREGADOR: nos primeiros livros da Bíblia... Números onze... e versículos... a partir... do versículo... treze... mas... mas propriamente olha só... o povo tava reclamando por carne... não é isso?... o povo tava reclamando carne... “ôh... tô cansado... de comer pão... esse maná... eu tô cansado dessa vida aqui no deserto”... aí... diz assim... Moisés diz pra Deus... “donde teria eu carne para dar a todo este povo?... pois cho::ra diante de mim dizendo... dá-nos carne para que possamos comer”... aí ele... continua... “eu sozinho não posso levar todo este povo... pois me é pesado demais”... “pois me é pesado demais”...*

Pr. Edir Macedo – Pregação 02 – L. 195-201

#### EXCERTO 8

*PREGADOR: abra sua Bíblia aí... Apocalipse capítulo dois... Apocalipse dois... versículo sete... então... diz assim... quem tem... ouvidos... quem tem ouvidos... ouça... o que o espírito... diz às Igrejas... quer dizer o espírito santo referindo-se ao espírito santo... Jesus... está endereçando sua mensagem a sua palavra... pra Igreja... não é para os incrédulos... não é para os céticos...*

Pr. Edir Macedo – Pregação 03 – L. 08-12



## EXCERTO 9

*PREGADOR: está lá no eh:... no Salmo vinte e sete versículo quatorze... na Bíblia do missionário é na página oitocentos e oitenta... aqui está escrito assim... “espera no senhor... anima-te... e ele fortalecerá... o teu coração... espera pois... no senhor”... meu amigo... quando Deus lhe abre... uma revelação da palavra... aquilo ali é um retrato dele que ele está dando pra você... aquilo ali ele/é:... como se ele dissesse... “é assim... que eu quero ser pra você”...*

Pr. R. R. Soares – Pregação 01 – L. 05-10

## EXCERTO 10

*PREGADOR: eu vou falar hoje aqui pra você de início... a respeito de um assunto muito sério que Jesus falou... que está lá no livro de... Mateus... é Mateus? é Mateus... capítulo... dezoito... começando em versículo vinte e três... isso aqui... é pra você... colocar como se diz a barba de molho...*

Pr. R. R. Soares – Pregação 07 – L. 15-18

## EXCERTO 11

*SMA: ... abra a sua Bíblia em segunda Coríntios... capítulo dois... versículo dez... e versículo... onze... segunda carta de Paulo aos Coríntios... capítulo... de número... dois... versículo dez e versículo de número onze... diz assim o texto da palavra de Deus... diz o texto... da palavra... de Deus... “e a quem perdoardes alguma coisa... também eu... porque o que eu também perdoei se é que tenho perdoado... por amor de vós... o fiz... na presença de Cristo... para que não sejamos vencidos por Satanás... porque NÃO... ignoramos... os seus... ardis”...*

Pr. Silas Malafaia – Pregação 04 – L. 16-21

## EXCERTO 12

*SMA: ... a Bíblia diz... em Romanos dez dezessete... que “a fé vem pelo ouvir”... e eu ouvi a palavra de Deus... eu tô pregando a palavra de Deus... é possível... ser produzida... fé... no teu coração... CREIA nes-sa ma-nhã... CREIA... em no-me de Je-sus... que as promessas são... pa-ra vo-cê...*

Pr. Silas Malafaia – Pregação 07 – L. 55-58

## EXCERTO 13

*PREGADOR: ... Romanos capítulo cinco acompanhe comigo por favor... leia comigo essa palavra por favor... “a justificação pela fé e a paz com Deus”... é o que nós precisamos... poderia ser assim... essa mensagem/ esse título aí pode ser traduzido... se você quiser... “a justificação pela fé... e a paz com Deus”...*

Pr. Valdemiro Santiago – Pregação 05 – L. 01-04

## EXCERTO 14

*PREGADOR: ... Deuteronômio capítulo oito... Jesus falou “está escrito” quando Jesus falou... ele tava pensando lá em Deuteronômio oito que já existia nos pergaminhos ele já tinha lido... e ele sabia... se ele mesmo inspirou aquela palavra... o Moisés né?... ele fala... “o homem não vive só de pão”... ele usou a Bíblia... é... e o diabo continuou bombardeando achou aí meu filho?... isso aí é Deuteronômio é?... Deuteronômio oito... e três?... ah lá... “que o homem não vive”?... “o homem não?”... comé/como é que é?... “que não só de pão viverá o homem mas de tudo que procede da boca do senhor viverá o homem”... Deuteronômio lá da onde Jesus tirou ó... olha da onde ele tirou... é... aó o Diabo continuou... qual foi o próximo passo do Diabo meu filho?... olha o que que o Diabo falou... “então o Diabo o levou à cidade santa colocou-o sobre o pináculo do templo”... lá em cima... “se és filhos de Deus ATIRA-TE... abaixo... porque está escrito... ‘aos seus anjos’”...*

Pr. Valdemiro Santiago – Pregação 09 – L. 139-149

Como notamos, geralmente, os pastores mesclam leitura de passagens da Bíblia com comentários e/ou explicações, a fim de mediar a leitura do texto tanto para facilitar sua compreensão quanto para direcioná-la. Por isso, uma estratégia de leitura muito empregada em pregações é a paráfrase. Como dito antes, a paráfrase é um tipo de retomada do conteúdo em que há alteração da forma, de modo a haver entre os enunciados (matriz e parafrástico) uma relação de equivalência semântica (HILGERT, 1997). Assim, na paráfrase, um enunciado anterior é recuperado em um posterior com algumas distinções, sejam elas semânticas ou distribucionais. Em pregações, é utilizada para deixar a mensagem mais clara e compreensível ao auditório, sendo, por isso, um recurso muito utilizado.

### **Argumentatividade em Pregações**

Além do mais, as pregações são um gênero argumentativo da ordem do expor argumentativo, pertencente ao discurso misto interativo-teórico. É interativo porque é escrito em primeira pessoa, reporta-se diretamente ao seu interlocutor, tentando manter com ele maior proximidade e porque são explicitados o tempo e o espaço em que a interação ocorre, seja por meio do próprio contexto físico das pregações *in loco*, seja pelo discurso dos pastores, seja pelas informações contextuais encontradas nas páginas eletrônicas em que os textos

são disponibilizados ou na abertura<sup>7</sup> de algumas pregações. As marcas da subjetividade são bastante claras nas pregações tanto mediante elementos dêiticos de pessoa quanto vocativos e formas verbais. Só a título de exemplo, citamos algumas linhas do início de uma pregação de cada pastor, nelas foram marcadas as referências pronominais.

#### EXCERTO 15

*PREGADOR: daqui a pouquinho eu vou falar pra vocês... a respeito do segredo... da fé... como você pode mudar a sua vida... COMO você pode mudar a sua vida... porque nós temos ferramentas...*

Pr. Edir Macedo – Pregação 01 – L. 30-35

#### EXCERTO 16

*PREGADOR: agora eu queria você de pé... porque eu quero que você... a:bra o seu coração... Deus vai usar o Fabiano aqui... naquela canção*

Pr. R. R. Soares – Pregação 01 – L. 34-35

#### EXCERTO 17

*SMA.: eu quero trazer uma palavra pra você sobre... você precisa ser de-ter-mi-na-do... esse texto mostra... que Daniel... era... um homem... deter::minado... aí você po::de... me perguntar... ahn?...*

Pr. Silas Malafaia – Pregação 01 – L. 18-20

#### EXCERTO 18

*PREGADOR: Deus Ele... é diferente de tudo que você conhece... éh... de tudo que nós conhecemos... Deus não depende de nós pra nada... - - gente eu queri/ eu queria falar eu queria pregar vocês*

Pr. Valdemiro Santiago – Pregação 01 – L. 01-02

Por se tratar de um discurso que se quer envolvente e, por conseguinte, persuasivo, nas pregações as marcas de intersubjetividade são abundantes, porque favorecem o engajamento dos interlocutores, de modo que eles se sintam parte do grupo e, ao mesmo tempo, importantes como ser único que são. Além disso, em geral, o discurso é construído por meio de verbos pertencentes ao mundo narrado, de que fazem parte os tempos presente, pretérito perfeito

---

7 Algumas pregações analisadas, apresentam uma abertura que muitas vezes contextualiza a pregação.

composto, futuro do presente, futuro do presente composto e as locuções verbais formadas com esses tempos (KOCH, 2011). Segundo Koch, o tempo zero do mundo comentado é o presente, o que explica a recorrência desse tempo nos excertos (e em todas as pregações):

- a) você pode mudar a sua vida... COMO você pode mudar a sua vida... porque nós temos ferramentas...
- b) eu quero que você... a::bra o seu coração...
- c) eu quero trazer uma palavra pra você sobre... você precisa ser de-ter-mi-na-do... esse texto mostra... que Daniel... era... um homem... deter::minado... aí você po::de... me perguntar...
- d) Deus Ele... é diferente de tudo que você conhece... éh... de tudo que nós conhecemos... Deus não depende de nós pra nada...

Trata-se de um gênero caracterizado por um discurso teórico, pois ele é construído por meio de verbos do mundo narrado na terceira pessoa discursiva. Para distanciar-se daquilo que afirma, o locutor, em pregações, geralmente emprega verbos no modo indicativo no pretérito perfeito simples, pretérito imperfeito, pretérito mais que perfeito, futuro do pretérito e locuções verbais formadas com esses tempos (KOCH, 2011), como verificamos nos excertos que seguem, nos quais os pastores explicam trechos bíblicos ao auditório.

#### EXCERTO 19

*PREGADOR: Moisés era um homem de paz... pacífico... muito pacífico... Moisés não foi como... Gideão... que chegou pra Deus e falou "senhor... se tu és conosco por que não nos aconteceu isso?"... não... Moisés era um homem pacífico... homem... de paz... mas chegou um momento na vida dele... chegou um estado... da vida dele... um estágio na vida dele... em que ele orou assim...*

Pr. Edir Macedo – Pregação 02 – L. 16-20

#### EXCERTO 20

*PREGADOR: ... Jesus falou da seguinte maneira... e o que Jesus falou é a plena verdade... João oito cinquenta e quatro na Bíblia do missionário é na página mil seiscentos e setenta e quatro...*

Pr. R. R. Soares – Pregação 02 – L. 59-61

Nessa atividade linguageira, narram-se fatos ficcionais, especialmente aqueles relativos ao discurso bíblico, e acontecimentos vividos

(relatos), os quais funcionam como estratégias argumentativas, já que funcionam para a persuasão do auditório. Conseqüentemente, percebemos muitos exemplos e testemunhos nas pregações analisadas.

### **Construção Composicional de Pregações**

Quanto à construção composicional, as pregações não apresentaram uma construção rígida, de modo que as características composicionais relacionam-se mais à figura do pregador que propriamente ao gênero. Contudo, em geral, as pregações são: iniciadas com uma saudação seguida de leitura bíblica ou da apresentação do tema; desenvolvidas em torno de um texto bíblico ou de um tema; e concluídas com uma oração e/ou uma bênção. Fato que chamou a atenção foi a mescla (hibridização) de gêneros presentes na pregação, em que podemos verificar especialmente: (1) oração; (2) cântico; (3) bênção; (4) testemunho; (5) propaganda; (6) exorcismo<sup>8</sup>; (7) convite — em ordem de recorrência.

Com base no estudo das pregações, verificamos que, globalmente, o gênero planifica-se como uma sequência argumentativa. Esquemáticamente, podemos apresentar o plano textual<sup>9</sup> como segue: (1) saudação e/ou bênção; (2) oração; (3) leitura bíblica; (4) apresentação do tema da pregação, em geral centrado em um texto bíblico ou em assunto relacionado à fé/vida cristã, cuja explicação se apoia na Bíblia; (5) opinião/tese inicial (nem sempre explícita); (6) argumentos de defesa da tese geralmente fundamentados na Bíblia; (7) oração; (8) bênção final.

Todavia, essa estrutura não é rígida, já que depende muito do estilo de cada pastor, do local em que a interação *in loco* ocorre e do tópico da pregação.

---

8 Segundo o Dicionário Aulete Digital, exorcismo é “Pext. Qualquer rito, oração etc. para afastar maus augúrios, pragas, moléstias, tempestades etc.”. Durante as leituras, percebemos que o pastor pode direcionar o seu discurso a satanás, o que acontece ora em meio à pregação, ora em meio à oração. Contudo, como as características desse discurso distinguem-se daquelas desses dois gêneros, consideramos tratar-se de um gênero à parte, cujo enunciatário não é Deus, mas o diabo, e cujos objetivos não são agradecer, exaltar, pedir, mas expulsar, repudiar, rejeitar, reprimir o enunciatário. Logo, é outro gênero discursivo; no caso, o exorcismo ou a oração exorcista.

9 Esquema construído com base na recorrência apresentada nas 31 pregações examinadas.

## Considerações Finais

A pregação é um gênero discursivo oral pertencente à esfera religiosa da atividade humana. Como sua modalidade de uso da língua é a falada, as pregações pertencem à interação oral, em geral realizadas face a face. Elas, nos últimos tempos, têm servido a diferentes propósitos comunicativos, tais como: explicar textos bíblicos; exultar o nome de Deus e/ou de Jesus Cristo; apresentar ensinamentos (bíblicos, morais, éticos); converter fiéis e outros.

Cumpra comentar que, em geral, as pregações aqui analisadas fazem parte de um contexto discursivo mais amplo, o culto. Logo, dentro desse contexto (que pertence à esfera religiosa), há inúmeros gêneros discursivos (pregação, testemunho, cântico/hino/salmo, saudação, oração, mensagem, louvor, avisos e recados, apelo, agradecimentos, bênção, provérbios, parábolas, entre outros), diferentes interlocutores, objetivos, entre outros. Contudo, analisamos aqui unicamente as pregações de determinados pastores, tendo sido ignoradas demais partes dos cultos, a não ser que elas fizessem parte da pregação do pastor, como acontece com o testemunho, a oração, o cântico e outros, os quais, nesse contexto, funcionam como uma importante estratégia argumentativa utilizada pelos pastores. Resumidamente, temos o seguinte:

**Quadro 1 - Características do gênero discursivo oral pregação**

SÍNTESE DAS CARACTERÍSTICAS DO GÊNERO DISCURSO ORAL PREGAÇÃO RELIGIOSA
<b>CONTEÚDO TEMÁTICO E CONTEXTO</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Prática social: convencimento dos interlocutores não convertidos a aceitarem determinada fé; reforço da fé dos interlocutores já convertidos.</li><li>• Gênero falado, de caráter religioso, presente na esfera religiosa ou teológica, também presente na esfera evangélica e católica de vertente carismática.</li><li>• O texto fundador e a principal fonte de informação é a Bíblia.</li><li>• Espaço físico: especialmente, igrejas e templos religiosos; no entanto, pode ocorrer em outros locais em que se realizam cerimônias religiosas, em geral devido à grande aglomeração de pessoas que desejam participar da cerimônia.</li><li>• Espaço midiático: televisão, rádio e internet.</li><li>• Suporte físico: cultos religiosos evangélicos.</li><li>• Suporte midiático: páginas eletrônicas das Igrejas e <i>Youtube</i>.</li><li>• O gênero circula em meios religiosos e canais de rádio e televisão religiosos, além de ser muito comum na internet.</li></ul>

CONTINUA

## CONCLUSÃO

- Tempo: as pregações podem ser realizadas diariamente ou 2x, 3x, 4x, 5x e 6x por semana. Há comunidades religiosas em que há duas pregações diárias, e elas ocorrem no mínimo uma vez por semana.
- A pessoa física que prega é, em geral, um pastor, considerado o representante de Deus na Terra.
- Os destinatários são, em geral, os fiéis ou aqueles que desejam se converter a determinada fé, ou seja, eles assumem o papel de alguém que quer ou precisa mudar de vida e, assim, converter-se a uma Igreja. Ele também assume o papel do sujeito que, tendo se convertido, precisa “abastecer” sua fé ou renovar/modificar o seu caráter.
- O conteúdo temático (ou supertópico) é Deus ou Jesus Cristo e sua Palavra. Os subtemas (ou tópicos) são variados, tais como: fé; vida; cura; salvação (céu) e perdição (inferno) etc.
- A finalidade da pregação é apresentar a Palavra de Deus aos homens, a fim de convertê-los ou de reforçar sua fé em Deus, mantendo-os disciplinados na fé. Outro objetivo da pregação é moldar/forjar o caráter dos fiéis.
- A relação entre os interlocutores é de ordem afetiva, hierarquicamente marcada por níveis de poder: o enunciador (Deus) representa o poder supremo, o locutor (pregador) é o representante desse poder na Terra, o destinatário é aquele que, tocado pelo poder de Deus, reconhece-o como seu Senhor, portanto, o destinatário está na posição mais baixa da relação.

## CONSTRUÇÃO COMPOSICIONAL

- Gênero argumentativo *stricto sensu* da ordem do expor argumentativo, pertencente ao discurso misto interativo-teórico.
- Construído, em geral, em primeira pessoa do singular.
- O locutor se dirige ao locutário de maneira informal, muitas vezes afetuosa.
- A pessoa do locutor está clara por se tratar de um texto falado, seu papel social também é reconhecido e aceito pelos interlocutores.
- Nas pregações *in loco*, não é necessário explicitar o tempo e o espaço da produção, uma vez que a situação comunicacional os apresenta, mas podemos fazê-lo por meio do discurso. Contudo, em meio digital, essas informações são contextualizadas de maneira explícita.
- Construção composicional: saudação, leitura bíblica, desenvolvimento em torno de um texto bíblico ou tema, oração e/ou bênção.
- Trata-se de um gênero discursivo com mescla de gêneros, especialmente de oração, bênção, testemunho, propaganda e exorcismo.

## ESTILO

- Discurso argumentativo.
- Intenso emprego de intertextos (intertextualidade/ discurso de autoridade como forte argumento).
- Verbos no presente do indicativo.
- Presença de vocativos e pronomes de primeira e segunda pessoa do discurso.
- Discurso parafrástico e citações diretas.
- Repetições como marcas interacionais, de reforço discursivo e de planejamento.

Fonte: Da autora.

## REFERÊNCIAS

ADAM, Júlio César. Pregação em transição: uma perspectiva homilética desde América Latina e Brasil. **International Journal of Homiletics**, v.1, n.1, p.11-20, 2016. Disponível em: [http://www.qucosa.de/fileadmin/data/qucosa/documents/19753/IJM\\_2016\\_1\\_Adam\\_port.pdf](http://www.qucosa.de/fileadmin/data/qucosa/documents/19753/IJM_2016_1_Adam_port.pdf). Acesso em: 01 jun. 2019.

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos de estado**. Trad. Joaquim José de Moura Ramos. Lisboa: Editorial Presença; Brasil: Martins Fontes, s/d.

AMOSSY, Ruth. O *ethos* na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. Trad. Dilson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2011, p.119-144.

BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra; notas da edição russa de Serguei Bortcharov. 2.reimpressão. São Paulo: Editora 34, [2016] 2019.

BARROS, Eliana Merlin Deganutti de. Transposição didática externa: a modelização do gênero na pesquisa colaborativa. **Raído**, Dourados, v.6, n.11, p.11-35, jan./jun. 2012. Disponível em: <http://ojs.ufgd.edu.br/index.php/Raido/article/viewFile/1687/1145>. Acesso em: 01 jun. 2019.

CATENASSI, Fabrizio Zandonadi; CITO, Marco Antônio. **Escola de formação para pregadores**. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/darlan campos/apostila-escola-de-pregao-para-rcc>. Acesso em: 01 jun. 2019.

CERQUEIRA-SANTOS, Elder; KOLLER; Sílvia Helena; PEREIRA, Maria Teresa Lisboa Nobre. Religião, Saúde e Cura: um Estudo entre Neopentecostais. **Psicologia Ciência e Profissão**, 24 (3), p. 82-91, 2004. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pcp/v24n3/v24n3a11.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2019.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 16.ed. São Paulo: Ática, 2006.

COSTA, Hermisten Maia Pereira da. **Curso introdutório de homilética**. 2001. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/237160452/Curso-Homiletica-Hermisten>. Acesso em: 01 jun. 2019.

CUNHA, Magali do Nascimento. **A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X/Instituto Mysterium, 2007.

HILGERT, José Gaston. Procedimentos de reformulação: a paráfrase. In: PRETI, Dino (Org.). **Análise de textos orais**. 3.ed. São Paulo: Humanitas, 1997. p. 103-127.

JONES, Martyn Lloyd. **Pregação & pregadores**. 2.ed. Tradução de João Bentes Marques. São José dos Campos, SP: Fiel, 2008.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Argumentação e linguagem**. 13. ed. São Paulo: Cortez, 2011.



MAINGUENEAU, Dominique. Analisando discursos constituintes. Trad. Nelson Barros da Costa. **Revista do GELNE**, v. 2, n. 2, p. 01-12, 2000. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/gelne/article/view/9331>. Acesso em: 01 jun. 2019.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Análise da conversação**. 5.ed. São Paulo: Ática, 2006.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. Campinas: Pontes, 1996.

ORLANDI, Eni Pucinelli (Org.). **Discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. Campinas: Pontes, 1993.

ORO, Ari Pedro. Algumas interpelações do Pentecostalismo no Brasil. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 9, n. 22, p. 383-395, jul./set. 2011. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/P.2175-5841.2011v9n22p383/2905>. Acesso em: 01 jun. 2019.

ORO, Ari Pedro. Neopentecostalismo: dinheiro e magia. **Ilha**, Florianópolis, vol. 3, a.1, novembro de 2001. p.71-83. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/14957/15665>. Acesso em: 01 jun. 2019.

*PENTECOSTE*. In: KASCHEL, Werner; ZIMMER, Rudi. **Dicionário da Bíblia de Almeida**. 2.ed. Barueri, SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 1999, p.235.

*PENTECOSTALISMO*. In: AULETE DIGITAL. Disponível em: <http://www.aulete.com.br/pentecostalismo>. Acesso em: 01 jun. 2019.

PETTRY, Ernest. **Homilética**: ministrando a palavra de Deus. 3.ed. [s/n]: ICI Global University, 2012.

*PREGAÇÃO*. In: BREVI, Ítalo Fernando. **Dicionário bíblico**: de A a Z. Disponível em: <http://portugues.free-ebooks.net/ebook/Dicionario-Biblico-de-A-a-Z/pdf/view>. Acesso em: 01 jun. 2019, p.90-91.

PRETI, Dino (Org.). **O discurso oral culto**. 3.ed. São Paulo: Humanitas, 2005.

PROENÇA, Wander de Lara. **Sindicato de mágicos**: uma história cultural da Igreja Universal do Reino de Deus. São Paulo: Unesp, 2011.

RAMOS, Luiz Carlos. **A conceituação da homilética em perspectiva histórica**. (7 fev. 2011). Disponível em: <https://www.luizcarlosramos.net/a-conceituacao-da-homiletica-em-perspectiva-historica/>. Acesso em: 01 jun. 2019.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23.ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Érica Carvalho da; DIAS, Júlio César Tavares. Uma pregação pentecostal. **Paralelos**, Universidade Católica de Pernambuco, ano 1, n. 1, p. 81-95, jan./

jun. 2010. Disponível em: [www.unicap.br/ojs/index.php/paralellus/article/download/101/97](http://www.unicap.br/ojs/index.php/paralellus/article/download/101/97). Acesso em: 01 jun. 2019.

SOUZA, Mauro Batista de. A Nova Homilética: ouvintes como ponto de partida na pregação cristã. **Estudos Teológicos**, v.47, n.1, p.5-24, 2007. Disponível em: [http://www3.est.edu.br/publicacoes/estudos\\_teologicos/vol4701\\_2007/et2007-1a\\_msouza.pdf](http://www3.est.edu.br/publicacoes/estudos_teologicos/vol4701_2007/et2007-1a_msouza.pdf). Acesso em: 01 jun. 2019.

VILA-CHÃ, João J. A religião e a dinâmica da sua manifestação: a oração como tema da fenomenologia. **Síntese - Revista de Filosofia**, Belo Horizonte, v. 35, n. 111, p.05-32, 2008. Disponível em: <http://www.faje.edu.br/periodicos/index.php/Sintese/article/view/156>. Acesso em: 01 jun. 2019.

WILSON, Victoria. Modos de ler o discurso religioso. **Revista SOLETRAS**, ano 3, n. 05 e 06. São Gonçalo, p.154-159, 2003. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/soletras/article/view/4466>. Acesso em: 01 jun. 2019.

## FONTES DE PESQUISA (PREGAÇÕES ANALISADAS)

### • Pr. EDIR MACEDO (total de horas 06h34min39s):

- P1:** *Para mudar de vida é preciso ser violento! 1* (20/02/2013, duração 00h57min04s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6QqAEK3bIzM>.
- P2:** *Para mudar de vida é preciso ser violento! 2* (24/02/2013, duração 01h34min11s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-vrwgLWZY7c>.
- P3:** *Estudo do Apocalipse* (17/03/2013, duração 00h59min54s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0w3kz960rjw>.
- P4:** *Santo Culto 900 horas* (12/05/2013 duração 01h06min45s). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=4T5S\\_zfTRrk](https://www.youtube.com/watch?v=4T5S_zfTRrk).
- P5:** *Santo Culto Estudo do Apocalipse* (10/03/13 duração 01h56min45s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YYKG4iwYjaI>.

### • Pr. R. R. SOARES (total de horas 6h38min32s):

- P1:** *Deus honra os fiéis* (23/01/2013, duração 00h49min10s). Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=J93UYZeJoY8>.
- P2:** *Pregação na Lagoinha* (duração 00h39min29s). Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=8g0\\_zlyyaIU](http://www.youtube.com/watch?v=8g0_zlyyaIU).
- P3:** *Arrependei-vos porque é chegado o reino dos céus* (duração 00h36min15seg). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tFLFN5RMLQ4>.
- P4:** *Entenda a palavra de Deus* (duração 00h42min53s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o9lpLyRxFCI>.

- P5:** *Deus é fiel* (duração 00h23min21s). Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=8g0\\_zlyyaIU](http://www.youtube.com/watch?v=8g0_zlyyaIU).
- P6:** *Condições para ser discípulo de Jesus* (01/08/2012, duração 00h22min24s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=et107tQNqs4>.
- P7:** *Perdoai ao próximo como Deus vos tem perdoado* (04/04/2013, duração 00h40min29s). Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=os2PALWjOa4>.
- P8:** *Deus é misericordioso!* (17/08/2013, duração 00h48min44s). Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=3XocS2N1Oul>
- P9:** *Deus é bom!* (11/03/2013, duração 00h48min29s). Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=-gsJeq45aqU>.
- P10:** *Vigiai!* (14/10/2013, duração 00h47min18s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nFSXwdaMhHs>.

• **Pr. SILAS MALAFAIA (total de horas 06h31min22s):**

- P1:** *Você precisa ser determinado* (duração 01h12min29s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6yj65dT27FA>
- P2:** *Aprendendo a esperar em Deus* (duração 00h40min07s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sShWx0aYh80>.
- P3:** *O que é o ser humano* (duração 00h52min19s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qJgGMTwcXY0>.
- P4:** *Como vencer as estratégias de satanás* (duração 00h44min13s). Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=gge5Ivl67-Q](http://www.youtube.com/watch?v=gge5Ivl67-Q).
- P5:** *A extraordinária presença de Deus* (duração 00h58min00s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=c2FWJA17Au0>.
- P6:** *A questão do pecado* (duração 00h55min13s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=htBDsT0mUco>.
- P7:** *Promessas de Deus e o que você precisa saber para recebê-las* (duração 01h09min01s). Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=4t9jVzy\\_5T8](http://www.youtube.com/watch?v=4t9jVzy_5T8).

• **Pr. VALDEMIRO SANTIAGO (total de horas 06h55min27s):**

- P1:** *Dependa de Deus* (04/02/13, duração 00h31min41s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RksxSWqSCzg>.
- P2:** *A verdadeira sabedoria: o ensino do Espírito Santo* (duração 01h05min45s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7WT7f3ENNNE>.
- P3:** *Homem curado de lepra na Igreja Mundial do poder de Deus* (duração 00h20min30s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZHHmABv0tDs>.
- P4:** *O Senhor conhece os que lhe pertencem* (duração 00h53min13s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xfH8kGnBWbk>

- P5:** *A fé que cura qualquer doença* (duração 00h39min48s). Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=XL4NiaCdGYA>.
- P6:** *O milagre da cura - Isaías 53* (duração 00h58min50s). Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=Q\\_eu-2mGh4U](http://www.youtube.com/watch?v=Q_eu-2mGh4U).
- P7:** *Deus é fiel - Romanos 11* (duração 00h27min44s). Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=Slobp-CrohU>.
- P8:** *Amor aos irmãos e ódio ao mundo* (duração 00h47min05s). Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=ujoDY6FfgBo>.
- P9:** *A tentação de Jesus - Mateus 4* (01/06/2013, duração 01h10min51s). Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=rkO3Cb8XFlg](http://www.youtube.com/watch?v=rkO3Cb8XFlg).

# **Autores**

### *Adilson Rodrigues da Nóbrega*

Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (2007) e possui graduação em Comunicação Social — habilitação em Jornalismo pela mesma universidade (2000). Analista do Núcleo de Comunicação Organizacional da Embrapa Caprinos e Ovinos, unidade da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). Professor dos cursos de Jornalismo nas modalidades presencial e EaD do Centro Universitário UNINTA. Pesquisador do Núcleo de Estudos de Religião, Cultura e Política da Universidade Federal do Ceará. As áreas de interesse são Comunicação Social e Sociologia, com ênfase em Comunicação Organizacional, Comunicação para Desenvolvimento e Sociologia da Religião.

### *Aline Roes Dalmolin*

Professora adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Possui graduação em Comunicação Social — Habilitação Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (2004), mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2007), doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2012). Fez estágio pós-doutoral em Comunicação na Universidade Federal de Santa Maria (2014). Líder do grupo de pesquisa do CNPq Circulação midiática e estratégias comunicacionais. Tem experiência na área de Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: mídia e religião, imprensa católica, jornalismo, discurso midiático, comunicação e biopolítica. Atualmente coordena o projeto de pesquisa “Moralidades contemporâneas, fundamentalismos pós-modernos: a circulação dos discursos de ódio na mídia contemporânea”; e atua desde janeiro de 2018 como assessora de comunicação no Gabinete do Reitor da UFSM.

### *Allan Macedo de Novaes*

Possui graduação em Jornalismo (2004) e em Teologia (2010) pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo, mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2008) e doutorado com bolsa Capes em Ciência da Religião pela PUC-SP, com doutorado sanduíche Capes na Andrews University (EUA). Foi pesquisador-visitante no programa de Teologia da University of Notre Dame (EUA). Atua como professor na área de teologia e educação religiosa para cursos de graduação e pós-graduação no Centro Universitário Adventista de São Paulo desde 2005 e é professor da faculdade de Teologia da instituição. Filiado à International Association for Media and Communication Research, à International Association of Religion Journalists e à Associação de Pesquisadores em Arte Sequencial. Suas áreas de interesse de pesquisa são: estudos sobre o adventismo, comunicação e religiões, juventude e religiosidade.

### *Andréa Basílio da Silva Chagas*

Doutoranda do ECCO-UFMT. Possui mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea pela Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT (2013); MBA em marketing pela Fundação Getúlio Vargas - FGV (2008); graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal Fluminense - UFF (2004). Também possui registro profissional em Jornalismo, tendo trabalhado alguns anos na área. Membro do Grupo de Pesquisa Laboratório de Tecnologias, Ciências e Contemporâneo (LABTECC), desenvolve pesquisa em tecnoestética neopentecostal contemporânea, trabalho que abrange: estudos em Comunicação, das dimensões estéticas das técnicas, de sociologia da religião e marketing/marketing religioso. Membro (diretoria) da Associação Mato-grossense de Dislexia (Dislexia MT), Participante do Conselho de políticas afirmativas da UFMT. Ex-docente da UNIRONDON e UNIC (afastada para doutoramento).

### ***Brunella Lago Velloso***

Mestranda em História e Cultura das Religiões, pela Universidade de Lisboa (Portugal). Graduada em Comunicação Social - Jornalismo, pela Universidade Federal do Pará (Brasil, 2014). Possui experiência profissional em Comunicação de Ciência e Assessoria de Comunicação. Durante a graduação, foi bolsista de projetos de pesquisas com ênfase nas áreas temáticas de Comunicação, Meio Ambiente, Políticas Públicas e Amazônia.

### ***Camila Cabral Arêas***

É doutora em Ciência da Informação e da Comunicação pela Universidade Paris 2 (2016), mestre em Ciência Política pela Universidade Paris 8 (2010) e graduada em Comunicação/Jornalismo pela Universidade Católica do Rio de Janeiro (2006). Foi professora da Universidade Paris 2, Universidade Paris 8 e no Institut Catholique de Paris. Atualmente, é docente da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa (FCH-UCP), lecionando nas áreas da Comunicação e Estudos do Jornalismo, na Licenciatura e no Mestrado. Seus trabalhos de investigação se inscrevem no campo de estudo interdisciplinar “Mídia e Religião” e tratam de problemáticas tais como a mediatização da religião, as mídias religiosas, a comunicação religiosa, o discurso político sobre a religião e o discurso religioso sobre a política ou a comunicação. Suas principais temáticas de investigação concernem as igrejas evangélicas brasileiras em Portugal e a visibilidade mediática do Islão na França. No campo profissional, possui experiência nas áreas do jornalismo (reportagem, editoração, correspondente internacional) e da comunicação institucional (consultoria).

### ***Carlos Eduardo Bertin***

Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Graduado em Publicidade e Propaganda (2011) e Jornalismo (2013) pelo Centro Universitário de Adamantina (UniFai). Trabalhou na Prefeitura de Lucélia/SP, de janeiro de



2012 até janeiro de 2017, no Departamento de Controle de Vetores, exercendo a função de profissional de IEC (Informação, Educação e Comunicação). Atuou como repórter no Jornal Impacto de Adamantina. Possui experiência em Comunicação e Educação em Saúde, Jornalismo e Jornalismo Cultural. Faz parte do Grupo de Pesquisa Mídia, Arte e Cultura (CNPq) e do Grupo Mídia, Religião e Cultura, ambos do PósCom da UMESP.

### ***Daniel Aloisio dos Santos Silva***

Graduando em jornalismo pela Universidade Federal da Bahia (UFBA).

### ***Dolores Cristina Gomes Galindo***

Possui Pós-Doutorado (2015-2016), Doutorado (2006) e mestrado (2002) em Psicologia Social pela Universidade Católica de São Paulo (PUCSP), com Doutorado Sanduíche na Universidade Autônoma de Barcelona (2004). Graduada em Psicologia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em 1999. Atua como Professora no Programa de Pós-Graduação em Psicologia e Sociedade da UNESP/ Assis e no Programa de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso. Atua como Professora colaboradora no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFMT. Foi vice-coordenadora e posteriormente Coordenadora do Programa de Pós-Graduação (Mestrado e Doutorado) em Estudos de Cultura Contemporânea. Na graduação, atua como Docente do Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Mato Grosso (2013-2014). Lidera o Grupo de Pesquisa Ciências, Tecnologias e Criação (LABTECC), desde 2011. Foi da Diretoria Nacional da Associação Brasileira de Psicologia Social - ABRAPSO (2016-2017), Conselheira Alternata da ULAPSI (2016-2017) e integrou a Coordenação da Red Latinoamericana de posgrados en estudios sobre la cultura - ReLaPec (2014-2016). Compõe o GT Conhecimento, Subjetividade, Práticas Sociais da ANPEPP. Foi Vice-Presidente da Regional Centro-Oeste da Associação Brasileira de Psicologia Social - ABRAPSO (2012-2013) e Secretária (2014-2015). É membro as-

sociada da ESOCITE.BR - Associação Brasileira dos Estudos Sociais das Ciências e Tecnologias, da ABRAPSO - Associação Brasileira de Psicologia Social e SBPC - Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência. Coordena a Comissão de Internacionalização do Fórum de Ciências Humanas, Sociais e Aplicadas. Editora de seção da Athenea Digital: revista de pensamiento y investigación Social (UAB- Espanha). Possui experiência em Psicologia como área interdisciplinar, com o interesse de pesquisa voltado às epistemologias feministas em ciência, tecnologia e sociedade, em diálogo com estudos foucaultianos, orientadas à problematização de relações de poder, saber e colonialidades na saúde, educação e cultura. Author ID 23099606000. ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-2071-3967>. [https://www.researchgate.net/profile/Dolores\\_Galindo](https://www.researchgate.net/profile/Dolores_Galindo).

### *Douglas Junio Fernandes Assumpção*

Pós-doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia - UNAMA, em que é bolsista (PNPD/CNPq). Doutor pelo Programa de Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná - UTP (2018), e mestre pelo Programa de Comunicação, Linguagens e Cultura pela Universidade da Amazônia - UNAMA (2013). Possui graduação em Comunicação Social - habilitação em Multimídia (2010) e Relações Públicas (2012) pelo Instituto de Estudos Superiores da Amazônia - IESAM (Atual Faculdade Estácio de Belém), e Graduado em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo (2017) pela Universidade da Amazônia - UNAMA, é especialista em Comunicação Empresarial pela Faculdade da Amazônia - FAAM (2011). Atualmente, é professor da Escola Superior Madre Celeste (ESMAC) nos cursos de Bacharelado em Administração e Ciências Contábeis. É membro dos Grupos de Pesquisa Interações e Tecnologias na Amazônia - ITA (UFPA/UNAMA/CNPq), Estudos de Capital Social e Cultural no contexto da mídia contemporânea (UNAMA/CNPq) e Journalisme à l'heure du numérique - JAND (Université Lumière Lyon 2, Paris - França). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Relações Públicas, Jornalismo

e Multimeios, atuando principalmente nos seguintes temas: Comunicação organizacional, Comunicação e Marketing digital, Novas Tecnologias e Processo de Criação.

### ***Éder Wilton Gustavo Felix Calado***

É bacharel em Teologia pela Faculdade Teológica Sul Americana (2008). Possui especialização em Filosofia Moderna e Contemporânea (2011), licenciatura em Letras Vernáculas (2013) e especialização em Língua Portuguesa (2015), todos pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Recentemente (2017), alcançou o título de Mestre em Estudos da Linguagem, também pela UEL. Desenvolve suas pesquisas na área da Análise do Discurso francesa, tendo por *corpus* o discurso religioso em suas diversas esferas, com ênfase especial ao discurso encontrado na Bíblia. Também atual como professor e tutor no Ensino a Distância da Faculdade Teológica Sul Americana (FTSA), desde 2013.

### ***Flávia Gabriela da Costa Rosa***

Doutora em Comunicação pela UNIP - Universidade Paulista e Mestre em Comunicação e Cultura Midiática pela mesma instituição (Bolsista CAPES, PROSUP). Faz parte do grupo de pesquisa em Mídia e Estudos do Imaginário da UNIP. Bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo pelo UNIFATEA (Centro Universitário Teresa D'Ávila), pós-graduada em Assessoria, Comunicação e Marketing pela UNITAU (Universidade de Taubaté). MBA em Marketing e Negócios pelo UNISAL (Centro Universitário Salesiano). Atuou como gerente de comunicação institucional - Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida. Hoje é professora universitária no UNIFATEA - Centro Universitário FATEA (Lorena, SP) e da Associação Educacional Dom Bosco - AEDB (Resende, RJ), lecionando nos cursos de Administração (disciplina de Marketing), Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Rádio, TV e Internet, além do curso de Pós-Graduação em Comunicação e Marketing do UNIFATEA. Tem experiência de mercado na área de Comunicação Estratégica de Marketing e Gestão de Comunicação Institucional

- Assessoria de Imprensa e Relações Públicas. Durante a visita do Papa Bento XVI ao Brasil, em 2007, à Aparecida, atuou na coordenação dos trabalhos de Assessoria de Imprensa, junto ao Ministério das Relações Exteriores/ Itamaraty e CELAM (Conferência Episcopal Latino Americana). Em julho de 2013, coordenou as atividades da Sala de Imprensa e Relações Institucionais do Santuário Nacional durante a visita do Papa Francisco.

### *Flávia Medeiros da Silva*

É Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Possui graduação em História pela Universidade de Santo Amaro (2010) e mestrado em Ciências da Religião pela Universidade Metodista de São Paulo (2014). Atualmente, é Professora de Educação Básica I da Prefeitura do Município de São Bernardo do Campo. Tem experiência na área de História, com ênfase em História Moderna e Contemporânea, atuando principalmente nos seguintes temas: música cristã protestante brasileira, cultura gospel, vencedores por cristo e cultura visual gospel.

### *Hertz Wendel de Camargo*

Possui Doutorado em Estudos da Linguagem, UEL (2011); Mestrado em Educação, Conhecimento, Linguagem e Arte, UNICAMP (2006); graduações em Jornalismo, e Publicidade e Propaganda (1995). Atua no ensino superior desde 2002. Professor adjunto do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), curso de Publicidade e Propaganda. Professor permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFPR. Atual vice-diretor da Editora da UFPR. Autor do livro MITO E FILME PUBLICITÁRIO: ESTRUTURAS DE SIGNIFICAÇÃO (Eduel, 2013, versão em e-book 2016) — finalista na categoria Comunicação do Prêmio Jabuti 2014. Possui experiência na área de Assessoria em Comunicação, com ênfase em Produção Editorial e Direção de Arte (texto, criação e planejamento gráfico). Em produção audiovisual possui experiência em

Documentários, Videoarte e filmes de curta-metragem. Pesquisador das áreas relacionadas a Imagem, Imaginário, Antropologia e Consumo. Em seu currículo, as temáticas mais frequentes na contextualização da sua produção científica, tecnológica e artístico-cultural são: Mito e Mídia / Imaginário e Cultura / Antropologia do Consumo / Imagem e Narrativas Contemporâneas (Fotografia, Cinema, Televisão, Animação, Publicidade, Jornalismo, Humor Gráfico, Jogos Eletrônicos).

### *Joana T. Puntel*

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1996) e pela Simon Fraser University (1991). Foi Visiting Research Scholar no Programa Media and Communications na The London School of Economics and Political Science, Inglaterra (2002). Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (1985) e graduação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social Casper Líbero (1975). Atua como docente no curso de Especialização Cultura e Meios de Comunicação do SEPAC que se realiza em convênio com a PUC-SP/COGEAE. Seu campo de atuação compreende os temas de: jornalismo, cidadania, política de comunicação, igreja, religião, cultura, meios de comunicação de massa, ética da comunicação, educação digital. É membro da INTERCOM e da SOTER - Sociedade de Teologia e Ciências da Religião.

### *Jorge Miklos*

Professor Titular do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista. Graduado em História e Ciências Sociais. Mestre em Ciências da Religião e Doutor em Comunicação. Pós-doutorado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (Bolsa-Auxílio CNPq). Estágio de pesquisa no Vilém-Flusser-Archiv em Berlim (Auxílio FAPESP, 2013) e no El Colegio de Frontera Sur (ECOSUR) em San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México (Auxílio Universidade Paulista, 2015). Vice-Líder do Grupo de Pesquisa Mídia e Estudos do Imaginário vinculado à Universidade Paulista. Vice-Líder do Grupo de Pesquisa de Mídia, Religião e

Cultura (MIRE) ligado à Intercom. Membro do CISC - Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia vinculado à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Autor dos livros: *Ciber-Religião: a construção de vínculos religiosos na cibercultura (Ideias e Letras)* e *Cultura e Desenvolvimento Local: Ética e Comunicação Comunitária (Saraiva)*. Os interesses de pesquisa alinham-se aos consecutivos temas: *Interseção Entre Comunicação e Religiosidade; Teorias do Imaginário; Comunicação Comunitária; Ecologia da Comunicação e Cultura Digital*. Atualmente desenvolve uma pesquisa financiada pela CAPES e pela Universidade Paulista com o título: *Contribuições da Mídia na Composição do Imaginário Religioso*.

### ***Kelma Amabile Mazziero de Souza***

Graduada em Direito pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (1994). Pós-graduada (*lato sensu*) em Ciências da Religião com capacitação profissional em Filosofia Contemporânea.

### ***Larissa Sigulo Freire***

Mestra em Estudos da Linguagem pela Universidade Estadual de Londrina. Graduada em Letras Vernáculas e Clássicas pela mesma universidade. Realiza pesquisa relacionada à Análise do Discurso de linha francesa com enfoque nos discursos construídos na internet e sobre ela.

### ***Letícia Jovelina Storto***

Realiza estágio de pós-doutorado em Linguística Aplicada na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP) sob supervisão de Beth Brait. Possui pós-doutorado em educação pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), sob supervisão do prof. Dr. Gilmar Cruz. É doutora e mestra em Estudos da Linguagem e especialista em Língua Portuguesa pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), sob orientação do prof. Dr. Paulo Galembeck. É graduada em Letras Vernáculas e Clássicas pela mesma instituição e em Letras Português/Espanhol pela Universidade Paulista (Unip).

É professora da Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP), atuando no Programa de Pós-Graduação em Ensino (PPGEN) e no Mestrado em Letras (ProfLetras). É pesquisadora dos Grupos de Pesquisa (CNPq) Norma Urbana Culta, de São Paulo - NURC/SP (USP), Diálogos Linguísticos e Ensino - DIALE (UENP) e Estudos de Língua Falada (UFMS); Mídia, Religião e Cultura – MIRE (Intercom). ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-7175-338X>. Curriculum Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0743245285126825>.

### *Lindolfo Alexandre de Souza*

Possui graduação em Jornalismo (1994) e em Ciências Religiosas (2003) pela PUC-Campinas, Especialização em Comunicação Social (2003) pela Universidade São Francisco (USF) e Mestrado em Ciências da Religião (2008) pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Atua na PUC-Campinas, em que leciona as disciplinas Teologia e Pastoral da Comunicação, Antropologia Teológica e Assessoria de Imprensa, além de ser diretor do Centro de Linguagem e Comunicação (CLC). Trabalha com as relações que se estabelecem entre Mídia e Religião, principalmente nas áreas de Comunicação Institucional, Comunicação Eclesial e Marketing Religioso.

### *Lizbeth Kanyat*

Possui graduação em Publicidade e Propaganda e especialização em Docência Universitária pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo - UNASP (2009 e 2011). É mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM (2014), com estágio de pesquisa no Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), em Quito - Equador. Atualmente é doutoranda em Comunicação na ECA-USP e professora dos cursos de Publicidade, Jornalismo e Rádio e Televisão no UNASP. Principais interesses de estudo: comunicação-consumo, processos de recepção e atribuição de sentidos, ficção televisiva. Tem experiência profissional na coordenação de cursos de graduação e em Publicidade, atuando como executiva de contas em agência de propaganda.

### *Luís Celestino de França Júnior*

Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (2000), Mestrado em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (2006) e Doutorado pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Atualmente, é professor Adjunto da Universidade Federal do Ceará, e vice-diretor do Instituto Interdisciplinar Sociedade Cultura e Artes (IISCA) da UFCA. Membro permanente do Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação e Política, Jornalismo Impresso, Comunicação e Cultura e as representações midiáticas da fome.

### *Luís Henrique Marques*

Possui graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista - Bauru (1991) e licenciatura em História pelo Centro Universitário Claretiano (2012), mestrado em Comunicação e Poéticas Visuais pela Universidade Estadual Paulista - Bauru (1999) e doutorado em História pela Unesp de Assis (2009). É professor titular da Universidade Paulista (Unip) para os cursos de Jornalismo e Propaganda e Marketing, bem como atua como redator-chefe da revista Cidade Nova ([www.cidadenova.org.br](http://www.cidadenova.org.br)). Participou, entre os meses de maio e agosto de 2008, do Programa de Estágio para Doutorando da Capes, com vínculo com a Universidade de León (Espanha). Tem experiência nas áreas de Comunicação e História, com ênfase em Ética Profissional para Jornalismo, História da Comunicação/Jornalismo, Técnica de Reportagem e Redação para Jornalismo Impresso, atuando principalmente nos seguintes temas: história da comunicação, comunicação eclesial, Igreja Católica. É membro do GT Comunicação e Religião da INTERCOM e do grupo de estudos MIRE (Mídia, Religião e Cultura), cujo objetivo, mediante a perspectiva da interdisciplinaridade, é compreender a presença da religião e do religioso nos processos comunicacionais midiáticos na inter-relação com as práticas culturais contemporâneas no Brasil. Em 2015, realizou pesquisa em



nível de pós-doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, sobre o tema “Processos midiáticos da Igreja Católica no Brasil: a midiatização da religião”, sob a supervisão do professor Dr. Luís Mauro Sá Martino.

### ***Magali do Nascimento Cunha***

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2004), Mestre em Memória Social pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (1997) e Graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal Fluminense (1985). Realizou estágio pós-doutoral em Comunicação e Política, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, da Universidade Federal da Bahia (2016). É coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião da INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Oferece disciplinas, desenvolve estudos e orienta monografias, pesquisas de iniciação científica, dissertações de mestrado e teses de doutorado que busquem compreender os processos comunicacionais midiáticos a partir do imaginário social e da cultura e de temáticas decorrentes, tais como identidade, memória, consumo, religião. Tem experiência nas áreas de Comunicação e Cultura, Comunicação e Imaginário e Comunicação e Religião, com ênfase nos seguintes temas: comunicação, cultura, religião, evangélicos, política, análise do discurso, mídia, ativismo político digital religioso. Tem vários textos publicados entre livro, capítulos de livros e artigos em periódicos especializados. Integra a Associação Internacional Mídia, Religião e Cultura (*International Association Media Religion and Culture*), a Associação Mundial de Comunicação Cristã (*World Association for Christian Communication, WACC*), é colaboradora do Conselho Mundial de Igrejas, com sede em Genebra/Suíça, e é articulista da revista Carta Capital.

### ***Moisés Sbardelotto***

Mestre e doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), na linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais, com estágio doutoral (bolsa PDSE/Capes) na Università di Roma La Sapienza, na Itália. Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Atualmente, é professor colaborador do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, em que realiza estágio pós-doutoral (bolsa Fapergs/Capes). Autor de *E o Verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital* (Paulinas, 2017) e de *E o Verbo se fez bit: a comunicação e a experiência religiosas na internet* (Santuário, 2012). Palestrante, tradutor, assessor e consultor em Comunicação para diversos órgãos e instituições civis e religiosos. Colaborador do Instituto Humanitas Unisinos (IHU). Foi membro da Comissão Especial para o Diretório de Comunicação para a Igreja no Brasil, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). De 2008 a 2012, coordenou o escritório brasileiro da Fundação Ética Mundial (Stiftung Weltethos), fundada por Hans Küng. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase na interface mídia e religião.

### ***Patrícia Garcia Costa***

Doutoranda e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), com pesquisa na área de Mídia, Gênero e Religião. Membro do Grupo de Estudos MIRE - Mídia, Religião e Cultura/Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião da Intercom. Graduada em Letras - português, inglês e respectivas literaturas pela FSA - Fundação Santo André (1998), pós-graduada em Metodologia do Ensino na área de Língua Portuguesa, na mesma instituição (2001). Pós-graduada em Práticas e Vertentes do Ensino Aprendizagem da Língua Portuguesa e da Literatura pela Uninove - Centro Universitário Nove de Julho (2008). Professor eventual na Escola de Teologia Agrade e na Faculdade Paulista de Comunicação. Tem experiência na área de Letras, com ênfase em Língua Portuguesa e Linguística, atuando

principalmente nos seguintes temas: produção textual, análise do discurso, oratória e gramática normativa.

### ***Patrícia Santos Machado***

Doutoranda em Comunicação Social pela UMESP, seu projeto de pesquisa “Nossa Senhora do Céu e da Terra - As muitas Marias e a comunicação visual da soberania feminina reintegradora dos mundos”; trata de um estudo sobre o mundo da devoção popular em torno da figura de Nossa Senhora, bem como analisar seus processos comunicacionais e sua influência nas construções imaginárias e identitárias da mulher. Possui mestrado na mesma área. Apresentou a dissertação “A Mulher além do Bem e do Mal: Malévola e a representação cinematográfica do feminino integrado”, aprovada com *summa cum laude* (UMESP, 2016). Sua pesquisa está atrelada à Linha de Pesquisa Comunicação Midiática nas Interações Sociais e envolve os estudos do imaginário, estudos culturais de gênero, mídia e religião, cinema e comunicação visual, estudos ecofeministas. Membro dos grupos de pesquisas: MIRE: Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião da Intercom, liderado pela Profa. Dra. Magali do Nascimento Cunha e também do GP Da Compreensão como método, liderado pelos professores doutores Dimas Künsch e Mateus Yuri Passos (UMESP). Tem experiência na condução e coordenação de trabalhos com grupos de mulheres, atuando principalmente nos seguintes temas: Ecoespiritualidade Feminina, imaginário e a mulher, mitologia comparada, contos de fadas e arquétipos. Possui graduação em Filosofia pelas Faculdades Integradas Claretianas.

### ***Ricardo Costa Alvarenga***

Doutorando e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), com pesquisa na área de Comunicação e Religiões, com foco na interface Comunicação e Igreja Católica. Professor da Faculdade Estácio de São Luís. Membro do Grupo de Pesquisa COMUNI - Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local. Vice-Coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião da Sociedade Brasileira de Estudos Interdis-

ciplinares da Comunicação (INTERCOM). Coordenador da Signis Jovem Brasil, da Associação Católica de Comunicação (Signis Brasil). Diretor de Finanças da Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCOM). Coordenador do Grupos de Trabalho (GT) do Pensacom Brasil - Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro. Palestrante, assessor e consultor em Comunicação para instituições civis e religiosas. Foi colaborador da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (2015 -2018). Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade Estácio de São Luís (2014).

### ***Rodrigo Follis***

Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, pós-graduado em Docência Universitária. Bacharel em Teologia e em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). Diretor da Unasp Press, a editora universitária do Unasp. Atua principalmente nos seguintes temas: Mídia e Religião; Teologia Aplicada; Missiologia, sempre a partir dos conceitos de Memória e Identidade. Tem pesquisas voltadas também para as áreas de metodologia e iniciação científica, tanto em Teologia como em Comunicação Social. É também avaliador do MEC/INEP para os cursos de Comunicação Social.

### ***Ronivaldo Moreira de Souza***

Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, mestre em Ciências das Religiões pela Faculdade Unida de Vitória. Pesquisador da linguagem e discurso nos fenômenos religiosos midiáticos e não midiáticos, também, do discurso institucional e mercadológico na sociedade de consumo. Interessa-se por

pesquisas que contemplem a comunicação, linguagem e discurso na interseção entre mídia, religião e cultura.

## **SOBRE AS ORGANIZADORAS**

### *Magali do Nascimento Cunha*

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2004), Mestre em Memória Social pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (1997) e Graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal Fluminense (1985). Realizou estágio pós-doutoral em Comunicação e Política, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, da Universidade Federal da Bahia (2016). É coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião da INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Oferece disciplinas, desenvolve estudos e orienta monografias, pesquisas de iniciação científica, dissertações de mestrado e teses de doutorado que busquem compreender os processos comunicacionais midiáticos a partir do imaginário social e da cultura e de temáticas decorrentes, tais como identidade, memória, consumo, religião. Tem experiência nas áreas de Comunicação e Cultura, Comunicação e Imaginário e Comunicação e Religião, com ênfase nos seguintes temas: comunicação, cultura, religião, evangélicos, política, análise do discurso, mídia, ativismo político digital religioso. Tem vários textos publicados entre livro, capítulos de livros e artigos em periódicos especializados. Integra a Associação Internacional Mídia, Religião e Cultura (*International Association Media Religion and Culture*), a Associação Mundial de Comunicação Cristã (*World Association for Christian Communication, WACC*), é colaboradora do Conselho Mundial de Igrejas, com sede em Genebra/Suíça, e é articulista da revista Carta Capital.

### *Letícia Jovelina Storto*

Realiza estágio de pós-doutorado em Linguística Aplicada na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP) sob supervisão de Beth Brait. Possui pós-doutorado em educação pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), sob supervisão do prof. Dr. Gilmar Cruz. É doutora e mestra em Estudos da Linguagem e especialista em Língua Portuguesa pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), sob orientação do prof. Dr. Paulo Galembeck. É graduada em Letras Vernáculas e Clássicas pela mesma instituição e em Letras Português/Espanhol pela Universidade Paulista (Unip). É professora da Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP), atuando no Programa de Pós-Graduação em Ensino (PPGEN) e no Mestrado em Letras (ProfLetras). É pesquisadora dos Grupos de Pesquisa (CNPq) Norma Urbana Culta, de São Paulo - NURC/SP (USP), Diálogos Linguísticos e Ensino - DIALE (UENP) e Estudos de Língua Falada (UFMS); Comunicação e Religião (Intercom). ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-7175-338X>. Curriculum Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0743245285126825>.



SYNTAGMA